

VERKSAMHETSPLAN FÖR KONSTMUSEET "KRONAN"

Denna verksamhetsplan är utarbetad av Marcus Riska och Sonja Beja på uppdrag av Albert de la Chapelles Konststiftelse, med bistånd även av museichef Dan Lindholm och turistchef Ville Vuorelma från Raseborgs stad samt av vd Nina Toppila från Stiftelsen Pro Artibus.

Planen behandlar den kommande verksamheten, men förbigår den inledande processen kring uppresande av konstmuseets byggnad och anslutande donation. Dessa frågor behandlas i andra dokument.

Synpunkter mottas gärna på adresserna

Marcus Riska	marcus.riska@wmail.fi	+358 44 30 64996
Sonja Beja	sonjamariabeja@gmail.com	+358 44 337 67 97

INNEHÅLL

1	SAMMANFATTNING	5
2	BAKGRUND	7
2.1	Albert de la Chapelle, hans konstsamling och stiftelse.....	7
2.2	Konst- och kulturutbudet i Västra Nyland och Raseborg.....	8
2.2.1	Museer	9
2.2.2	Privata gallerier och periodiska utställningar	9
2.2.3	Övriga kulturevenemang	10
2.3	Kronans betydelse för Raseborgsregionen	11
3	VISION, MISSION OCH STRATEGISKA VAL.....	12
3.1	Ett nationellt betydande museum och drivande lokal kulturhård.....	12
3.2	Stimulera kulturlivet i Raseborg	12
3.3	Fokus på konst från Norden och Östersjöområdet.....	12
3.4	Betoning av miljöfrågor och hållbar utveckling	14
3.5	Integration med EKTA och Kulturkvarteret.....	14
3.6	Möjlighet till konstsamlingsverksamhet	15
4	VERKSAMHETSMILJÖ: TRENDER OCH KONKURRENS	16
4.1	Allmänna trender inom museibranschen	16
4.1.1	Besökarutveckling	16
4.1.2	Digitalisering	16
4.1.3	Museer som upplevelser och mötesplatser	16
4.1.4	Museikluster och behovet av marknadsföring	17
4.2	Närliggande museer i Finland	18
4.3	Raseborg som besöksmål	19
4.4	Besökstälens marknadsandel och begränsande faktorer	20
4.4.1	Besökstälens marknadsandel.....	20
4.4.2	Begränsande faktorer	20
4.5	Växande intresse för närturism, ekologi och hållbarhet	20
5	MÅLGRUPPER, BESÖKARMÅL OCH RESULTATVÄRDERING	22
5.1	Viktigaste målgrupper	22

5.1.1	Raseborgsbor och sommargäster	22
5.1.2	Kulturintresserade besökare från andra orter.....	22
5.1.3	Barn och ungdomar	23
5.2	Besökarmål och resultatmätare.....	23
5.3	Målsättningar och mätning gällande tänkesätt och kultur.....	23
6	VERKSAMHET OCH TJÄNSTEPORTFÖLJ	25
6.1	Kronans konstutställningar	25
6.2	Andra utställningar i Kronan	25
6.3	Specialvisningar (events) och guidade turer	26
6.4	Online-verksamhet.....	26
6.5	Konstpedagogisk verksamhet (inklusive aktiviteter för barn)	27
6.6	Kompletterande tjänster inom Kulturkvarteret.....	27
6.7	Samarbeten	28
6.8	"Raseborgsbiennalen"	28
7	MARKNADSFÖRINGSSTRATEGI	30
7.1	Allmänt	30
7.2	Kronans konstutställningar	30
7.3	Gemensamma aktiviteter med andra aktörer	31
8	RESURSER.....	32
8.1	Byggnaden.....	32
8.2	Organisation	33
8.3	Personal.....	34
8.4	Nätverk.....	34
8.4.1	Utställningsarbete, närstående parter och andra	34
8.4.2	Marknadsföring och kringtjänster, närstående parter och andra.....	35
9	RISKANALYS	36
9.1	Allmänna risker	36
9.1.1	Minskade turistströmmar	36
9.1.2	Allmän ekonomisk utveckling	36
9.1.3	Konkurrens från andra former av underhållning (bl.a. av	36
	digitala tjänster)	36
9.1.4	Sviktande besökstal	36

9.2	Projektspecifik SWOT-analys.....	37
10	VERKSAMHETENS EKONOMI OCH BUDGET	38
10.1	Ekonomins uppläggning, intressenter och finansieringsaktivitet	38
10.1.1	Intressenterna.....	38
10.1.2	Raseborgs stads resultatförväntningar	38
10.1.3	Stadens och de andra finansiärernas insatser	41
10.2	Finansieringsmall för verksamheten	42
10.3	Biljettpriserna	42
10.4	Schematisk årsbudget.....	43
11	UPPBYGGNADSSKEDET 2020–2022	44
11.1	Beslutstidtabell 2020	44
11.2	Byggprojektet 2021–2022	44
11.3	Verksamhet och lanseringskampanj.....	45
11.3.1	Beredning.....	45
11.3.2	Lansering fram till öppnandet.....	45
11.3.3	Startskedet 2022	46
11.4	Tidtabell 2020-2022.....	46

1 SAMMANFATTNING

I Raseborgs stad bereds på museitomten öster om Rådhusorget i Ekenäs uppförande av en ny byggnad för ett museum för modern och samtida konst. Konstmuseet integreras med staden Raseborgs museum EKTA (Västra Nylands museum) som också fungerar som regionalt ansvarsmuseum för Västra Nyland. Konstmuseet och EKTA kommer också att samarbeta intensivt med på tomten ävenså verkande Pro Artibus, en stiftelse som bedriver konstutställningsverksamhet i Finlands svenska och tvåspråkiga områden, däribland i Galleri Elverket på samma tomt.

Härvid uppstår på museitomten ett gediget Kulturkvarter med förutsättningar att påverka stadsstrukturen och kulturlivet i Raseborg och dra till sig blickarna från ett stort geografiskt område. Det nya konstmuseet kommer i fokus att ha konst från Norden och Östersjöområdet. Konstmuseet kommer att betona miljövärden och hållbar utveckling. Verksamhetens tyngdpunkt ligger på publik verksamhet med konst sammanställd för växlande utställningar med hjälp av parternas kontaktnät.

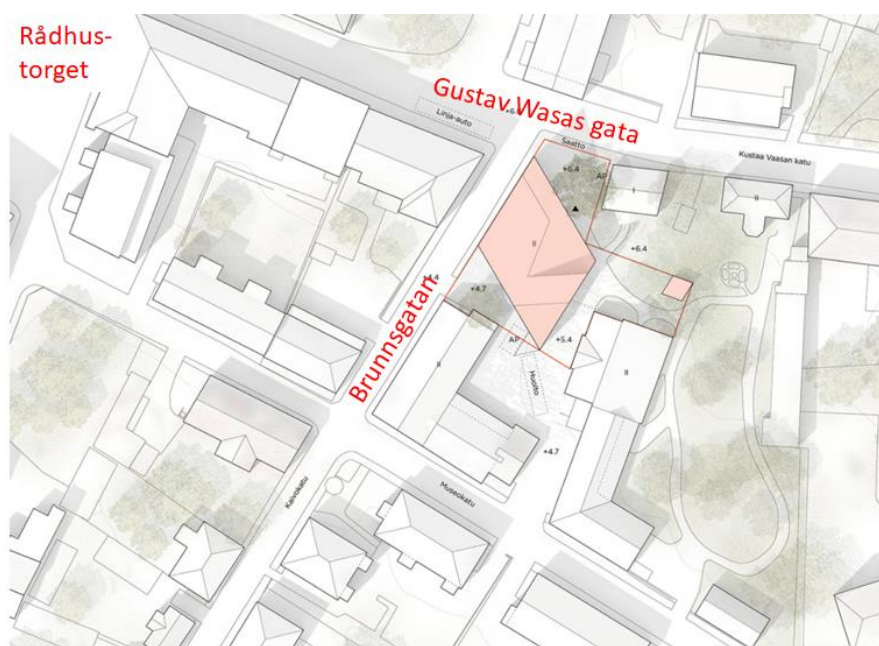


Bild: Det nya konstmuseet "Kronan" inplanerat på museitomten ett kvarter öster om Ekenäs Rådhusorg

Byggnaden uppförs och bekostas av Albert de la Chapelles Konststiftelse, för att därefter doneras till Staden. Konststiftelsen har också utlovat löpande ekonomiskt stöd till verksamheten. Byggnaden planeras av arkitektbyrå JKMM, med ett förslag "Kronan" med två våningar ovan jord och en källare med förbindelse till EKTA. Stadens beslut

om stadsplaneändring och om mottagande av donationen väntas inom de närmaste månaderna.

Den kommande verksamheten har beretts i samverkan mellan Staden, Albert de la Chapelles Konststiftelse och Pro Artibus. Här föreliggande verksamhetsplan har sammanställts på uppdrag av Konststiftelsen, med beaktande av de andra parternas synpunkter. Avsikten är att Albert de la Chapelles Konststiftelse och Stiftelsen Pro Artibus ges möjlighet att löpande påverka det nya konstmuseets och Kulturkvarterets verksamhet genom en Utställningskommitté som grundas inom EKTA. Parterna ser att det nya konstmuseet, med sin besökarpotential, kan bli en ny samlingspunkt för kulturutbudet och kulturturismen i hela Raseborg. Idag fylls motsvarande funktion framförallt av konsthantverkskoncentrationen i Fiskars och den mångsidiga verksamheten i Svartå Slott.



Bild: Raseborgs stad i Västra Nyland (inom de blå strecken på kartan) från Padva och Kvigos i väster till Svartå och Snappertuna i öster och Ekenäs i mitten. Söder om Raseborg ligger Hangö stad (*Lantmäteriverkets karta*)

Målet är att byggprojektet påbörjas i början av år 2021 och att konstmuseet kan öppna för allmänheten i maj 2022.

I detta papper används konstmuseets arbetsnamn "Kronan". Avsikten är att fastslå det slutliga namnet under år 2021.

2 BAKGRUND

2.1 Albert de la Chapelle, hans konstsamling och stiftelse

Albert de la Chapelle (född 1933) är en finländsk genetiker hemma från Lindö gård i Tenala i Raseborg och känd för sitt banbrytande arbete inom cytogenetiken, kromosomanalysen och den molekylära analysen av ärftliga sjukdomar, speciellt dem som är vanliga i Finland och ytterst ovanliga annorstädes. Han var Finlands första professor i medicinsk genetik vid Helsingfors Universitet till år 1997, då han flyttade till USA för att leda den humangenetiska cancerforskningen vid Ohio State University i Columbus, där han fortfarande är verksam. År 1997 erhöll han i Finland akademikers titel.

Mest känd är han för sin stora andel i upptäckten av de gener som kan orsaka ärftlig cancer i tjocktarmen, livmodern och vissa andra organ, ett tillstånd som kallas Lynch syndrom. Dessa fynd (år 1993) utgjorde startskottet till utvecklingen av diagnostiska metoder som numera är i allmänt bruk och därmed årligen räddar tiotusentals liv runtom i världen.

Albert de la Chapelle var gift med den amerikanska läkaren och cancerforskaren Clara D. Bloomfield (1942–2020), en internationellt känd expert inom leukemiforskning.



Bild: Albert de la Chapelle och Clara D. Bloomfield

År 2005 grundade Albert de la Chapelle en fond för att stöda och befrämja kvalitetskonst, kultur och bildning i hans hembygd Västra Nyland, där hans familj levtt i mer än 250 år och där han fortfarande sommartid är bosatt och tack vare fiberkabel kan sköta sina internationella forskningsuppdrag. Fonden har under åren köpt in en samling målningar från sent 1800-tal och framåt, ofta med västnyländsk anknytning, som har donerats till Västra Nylands landskapsmuseum EKTA i Raseborg, samt även på andra sätt stött museets verksamhet. Samlingen visades för allmänheten en första gång under en utställning i EKTA sommaren 2018.

För att på ett ändamålsenligt sätt kunna verka konsten till fromma grundade Albert de la Chapelle år 2017 även en självständig stiftelse, Albert de la Chapelles Konststiftelse, som har för avsikt att genom en donation till Raseborgs stad, så som här beskrivs grunda ett nytt konstmuseum på EKTA:s museitomt i Ekenäs (under arbetsnamnet "Kronan").

Tanken mognade hos Albert de la Chapelle som en förening av känslan för hembygden och känslan för konsten. Genom erfarenheter i olika länder hade han även sett hur ett gediget konstmuseum mångsidigt kan stimulera samhällslivet på en ort. Här bidrog också erfarenheten av den starkt positiva inverkan för staden Mänttä som uppnåtts av Serlachius konststiftelse och museum, grundlagda av hans förfäder.

För konstmuseet anordnades 2018 en arkitekttävling. Det vinnande förslaget, med namnet "Kronan" gjordes av arkitektbyrån JKMM. Tävlingen avgjordes i mars 2019. Sedan dess har den behövliga stadsplaneändringen beretts inom Raseborgs stad. Verksamheten har samtidigt beretts i samverkan mellan Staden, Albert de la Chapelles Konststiftelse och Pro Artibus.

2.2 Konst- och kulturutbudet i Västra Nyland och Raseborg

I Västra Nyland och Raseborg finns redan ett omfattande utbud av museer, gallerier och andra kulturevenemang. I synnerhet museerna och gallerierna erbjuder många aktiviteter året runt, men för närvarande är programutbudet klart större under sommarhalvåret, när tillströmningen av tiotusentals sommargäster i området utökar den lokala publiken.

Trots högklassiga konstgallerier och evenemang i synnerhet i Fiskars och Ekenäs, finns inget uteslutande på konst fokuserat, permanent och nationellt betydande museum.

Återkommande teman inom det existerande kulturutbudet är områdets kulturhistoria, design och konsthantverk, samt hållbar utveckling. Med sin ambitiösa målsättning och inriktning på närområdets konst samt hållbar utveckling förväntas Kronan både passa väl ihop med och komplettera det existerande kulturutbudet.

2.2.1 Museer

Inom Västra Nylands landskapsmuseums verksamhetsområde verkar för närvarande sex professionella museer: Raseborgs museum/EKTA självt samt Fiskars museum i Raseborg, i söder Hangö museum och i norr Lojo museum (inklusive Tytyri gruvmuseum), Vichtis museum och Högfors bruksmuseum Senkka. Förutom de professionella museerna finns cirka 30 lokala hembygds museer som drivs på frivillig bas.

Raseborgs museum/EKTA anordnar i sin utställningsbyggnad (EKTA) på museitomten i Ekenäs temautställningar med fokus på kulturhistoria, historia, konst och natur-teman. Utöver dessa växlande utställningar erbjuder Raseborgs museum på museitomten i Ekenäs även två permanenta utställningar ("Alla tiders Raseborg" och "Helene Schjerfbeck – Liv och konst") samt två historiska interiörer. Ytterligare erbjuds Forngårdens friluftsmuseum i Snappertuna och guidade besök i Samlingsmagasinet Leira i Björknäs i Ekenäs.

Hangö museum, Lojo museum och Vichtis museum ordnar vart och ett årligen 2–3 kulturhistoriska och/eller konstutställningar. Fiskars museum och Högfors bruksmuseum Senkka erbjuder utöver växlande kulturhistoriska utställningar även var sin permanenta historiska utställning. Fiskars museum erbjuder i Fiskars året runt även museipedagogisk verksamhet.

I Fiskars verkar sedan 2019 även Karin Widnäs Keramikmuseum KWUM som utöver Karin Widnäs egen keramik visar växlande utställningar av såväl finländska som utländska keramiker.

2.2.2 Privata gallerier och periodiska utställningar

I Ekenäs finns bredvid EKTA på museitomten Stiftelsen Pro Artibus konstcentrum och Galleri Elverket, i vilket det årligen arrangeras 4–6 konstutställningar samt övriga publikevenemang för både barn och vuxna. Galleribyggnaden inhyser även Stiftelsen Pro Artibus kansli samt konservatorsateljé. Pro Artibus idkar även annat publikarbete och konstpedagogik för närområdets familjer, daghem och skolor.

I Fiskars verkar flera privata gallerier, konstnärer och konsthantverkare som erbjuder mångsidiga kulturupplevelser och evenemang året runt. De kändaste bland dessa är den av "Andelslaget hantverkare, formgivare och konstnärer i Fiskars, ONOMA", producerade sommarutställningen med fokus på något aktuellt tema – t.ex. 2020 fokuserar sommarutställningen ("ÄNGEN") på klimatkrisens utmaningar och alternativa framtida möjligheter.

År 2019 ordnades även den första Fiskars Village Art & Design Biennale som förenar design och samtidskonst och strävar att erbjuda en lokal scen för möten mellan konstnärer och konstälskare. Evenemanget betonar hållbar utveckling och diversitet, och presenterade år 2019 för besökarna närmare hundra artister och formgivare från hela världen. Biennalen ordnas igen 2021.

I Karis står Raseborgs stad i samarbete med privata fonder i beråd att bygga ett nytt kulturhus "Nya Fokus". I Billnäs i Pojo pågår utveckling av ett mångsidigt konferens- och kulturcentrum.

2.2.3 Övriga kulturevenemang

Utöver de ovan nämnda museerna, gallerierna och konstevenemangen ordnas ett stort antal övriga årliga kulturevenemang i regionen. Dessa omfattar bland annat:

- Konstrundan (hösten) i samband med vilken konstnärer, hantverkare och formgivare i hela Raseborg öppnar dörrarna till sina ateljéer och verkstäder för allmänheten;
- Ekenäs Filmfest i Ekenäs (vintern);
- Ekenäs sommarkonserter i Ekenäs och Fiskars (sommaren);
- Scenkonstfestivalen Hangö teaterträff (sommaren);
- Litteraturevenemangen Kirjakekkerit i Karis (vanligtvis på våren) och Bokkalaset i Ekenäs (hösten);
- julmarknader bl.a. i Ekenäs och Fiskars, samt på Mörby ekogård;
- sommarteatrar, bl.a. Raseborgs sommarteater och Svartå Slotts sommarteater;
- andra och varierande musikevenemang.

Slutligen finns även ett regelbundet och varierande kulturutbud bl.a. på Kulturhuset Karelia i Ekenäs, Tryckeriteatern i Karis, samt biograferna Bio Forum i Ekenäs och Bio Pallas i Karis.

2.3 Kronans betydelse för Raseborgsregionen

Syftet med Albert de la Chapelles donation är att ge Raseborg ett högklassigt, unikt, och nationellt betydande konstmuseum, och att därigenom befrämja kulturlivet i Raseborg. Detta åstadkoms genom att kombinera en arkitektoniskt unik museibyggnad med ett konstnärligt ambitiöst utbud av utställningar och annan relaterad verksamhet året runt, samt med målmedveten marknadsföring.

Detta innebär att Kronan ökar Raseborgs synlighet såväl nationellt som internationellt (och därmed även regionens attraktivitet som resmål). Som redan konstaterats, saknar Raseborg (och Västra Nyland i allmänhet) för närvarande ett nationellt betydande konstmuseum som skulle fungera som "dragplåster" för att locka besökare utanför den lokala närmiljön.

Konsthandverks- och designkoncentrationen i Fiskars är både nationellt och internationellt välkänd, men denna saknar imagemässig anknytning till resten av Raseborg. Kronan och Fiskars kommer att komplettera varandra på ett sätt som gör det möjligt att utveckla hela Raseborgs image som ett kulturellt intressant resmål både inom och utanför Finlands gränser, samt som en attraktiv plats för unga familjer och företagare att slå sig ner i eller stanna kvar i. Kronan kan således bli en ikon i uppbyggandet av en stärkt regional självkänsla och dra till sig ung, kreativ bosättning. Det finns många exempel på att en kraftig satsning på ett museum för modern och samtidskonst har lyckats fylla denna funktion, i såväl stora som små städer, från Mänttä i Finland till världskända orter som Bilbao i Spanien.

3 VISION, MISSION OCH STRATEGISKA VAL

3.1 Ett nationellt betydande museum och drivande lokal kulturhård

Albert de la Chapelles vision är att Kronan blir ett nationellt betydande museum för modern och samtidskonst, som samtidigt också fungerar som en lokal kulturhård i Raseborg. Med museets hjälp utvecklas Raseborg till ett såväl nationellt som i det övriga Nordeuropa för sitt rika kulturliv känt resmål och attraktivt bosättningsområde.

3.2 Stimulera kulturlivet i Raseborg

Kronan skall erbjuda konstupplevelser för ortsborna, och med utställningar och anslutna evenemang befrämja samhällslivet på många nivåer, från tänkande och kultur till ekonomi. Genom att samla besökare också från andra orter skall Kronan stärka kunskapen om och självuppfattningen i Raseborg.

Genom sin regionala men internationella utställningsprofil skall Kronan möjliggöra utbyten (inklusive fysiska möten) mellan Raseborgsborna och de konstnärer vars verk ställs ut i museet och med deras bakgrundssamfund.

Med sin byggnad och sin ambitiösa utställningsprofil skall Kronan befrämja hela Kulturkvarterets synlighet i Raseborg och vitalisera stadsbilden. Byggnaden blir tydligt offentlig till sin karaktär, och ansluter på ett tidlöst sätt till stadens struktur på ett förstärkande, livgivande och vackert sätt.

3.3 Fokus på konst från Norden och Östersjöområdet

Kronans skall huvudsakligen ordna utställningar av modern och samtidskonst med fokus på konst från Norden och Östersjöområdet. Med detta avses utöver Finland och de övriga nordiska länderna även Baltikum, nordvästra Ryssland, norra Tyskland och Polen.



Bild: Kronan i Raseborg inom sitt geografiska fokusområde Norden och Östersjöområdet (*Google Earth bakgrundskarta*)

Specialiseringen, som i praktiken innebär en informell arbetsfördelning med andra närliggande museer bygger på följande omständigheter:

- I dagens värld, där konstmuseerna konkurrerar dels med varandra, och dels med andra former av underhållning, är det klart att "konst" i allmänhet eller en vag inriktning på "modern och samtidskonst" inte räcker för att kunna uppnå den publikuppslutning och det anseende som eftersträvas – ett ambitiöst museum som Kronan behöver en tydligt specialiserad profil (brand).
- En specialisering på Nordens och Östersjöområdets konst passar väl ihop med Albert de la Chapelles önskan att framhäva hembygdens kulturarv och faller sig naturligt i Raseborg, som tack vare sitt geografiska läge i sydvästligaste Finland och historia som viktig handelsregion (Ekenäs som sjöfarts- och handelsstad, Karis som järnvägsknutpunkt, och Fiskars-Billnäs-Pojo som en av centralpunkterna i Finlands verkstadsindustri) alltid har haft regelbundet utbyte med den internationella närregionen. Detta är ett faktum som lätt glöms bort idag när områdets hamnverksamhet idag allt mera koncentrerats till grannstaden Hangö.
- Inget museum i Finland har för närvarande denna profilering, samtidigt som det allmänna intresset för dessa närområden dock är stort. Kronans specialisering fyller således en uppenbar, ledig marknadsnisch inom Finland, samtidigt som de regioner som omfattas av specialiseringen, på grund av det förhållandevis korta avståndet från Ekenäs, helt konkret kan befrämja både fysisk konstnärskontakt

(t.ex. konstnärsbesök och seminarier) och turism från t.ex. Stockholm, Baltikum och St Petersburg.

Inriktningen i fråga låser inte Kronans verksamhet, men den syns i minst en årlig utställning. Fastän museets huvudsakliga konstnärliga inriktning och brand byggs upp kring modern och samtidskonst från Norden och Östersjöområdet är det alltså ändå möjligt för museet att ordna utställningar med andra teman (inklusive äldre konst, samt design och/eller arkitektur).

3.4 Betoning av miljöfrågor och hållbar utveckling

Det är Albert de la Chapelles önskan att miljömedvetenhet och hållbar utveckling skall avspeglas i både i konstmuseets utställningsverksamhet och övriga verksamhet.

Detta betyder att program för detta bör uppgöras för följande delområden:

- självklart för utställningsverksamheten samt för de enskilda utställningarna;
 - marknadsföringen och annan kringverksamhet;
- men också för
- byggprojektet;
 - EKTA:s övriga verksamhet på museitomten, eftersom Kronan integreras i EKTA.

Konst och konstmuseer förmedlar tankar. Konstmuseet skall stöda miljömedvetenhet och hållbar utveckling. I Raseborg med sina hundratals kilometer av havsstrand möter ortsbor och sommargäster handgripligen miljöproblemen för Östersjön.

3.5 Integration med EKTA och Kulturkvarteret

Att Kronan byggs upp som en del av Stadens museum EKTA (istället för som en självständig institution) ger betydande synergifördelar i och med att Kronan inte behöver dubblera nödvändiga basfunktioner såsom t.ex. biljettkassor, museibutik, tekniska tjänster och administration.

Placeringen på den existerande museitomten i Ekenäs och den fysiska integrationen med EKTA skapar även för besökarna betydande positiva effekter. Ur deras synpunkt är det en god lösning att på samma tomt, med samma huvudingång och biljettförsäljning, nå dels det nya konstmuseet, dels EKTA med sin bredare utställningsprofil, och även Galleri Elverket med sina utställningar (gratis inträde), samt Kulturkvarterets övriga evenemang. Med god planering kan tema stöda varandra

och intressera samma publik, även om marknadsföringen delvis riktar sig till olika målgrupper och därmed breddar publiktillströmningen.

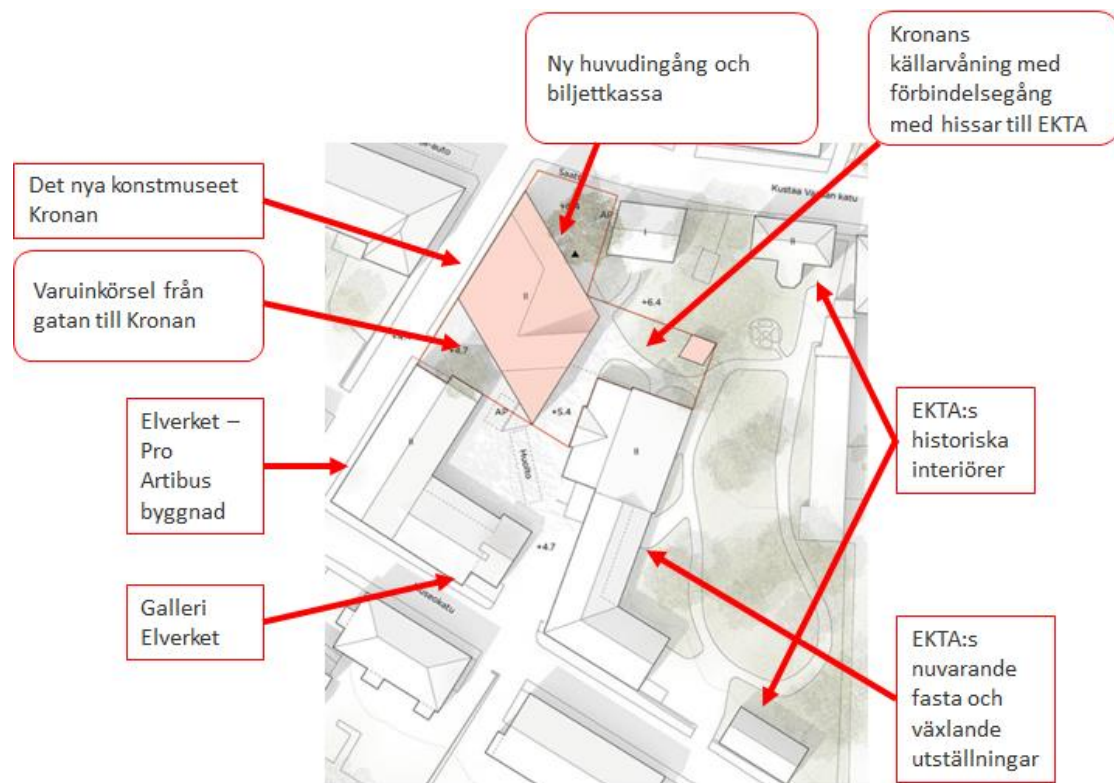


Bild: Det nya konstmuseet Kronan och de andra utställningarna i det kommande Kulturkvarteret

3.6 Möjlighet till konstsamlingsverksamhet

Kronan har inte vid starten resurser eller på museitomten utrymme för uppbyggande i större skala av en egen konstsamling. (Kronan/EKTA kan däremot ta emot donationer som förvaras i EKTA:s lagerutrymmen i Leira.) Museet kan dock själv göra införskaffningar i den mån separat finansiering finns tillgänglig, t.ex. för införskaffningar från deltagande konstnärer i samband med utställningsverksamheten.

4 VERKSAMHETSMILJÖ: TRENDER OCH KONKURRENS

4.1 Allmänna trender inom museibranschen

4.1.1 Besökarutveckling

Museistatistiken visar att antalet årliga museibesök har ökat stadigt i Finland under det senaste decenniet, från 4 869 000 besök år 2010 till 7 616 000 besök år 2019 (d.v.s. en ökning på 56 %). För konstmuseernas del har ökningen varit särskilt kraftig, från 1 383 000 år 2010 till 2 637 000 besök år 2019 (91 %).

Den allmänna konsumentstatistiken antyder dock att denna ökning främst beror på att den konstitresserade publiken gör fler besök per år idag än tidigare, medan museibesökarnas andel av befolkningen de facto har minskat. År 2009 hade 43 % procent av finländarna besökt ett konstmuseum eller en konstutställning under det senaste året, men år 2017 hade motsvarande andel minskat till 38 %.

4.1.2 Digitalisering

Digitaliseringsutvecklingen påverkar museibranschen på flera sätt. Digital underhållning (från datorspel och sociala media till streamingtjänster etc.) konkurrerar med museerna om allmänhetens intresse och tidsanvändning. Men digitaliseringstrenden skapar även möjligheter för museerna att bredda sitt utbud och nå också sådan publik som p.g.a. geografiska avstånd eller ointresse för traditionella museibesök inte vanligtvis besöker museum. Utställningarna och andra upplevelser i museet kan innehålla digitala element eller till och med helt och hållet verkställas i digital form. Användningen av digitala kanaler som t.ex. webbsidor, nyhetsbrev via e-post samt sociala media ger museerna även bättre möjlighet att marknadsföra sig och att kommunicera direkt med sin (potentiella) publik.

4.1.3 Museer som upplevelser och mötesplatser

Konstmuseers huvudsakliga uppdrag är fortfarande att samla, förvara, vårda och förevisa konstföremål, men idag ingår också i uppgiften att fungera som plats för olika möten och för utbyte av nya idéer, perspektiv och upplevelser mellan konsten och publiken, mellan äldre och yngre, konstnärer och allmänheten. Konstmuseer skapar meningsfulla förbindelser över disciplingränserna i syfte att skapa diskussion och en

bredare förståelse för vår värld. I praktiken innebär detta att utställningarna kan byggas upp lika väl kring något aktuellt tema som kring en enskild konstnär eller samling.

Av samma orsak har det även blivit vanligt att museer utöver sin utställningsverksamhet också anordnar eller deltar i evenemang (från föreläsningar och diskussionstillfällen till konstyoga och/eller teaterföreställningar) och konstpedagogisk verksamhet för såväl barn som vuxna.

Denna tankegång återspeglar och återspeglas även i det faktum att ett konstverk idag kan vara ett föremål som sådant, men lika väl förevisas i anslutning till en föreställning arrangerad av konstnären/konstnärerna, som en performans. Konstverket förmedlar ett omedelbart sinnesintryck och därtill också tankar medvetet eller omedvetet grundlagda av konstnären eller utställaren. Konstverken förevisas traditionellt på plats i konstmuseet, men idag också på andra sätt (t.ex. i bild via Internet).

I och med att museibesök innebär en ekonomisk investering och också – åtminstone i fall av ett fysiskt besök i museet – kräver en viss ansträngning av besökaren, vill besökare ofta kombinera betraktandet av konstverken med en större helhetsupplevelse. Denna omfattar då i allmänhet också betraktande av museibyggnaden, promenader och restaurangbesök under några timmar, men den kan också omfatta besök i flera olika närbelägna museer eller andra kulturmål under loppet av flera dagar.

4.1.4 Museikluster och behovet av marknadsföring

I den tilltagande konkurrensen både museer emellan och mellan museer och övriga former av underhållning har kraven på museernas kvalitet och resurser ökat. För att kunna locka till sig besökare måste museerna kunna både erbjuda kvalitativt högklassig verksamhet och marknadsföra verksamheten på ett effektivt sätt. I och med att finansieringen av sådana satsningar vanligtvis förutsätter sikte på större besökarvolymerna som måste attraheras från ett större område har samarbeten mellan geografiskt närbelägna museer blivit allt vanligare, liksom skapandet av regelrätta museicentra eller museikluster så att besökarna kan erbjudas flera upplevelser under samma resa. Ett tidigt sådant i Finland var Museicentret Vapriikki i Tammerfors, öppnat 1996, som idag erbjuder publiken 14 samtidiga utställningar från historia till teknik och naturvetenskap.

4.2 Närliggande museer i Finland

Inom det geografiska område från vilket Kronan förväntas attrahera besökare inom Finland (se avsnitt 5.1) finns för närvarande redan flera konstmuseer, inklusive museer för modern och samtidskonst (om än inget med den profilering på Nordens och Östersjöområdets konst som planeras för Kronan). Dessa kan i viss mån betraktas som konkurrenter, men de erbjuder även viktig information och lärdomar som utnyttjas i planeringen av Kronans verksamhet.

Följande jämförelser kan göras med hjälp av den omfattande Museistatistik som årligen publiceras av Museiverket. Urvalet av museer i listan nedan är subjektivt, då den faktiska konkurrensen i praktiken formas av många variabler såsom aktuella utställningar, årliga marknadsföringsinsatser och val av målgrupper.

Museum	Utställnings- verksamhetens huvudsakliga inriktning	Ort	Besöks- tal 2019	Budgetens totala kostnadssida 2019 EUR	Budgetens totala kostnadssida per besök 2019 EUR
Kiasma	Samtidskonst	Helsingfors	378 509	Del av Nationalgalleriet	
National- galleriet (3 museers summa)	Konst	Helsingfors	808 415	33 566 934	41,52
HAM	Modern och samtidskonst	Helsingfors	188 065	8 883,320	47,24
Amos Rex	Modern och samtidskonst	Helsingfors	315 235	6 459 487	20,49
Didrichsens konstmuseum	Konst	Helsingfors	49 880	889 501	17,83
EMMA	Modern och samtidskonst samt design	Esbo	135 019	4 696 343	34,78
Salo konstmuseum	Konst	Salo	36 726	994 341	27,07
WAM Wäinö Aaltonen	Modern och samtidskonst	Åbo	43 635	Del av Åbo museicentral	
(Åbo museicentral summa)	Mångsidig	Åbo	383 467	11 577 892	30,19
Åbo konstmuseum	Konst	Åbo	56 863	1 227 958	21,60
Tammerfors konstmuseum	Konst	Tammerfors	132 324	4 793 180	36,22
Sara Hildéns konstmuseum	Modern och samtidskonst	Tammerfors	42 355	2 011 183	47,48

Serlachius museer	Modern och samtidskonst samt industrihistoria	Mänttä	82 445	9 290 026	112,68
--------------------------	---	--------	--------	-----------	--------

Tabell: Ledande konstmuseer med närliggande profil, belägna inom Kronans geografiska konkurrensområde (*Museistatistiken*)

I detta sammanhang är det även skäl att notera EKTA:s nuvarande årliga besökstal som vanligtvis uppgår till ca. 20 000 dels på museitomten och dels på andra platser i Staden (2018; år 2019 var besökarantalet lägre p.g.a. ombyggnadsarbeten i byggnaden). När EKTA år 2009 ordnade en i media brett uppmärksammas sommarutställning om Helene Schjerfbeck uppgick årets besökstal till 40 000.

4.3 Raseborg som besöksmål

Satsningen på Kronan som ett konstmuseum i Ekenäs med förhållandevis hög ambition i fråga om besökstal stöder sig på flera omständigheter.

Raseborg är redan idag känt för sin natur, historia och kultur, och dess fast bosatta befolkning utökas varje sommar genom tillströmningen av tiotusentals sommargäster. I regionen finns även flera kända besöksmål såsom Fiskars, Raseborgs slottsruin och Hangö – känt som sommarstad och för sina krigsminnen. I Bromarv finns även monumentet till minne av Rila sjöslag år 1714 som har en stor ideologisk betydelse för staden St Petersburg. (Sjöslaget innebar den ryska flottans första seger, och ihågkoms varje år med en stor flottparad i St Petersburg.) Raseborg har även en starkt växande småföretagsverksamhet inom konsthantverk, ekologisk närmad och andra hållbarhetsrelaterade produkter som passar väl ihop med Kronans planerade profil.

Såväl Raseborg som Västra Nyland i allmänhet erbjuder med andra ord mångsidiga möjligheter för såväl dagsbesök som längre besök. Geografiskt sett ligger Ekenäs inom räckhåll för 3 miljoner potentiella dagsbesökare inom Finland (se avsnitt 5.1).

4.4 Besökstalens marknadsandel och begränsande faktorer

4.4.1 Besökstalens marknadsandel

Utan att räkna med besökare längre bort ifrån (t.ex. från Stockholms-området och St Petersburg) motsvarar den i budgeteringen intagna målsättningen om 33 000 besökare årligen från andra orter 1 % av sagda 3 miljoner. Det totala besökarmålet på 50 000 besök/år motsvarar för sin del 0,7 % av totalantalet museibesök i Finland 2019. (Jämförelsen bör göras på alla museers nivå, inte bara på konstmuseernas nivå, eftersom Kronan blir en del av EKTA som också erbjuder andra utställningar.)

4.4.2 Begränsande faktorer

Avsaknaden av direkt kollektivtransport mellan olika turistmål i Raseborg gör det även mindre attraktivt för icke bilburna besökare att självständigt göra heldagsbesök. En utvidgad bussförbindelse mellan Ekenäs och Fiskars skulle t.ex. möjliggöra heldagsbesök som kombinerade Kronan i Ekenäs med t.ex. keramikmuseet KWUM och ONOMAs sommarutställning.

Möjligheterna att locka övernattande besökare begränsas för närvarande av den begränsade övernattningskapaciteten (hotell och övriga) i synnerhet sommartid i Ekenäs (och Hangö). Detta förväntas inte ändra inom de närmaste åren eftersom skapande av nya turistboenden kräver, i förhållande till den korta högsäsongen (sommaren), betydande investeringar och i många fall även stadsplaneändringar. Utvecklingen av grupp-turism med övernattningskapacitet måste alltså ske i samarbete med olika aktörer med övernattningskapacitet i hela Raseborg. Detta är dock helt möjligt också ur kundupplevelsens synpunkt, eftersom de intressanta besöksobjekten också ligger utspridda, och de enskilda transportsträckorna ändå bara blir några tiotal kilometer per körning.

4.5 Växande intresse för närturism, ekologi och hållbarhet

Intresset för närturism har ökat i flera år i takt med att turismen i allmänhet har ökat och att allt fler blivit medvetna om i synnerhet flygresandets negativa miljöaspekter. Denna utveckling har naturligtvis accelererats år 2020 på grund av Corona-pandemin,

men trenden förväntas fortsätta även efter att alla restriktioner på internationella resor lyfts.

Denna trend förväntas vara positiv ur Kronans synvinkel på flera sätt. Det ökande resandet inom närområdet (inklusive i det övriga Norden och Baltikum) ökar finländarnas intresse för närområden och deras kultur, vilket ökar efterfrågan på högklassiga utställningar av konst från Norden och Östersjöområdet. Intresset för veckoslutsresmål (1–2 övernattningar) i närheten av huvudstadsregionen och andra befolkningscentra förväntas också öka när motsvarande korta resor med flyg uppfattas som mindre attraktiva. Slutligen passar Kronans betoning av miljöfrågor och hållbarhet väl in i denna utveckling.

5 MÅLGRUPPER, BESÖKARMÅL OCH RESULTATVÄRDERING

5.1 Viktigaste målgrupper

5.1.1 Raseborgsbor och sommargäster

Raseborgsbor och sommargäster förväntas besöka Kronan i samband med butiks- och andra besök i Ekenäs, eller delta i gruppbesök via föreningar. Staden ordnar även gruppbesök för skolelever.

5.1.2 Kulturintresserade besökare från andra orter

Kronan förväntas även locka kultur- och närturismintresserade besökare från andra orter än Raseborg. Sådana besökare förväntas besöka antingen (a) endast Kronan/Kulturkvarteret och någon närliggande matservering samt shoppa/promenera i Ekenäs, eller (b) även 1–3 andra sevärdheter i Raseborg/närheten, såsom Hangö, Raseborgs slottsruin och Fiskars konsthantverksby.

På grund av det begränsade utbudet av övernattningsmöjligheter i både Ekenäs och Raseborg som helhet förväntas dock största delen av dessa besökare stanna högst en hel dag. Realistiska avstånd för endagsbesök är för högst 3 timmars resa i en riktning, d.v.s. i praktiken från orter belägna söder och väster om linjen Björneborg-Tammerfors-Kouvola. Dessa besökare förväntas resa antingen enskilt, som familjer eller andra smågrupper huvudsakligen i egen bil, eller via större gruppbesök med egen transport (buss).

Kronans inriktning på konst från Norden och Östersjöområdet gör det dock i princip möjligt att locka besökare även från utanför Finlands gränser. På grund av bristen på övernattningskapacitet kommer marknadsföringen dock i första hand att riktas till utländska turister som redan vistas inom det ovan definierade området för endagsbesök, samt konstantusiaster i bl.a. Stockholmsområdet, Estland och St Petersburg som kan lockas till övernattningsbesök för att se en specifik utställning. I detta sammanhang kan nämnas att Raseborgs stad har identifierat en potential av besökargrupper från Sverige som gör ett flerdagars besök i Finland med färja från Stockholm till endera Åbo eller Helsingfors, har program i sydvästra Finland och återvänder till Stockholm med färja från den andra staden.

5.1.3 Barn och ungdomar

Barn och ungdomar förväntas besöka Kronan både tillsammans med sina familjer (i första hand Raseborgsbor och sommargäster, men även besökare längre bort ifrån), och i samband med gruppbesök ordnade av Raseborgs stad.

5.2 Besökarmål och resultatmätare

Det totala besökarmålet är 50 000 besök per år. Detta innebär en ökning med 30 000 årliga besök från EKTA:s nuvarande årliga normala besöksvolym.

Raseborgsbor och sommargäster förväntas stå för ca. 1/3 av besöken (ca. 17 000 besök/år). Besökare från andra orter förväntas representera 2/3 av besöken (ca. 33 000 besök/år). Av besökarna förväntas 30 % (15 000 besök) betala fullt pris, medan 20 % (10 000 besök) köper rabattbiljett. Besökare med Museikort beräknas uppgå till 20 % (10 000 besök), och gratis besökare till 30 % (15 000 besök).

Det bör noteras att dessa siffror inte beaktar huruvida de enskilda besökarna i första hand vill besöka Kronans konstupställningar eller någon annan utställning inom Kulturkvarteret. Inträdesbiljetten berättigar till besök i både Kronan och EKTA:s redan existerande utställningsutrymmen, liksom till besök i Galleri Elverket (gratis). Målet och uppskattningarna innehåller dock inte sådana eventuella besökare som endast besöker Galleri Elverket (d.v.s. utan att köpa någon inträdesbiljett).

Besökstalet och -fördelningen uppföljs på tre sätt: (a) via biljettförsäljningen, (b) med förfrågningar bland besökarna, samt (c) via de siffror som erhålls av samarbetande turistföretagare. Besökstalet uppföljs per utställning och månad. Sommarsäsongen maj-september (40 % av året) förväntas ge 75 % av besökstalet, dvs 37 500 besök. Besökarnas uppskattning av och åsikter om utställningarna och museets övriga verksamhet är även viktig kunskap, som utreds genom förfrågningar.

5.3 Målsättningar och mätning gällande tänkesätt och kultur

Besökstalen och de direkta ekonomiska aspekterna är viktiga för att möjliggöra Kronans verksamhet och för Raseborgs stad. Men som i avsnitt 3 har beskrivits förväntas konstmuseet också ha en inverkan på tänkesätt och kulturliv. Det gäller såväl i Raseborg som i hela det område konstmuseet verkar inom konstvärlden och samhället.

De långvariga effekt-kedjorna från konstmuseets verksamhet till människors tänkesätt och därefter deras handlande är svåra att mäta, eftersom människor utsätts för så många olika impulser – samverkande eller andra. Men attitydförändringar mäts löpande inom reklam- och gallupbranscherna. Kronan/EKTA kan således delta i sådana undersökningar och beställa siffror på t.ex. hur vissa budskap Kronan befrämjat har uppfattats av allmänheten. Det kan gälla kunskap om Raseborg, om en viss konstnär eller konstnärligt tema, om vissa miljöfrågor osv.

Mer direkt kommer Kronan/EKTA att mäta kommentarer om verksamheten i press och sociala media, samt med förfrågningar bland besökarna.

6 VERKSAMHET OCH TJÄNSTEPORTFÖLJ

6.1 Kronans konstutställningar

I enlighet med sin mission organiserar Kronan ett ambitiöst program av växlande utställningar med olika teman i anknytning till museets specialisering på modern och samtidskonst från Norden och Östersjöområdet. Målet är 3 utställningar per år, varav en årlig "huvudsatsning" under sommaren och turisthögssäsongen (maj-september) och två mindre utställningar under resten av året.

I samband med utställningarna anordnas även anslutande program i museibyggnaden såsom guidade utställningsbesök, konstnärspresentationer, etc. För somrarnas storsatsningar publiceras även en utställningskatalog i både fysisk form och online. För övriga utställningar publiceras åtminstone en presentationsbroschyr.

Varje utställning kräver en beredningstid på 1–3 år. Detta innebär också att utställningsprogrammet slås fast 1–3 år i förväg. Utställningarnas teman koordineras i mån av möjlighet med de övriga utställningarna och programmen i Kulturkvarteret. Detta innebär, förutom uppenbara synergifördelar för institutionerna i kvarteret, en möjlighet att erbjuda allmänheten ett bredare perspektiv på de teman utställningarna anknyter till. Ett exempel kunde vara hållbar utveckling och miljöskydd i Östersjöområdet.

Albert de la Chapelles konstsamling ingår i utställningarna enligt behov, men avsikten är i synnerhet att föra fram ny konst i samarbete direkt med konstnärer och med andra museer och konstinstitutioner både i Finland och utomlands. Albert de la Chapelles konstsamling kan dock utnyttjas så att den förevisas mellan de växlande utställningarna och verk ur den kan lånas ut till andra institutioner i utbyte för verk som lånas in för utställningarna.

6.2 Andra utställningar i Kronan

Förutom konstutställningar finns en målsättning att ställa ut Albert de la Chapelles omfattande samling av silverföremål. Guld- och silversmidet har långa traditioner i Västra Nyland och tanken är att skapa en utställningstradition kring detta tema. Utställningarna kommer att locka förutom speciella målgrupper även en bredare publik, samt intressera också konstutställningarnas besökare

Förutom traditionella konstupställningar anordnas vid behov även utställningar av högklassig design och/eller arkitektur enligt teman som passar in i museets profil och brand.

6.3 Specialvisningar (events) och guidade turer

Det kommer att behövas guidning mot betalning för grupper samt specialvisningar med möjlighet till avskild samling. Dessa tjänster har dock inte här beaktats i budgeteringen (tillkommande intäkter och utgifter). Här behövs också samarbete med Raseborgs restauranger, eftersom Kronan inte har utrustning för fullödlig matservering.

6.4 Online-verksamhet

I dagens värld, och i synnerhet med beaktande av museets målsättning att bli ett nationellt och regionalt betydande centrum för Nordens och Östersjöområdets moderna och samtidskonst, kan museets verksamhet inte begränsas enbart till de lokala aktiviteterna i Ekenäs. Museet arbetar därför på att utveckla ett intressant utbud av tjänster online, som dels kompletterar utställningarna och de övriga aktiviteterna i museibyggnaden, och dels gör det möjligt att bekanta sig med museets samlingar och utställningar på distans. Som exempel kan nämnas t.ex. utställnings- och konstnärspresentationer och nedladdningsbara audioguides. Syftet med online-tjänsterna är dock i främsta hand att öka kunskapen om museets aktiviteter, inte att ersätta fysiska besök på platsen.

För Kronan är här intressant att ha digitala element i museet, att erbjuda Raseborgsborna digitala upplevelser på distans till den del de inte kan komma till museet och att använda digitala inslag i marknadsföringen. Däremot blir det inte aktuellt att erbjuda en full upplevelse på distans, då Kronan önskar samla besökarna till orten och befrämja sociala kontakter.

Museet ägnar sig även åt omfattande marknadsföring av sin verksamhet via sociala medier. För att nå besökare i olika åldersgrupper är museet aktivt i flera olika kanaler (Facebook, Twitter, Instagram, osv). Via dessa kanaler presenteras förutom utställningar, evenemang och konstverk även på en löpande basis "livet bakom kulisserna" i museet och museet kommunicerar aktivt med sin publik i syfte att skapa en engagerad gemenskap kring museet.

6.5 Konstpedagogisk verksamhet (inklusive aktiviteter för barn)

För att förverkliga konstmuseets syfte är avsikten att också bedriva konstpedagogisk verksamhet där programmet byggs upp enligt de aktuella utställningarna i Kronan. Detta omfattar t.ex. möten mellan konstnärerna och allmänheten, undervisning given av konstnärerna och aktivitet för ungdomar och barn.

För småbarnsfamiljer kan erbjudas t.ex. särskilda utställningsguidningar för barn, verkstäder, och teater eller sagostunder i anknytning till aktuella utställningsteman. Aktiviteterna kan med fördel ordnas på morgnar och tidiga förmiddagar när besökstalet i vanliga fall är mindre än senare under dagen. För äldre barn och tonåringar erbjuds aktiviteter som utformas särskilt för att tilltala ungdomar. Det kan handla om t.ex. interaktiva konstverk, virtuella konstupplevelser eller möjlighet till workshops eller diskussioner med fokus på digital konst, ekologi eller andra aktuella teman.

Kronan saknar lämpliga mindre utrymmen som kan avskiljas för dessa ändamål. Liknande aktiviteter erbjuds dock redan av Pro Artibus i Galleri Elverket, och diskussioner förs om att tillsammans bedriva sådan verksamhet i Pro Artibus byggnad. För större sammankomster måste någon av Kronans utställningshallar användas, eller alternativt andra större utrymmen i närheten.

Dessa tjänster har dock inte här beaktats i budgeteringen (tillkommande intäkter och utgifter) utan är beroende av projektvis finansiering.

6.6 Kompletterande tjänster inom Kulturkvarteret

På Kulturkvarterets tomt erbjuds museibesökarna också möjlighet till uppköp i EKTA:s museibutik samt förfriskningar och lättare måltider i EKTA:s café (i framtiden servering både inne och utomhus). Utöver vanlig caféverksamhet erbjuds även tidvis frukost/brunchpaket etc. i kombination med specialaktiviteter i museet (familjeförmiddagar etc.).

Utbudet i EKTA:s museibutik utvecklas för att motsvara även Kronans specialisering och programutbud. Detta omfattar relaterad litteratur, inklusive museets egna utställningskataloger, men också övriga kostrelaterade produkter. I linje med Kronans målsättning förutsätts att såväl produkter som betjäning håller genomgående hög kvalitet för att förstärka besökarnas intryck av ett museum med hög standard.

Inom Kronan verkar även Stadens turistinformationspunkt. Detta är en klar fördel såväl ur Kronans som Stadens synvinkel eftersom Kulturkvarteret blir en naturlig startpunkt för besökarnas utforskning av Ekenäs.

6.7 Samarbeten

Ett samarbete kan även utvecklas med Villa Schildt/Villa Skeppet. Detta enfamiljshus, beläget 500 m söder om Kronan är ritat av Alvar Aalto för familjen Göran Schildt. Det ägs idag av en stiftelse och öppnas för allmänheten år 2020. T.ex. kan arkitekturintresserade heldagsbesökare i Ekenäs först besöka Kulturkvarteret på förmiddagen, och efter lunch i centrum promenera genom Gamla stadens trähuskvarter längs med stranden till Villa Schildt.

Museet samarbetar även i övrigt med Stadens turismenhet och andra tredje parter, för att erbjuda program och upplevelsepaket både i och utanför Kulturkvarteret. Möjliga andra samarbetspartners är till exempel:

- researrangörer (t.ex. utställningsresor med hyrd buss från huvudstadsregionen);
- lokala restauranger (t.ex. tematiska menyer i anknytning till museets utställningar och/eller rabatter för museibesökare);
- lokala turistboenden (t.ex. övernattningspaket och/eller rabatt för hotellgäster/museibesökare);
- lokala guider;
- andra lokala föreningar och/eller företag (konstyoga, musikprogram, etc.);
- Stadens andra verksamhetsenheter och privata parter med större utrymmen som är lämpliga för seminarier i anslutning till Kronans utställningar.

Syftet med alla samarbeten är att erbjuda besökarna individualiserade, minnesvärda upplevelser som ökar uppskattningen av museibesöket och stöder konstupplevelsen.

6.8 "Raseborgsbiennalen"

I linje med Albert de la Chapelles önskan att Kronan skall befrämja kulturlivet i Ekenäs/Raseborg vore det möjligt att i samband med Kronan ordna en regelbunden konstfestival-verksamhet, så att i samband med sommarens utställning t.ex. utställda konstnärer under en begränsad tid inbjuds att ge undervisning åt anmälda deltagare. Detta kan samordnas med t.ex. Ekenäs sommarkonsorter, så att konsten blir en del av programmet.

Pro Artibus har även uttryckt intresse för en sådan verksamhet. Vad en sådan "Raseborgsbiennal" kan bestå av i praktiken bör diskuteras och definieras närmare, men en möjlighet vore att Kronan/EKTA och Galleri Elverket tillsammans ordnar koordinerade utställningar i sina utrymmen, med konstverk även utplacerade på offentliga platser runt om i Raseborg. Även andra privata gallerier och andra aktörer såsom Biblioteket och Kulturinstitutet (fd Medborgarinstitutet) kan bjudas in att delta i verksamheten. Evenemanget kunde även inkludera aktörer i Fiskars, Billnäs, Karis och Svartå.

Dessa tjänster har dock inte här beaktats i budgeteringen (tillkommande intäkter och utgifter) utan är beroende av projektvis finansiering.

7 MARKNADSFÖRINGSSTRATEGI

7.1 Allmänt

För att uppnå de ovan beskrivna målsättningarna i fråga om både anseende och besökssiffror kommer Kronan och EKTA att behöva en solid och maximalt praktiskt inriktad marknadsföringsplan. I och med att Kronans dragningskraft till stor del beror på dess brand/profilering som ett ledande museum för Nordens och Östersjöområdets konst står det även klart att marknadsföringen av konstupställningsverksamheten måste vara aktiv, långsiktig, och geografiskt ansenligt bredare än t.ex. för EKTA:s övriga utställningar.

För att säkerställa detta är det ändamålsenligt att marknadsföringen av det nya konstmuseet behandlas inom Utställningskommittén (se avsnitt 8.2) som även behandlar själva utställningsverksamheten.

Marknadsföringen riktar sig först och främst till de besökarmålgrupper som beskrivits ovan, med betoning på personer som redan är intresserade av konst och kultur, närturism och/eller närområdet i bredare bemärkelse. Fastän största delen av museibesökarna åtminstone i början förväntas komma från inom Raseborg och övriga områden i sydvästra Finland förväntas Kronans profilering kunna väcka intresse även utanför Finlands gränser i hela Norden och Östersjöområdet (inklusive miljonstaden St Petersburg). För att kunna nå denna potentiella publik är det klart att åtminstone brandbyggnadsmarknadsföringen genast från början måste vara mångspråkig och till stor del online, samt bygga på samarbeten med t.ex. turistbyråer, researrangörer och så kallade influencers på sociala medier. Detsamma gäller även de större utställningarna, medan marknadsföringen av EKTA:s övriga aktiviteter i alla fall till en början kan riktas mer lokalt till publiken i sydvästra Finland.

7.2 Kronans konstupställningar

För Kronans konstupställningar och andra aktiviteter uppgörs en flerdimensionell marknadsföringsplan omfattande:

- Närmare definierade målgrupper och geografisk utsträckning (lokalt, nationellt, internationellt);
- Tidsperspektiv, långsiktigt brandbyggande, respektive kommande och pågående utställningar;
- Metoder, press, influencers, sociala media, printutskick, annonsering;
- Samfundsbyggande, föreningar, "Museets vänner" och andra sponsorer;

- Samarbete med Staden och turistsektorns aktörer (se avsnitt 8.4).

7.3 Gemensamma aktiviteter med andra aktörer

För Kulturkvarteret och de gemensamma aktiviteterna inom det utarbetas en separat, gemensam marknadsföringsplan med bredare deltagande och resurser än vad EKTA och Pro Artibus hittills haft tillgång till. Denna omfattar utöver de i föregående stycke redan definierade dimensionerna även

- det operativa samarbetet med Raseborgs andra aktörer inom kultur och turism;
- Stadens satsning på sin egen branding för turism och framförallt också för att aktivera och locka nya invånare;

I Stadens satsning förväntas ingå

- samarbete med stora arbetsgivare och företagarföreningar;
- samarbete med medborgarorganisationer (partier, byaföreningar, intresseföreningar).

8 RESURSER

8.1 Byggnaden

Kronan får utställningsutrymmen i tre våningar, två våningar ovan jord och en källare. Ingången är i första våningen, från norr från Gustav Wasas gata. Källaren har en förbindelsegång till EKTA:s nuvarande utrymmen. Förbindelserna via gården till EKTA:s nuvarande utrymmen och Galleri Elverket utreds ännu.

Kronans rumsindelning framgår översiktligt på följande bild.

Byggnaden uppförs av Albert de la Chapelles Konststiftelse och doneras därefter till Raseborgs stad.

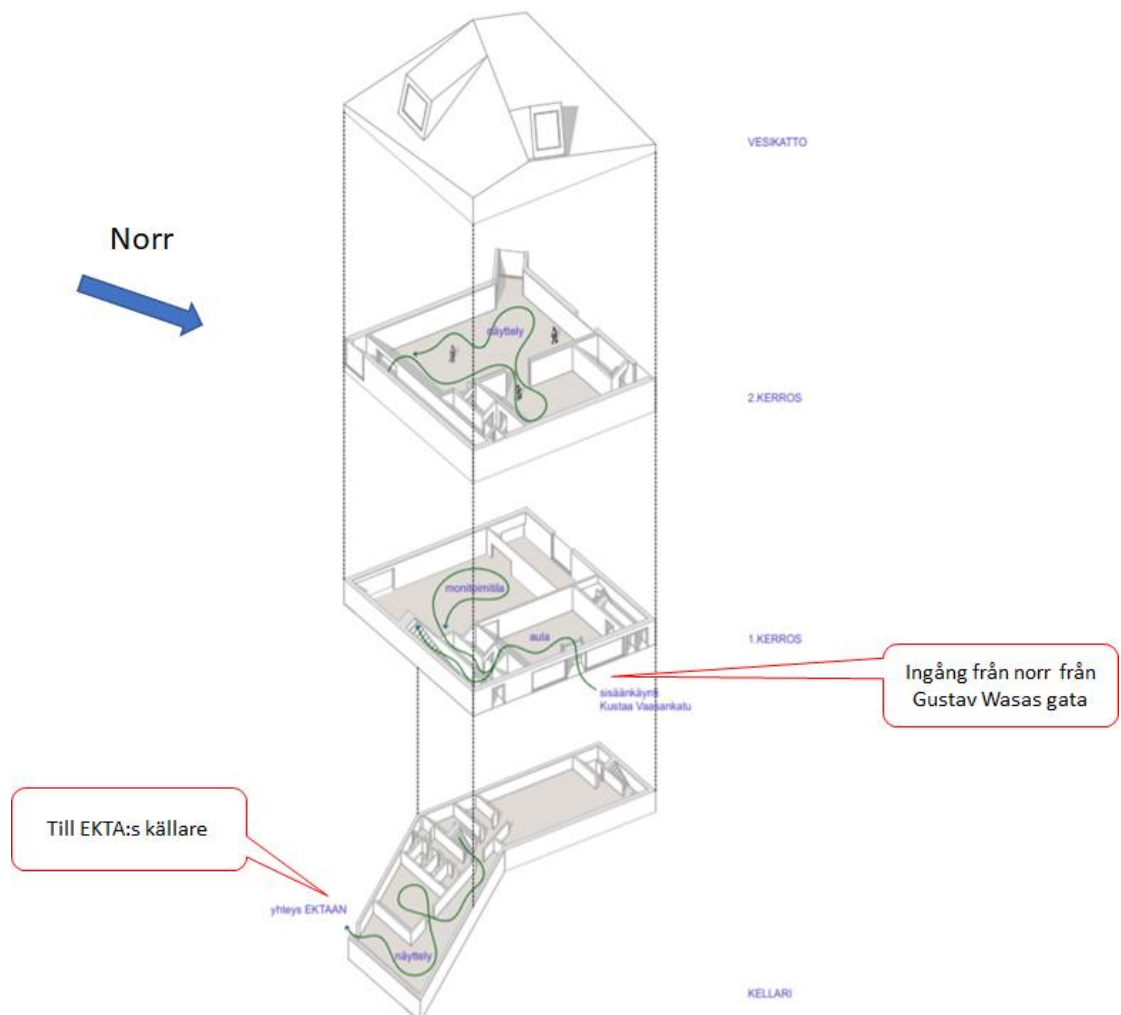


Bild: Kronans våningsplan

8.2 Organisation

Kronan blir en fullt integrerad del av Stadens museum EKTA och därmed EKTA:s utställningsverksamhet på den nuvarande museitomten, som samtidigt utvecklas till ett Kulturkvarter. På tomten befinner sig också Pro Artibus i sitt hus Elverket.

Albert de la Chapelles Konststiftelse har utfäst sig att inom ett långvarigt samarbetsavtal (utarbetas i oktober 2020) för Kronan för ändamål såsom projektvist överenskomms, för årliga bidrag reservera medel till ett minimibelopp om 250 000 EUR. Plattform för samplaneringen blir en rådgivande Utställningskommitté inom EKTA, där Staden har 3 företrädare och Albert de la Chapelles Konststiftelse minst 2 företrädare. Pro Artibus avser likaså att sluta ett samarbetsavtal med EKTA och därvid delta i Utställningskommittén med minst 1 företrädare.

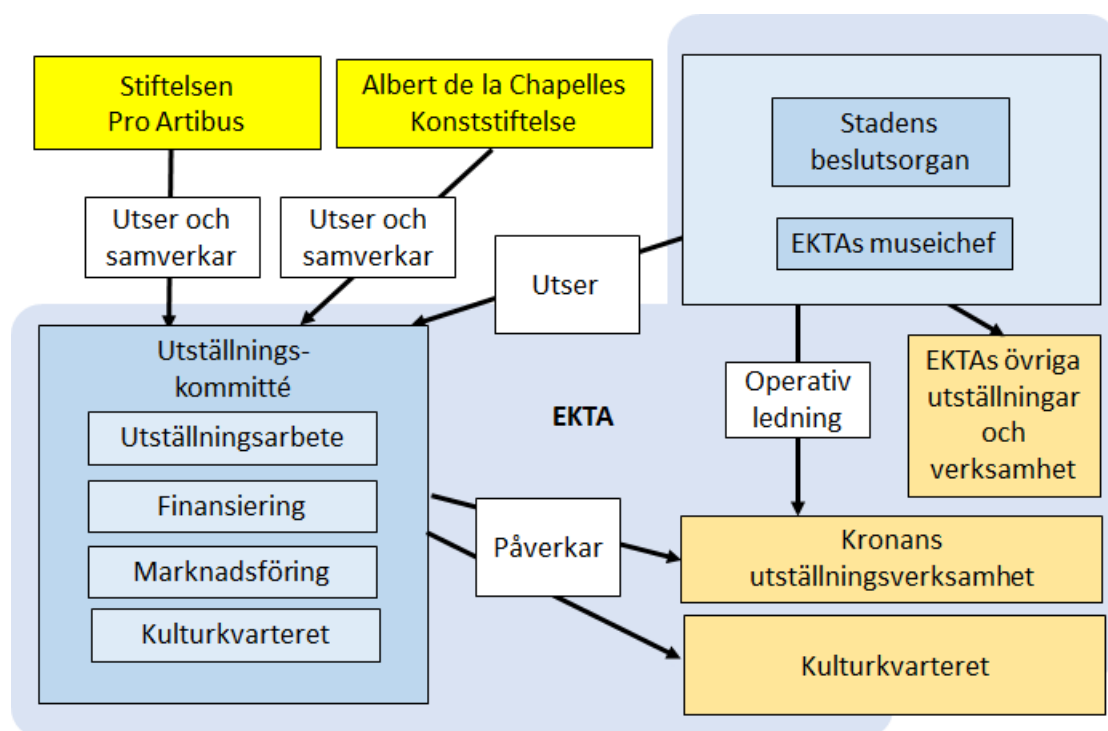


Bild: Parterna kring Kronan med Utställningskommittén som plattform för samarbetet

Utställningskommitténs uppgift är att behandla planerna för utställningsverksamheten, dess resursering med personal och finansiering samt marknadsföringen. Då Kulturkvarteret som helhet starkt påverkar Kronans framgång, kommer Kulturkvarterets allmänna verksamhet också att behandlas i Utställningskommittén. Utställningskommittén kommer inte att behandla EKTA:s övriga utställningar förutom deras möjliga synergi med utställningarna i Kronan.

Utställningskommittén arbetar med åtminstone tre arbetsgrupper, bestående av dess medlemmar, Kronans/EKTA:s personal och andra företrädare för EKTA/Staden, Pro Artibus och Albert de la Chapelles Konststiftelse, för respektive

- Utställningsplanering;
- Finansiering;
- Marknadsföring.

8.3 Personal

Kronan kan som integrerad del av EKTA utnyttja EKTA:s administrativa och utställningstekniska personal. Såsom av budgeten framgår, ser vi dock att Kronan medför tilläggsbehov av personal enligt följande:

Inom den schematiska årsbudgeten:

- 3 årsverken av specialister – en ledande kurator/amanuens, en marknadsförare samt en tredje person enligt den arbetsfördelning som rekryteringen medger. Vid rekryteringen säkras att dessa tillsammans besitter, förutom konstvetande, också insikter i utställningsplanering, finansiering (medelanskaffning) och marknadsföring. Årsverken kan utföras av personal formellt bekostad av EKTA eller Albert de la Chapelles Konststiftelse. I samarbetsutställningar kan en annan samarbetspart (t.ex. Pro Artibus) bekosta eller ersätta en del av bemanningen. Också ersättare inom bemanningen (för tjänstledigheter osv.) planeras på förhand mellan parterna;
- 3 årsverken av teknisk museipersonal (assistenter, vakter, guider);
- 1–1,5 årsverken av teknisk museipersonal tillkommande för större utställningar;

Utanför den schematiska årsbudgeten:

- 1 årsverke av ungdomspraktikanter som teknisk museipersonal, bekostade av Staden;
- Guider och event-värdar enligt löpande behov och finansiering.

8.4 Nätverk

8.4.1 Utställningsarbete, närstående parter och andra

Vid planeringen och genomförandet av utställningar utnyttjar Kronan också expertis inom EKTA, Albert de la Chapelles Konststiftelse och Pro Artibus, samt dessas långvariga kontaktnät.

8.4.2 Marknadsföring och kringtjänster, närstående parter och andra

Också gällande marknadsföringen och kringtjänsterna utnyttjar Kronan parterna som är företrädare i Utställningskommittén. Därtill särskilt också Stadens enheter och etablerade samarbetsnätverk.

9 RISKANALYS

9.1 Allmänna risker

9.1.1 Minskade turistströmmar

Corona-pandemin 2020 visade på möjligheten att turism-industrin kan drabbas av dramatiska störningar. Kronans tyngdpunktssatsning på lokala besökare och dagsbesökare från sydvästra Finland minskar dock risken i förhållande till resmål som är beroende av flyg, kryssningsturister och andra utländska resenärer.

9.1.2 Allmän ekonomisk utveckling

En försvagad allmän ekonomisk utveckling kan också för en längre tid beskära publikens beredskap att besöka och betala för museibesök. Härvid kan Kronans utställningskostnader dock skäras ner, och vid behov kan Kronans utrymmen delvis användas för Raseborgs andra kulturella behov.

9.1.3 Konkurrens från andra former av underhållning (bl.a. av digitala tjänster)

Teoretiskt kan man tänka sig att publikens intresse för fysiska museibesök minskar i förhållande till digitala upplevelser. Kronan som projekt hyser dock en stark förtröstan på de fysiskt-sociala och samfundsmässiga kontakternas dragningskraft och utvecklingspotential. I princip kan Kronans verksamhet dock spjälkas upp så att museitjänster erbjuds digitalt och museiutrymmet används för andra kulturella behov.

9.1.4 Sviktande besökstal

Kronan kommer att hålla växlande utställningar, där varje utställning innebär en ny risk att publikmålen missas. Såsom i avsnitt 10.2 beskrivs, kommer verksamheten dock att bedrivas med förhandsplanering så att utställningen förhandsfinansieras och ytterligare säkras med ekonomiska garantier mot sviktande publikresultat.

9.2 Projektspecifik SWOT-analys

Följande uppställning SWOT-bedömer Kronan som ett projekt bland andra konstmuseer, gällande dess styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

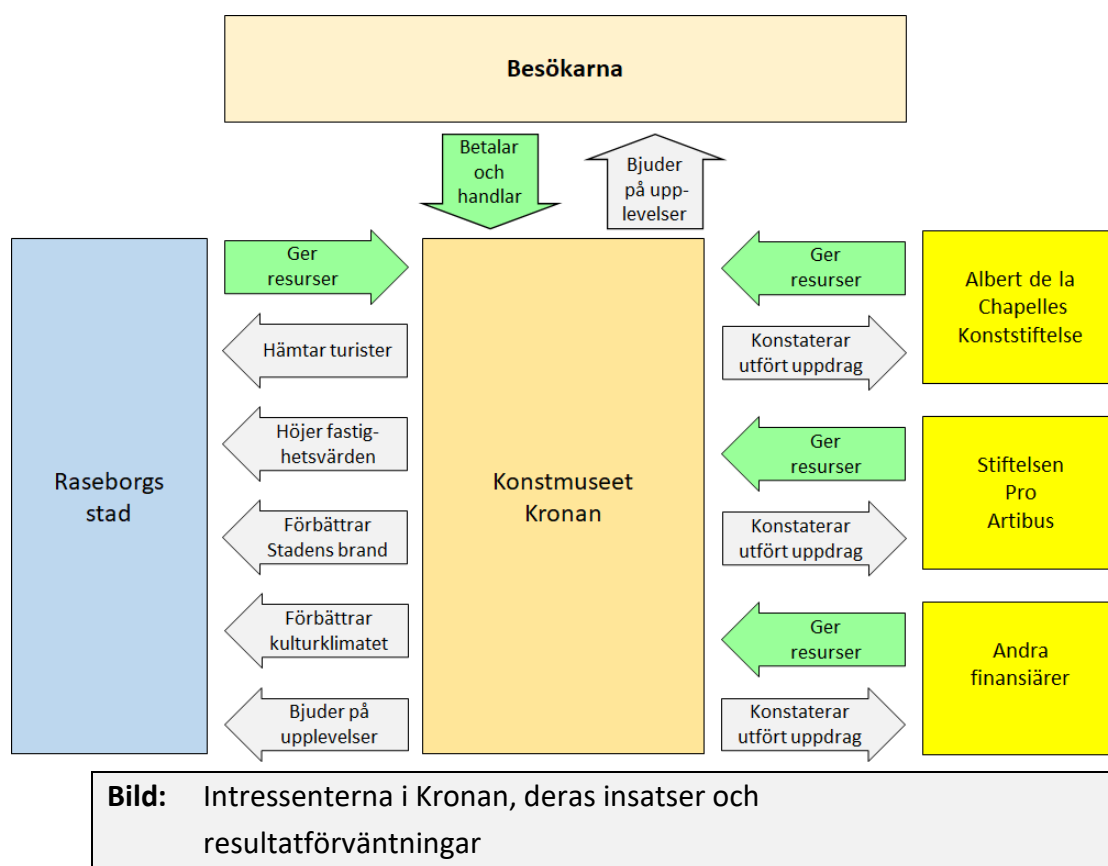
STYRKOR • Hög ambition som ett nytt projekt inom en beredd mark av omgivande Kulturkvarter, kulturutbud, Stadens nätverk och lokalt besökarunderlag (sommargästerna medräknade). • Tillskott av 2 privata stiftelser som tillskjuter resurser och nätverk i konstmuseumsvärlden. • Från början insats av marknadsföringstänkande med möjlighet att locka besökare i Finland och grannländerna. • Nytt hus som i sig väcker intresse de första åren.	SVAGHETER • Nytt okänt museum utan stor egen samling som säkert dragplåster. Varje utställning är en ny risk. Marknadsföringen måste lyckas. • Ekenäs som besöksort är okänd utanför Raseborg och sommargästernas krets. • Brist på övernattningskapacitet. • Svag infrastruktur – brist på kollektivtrafik, parkeringsplatser, stora matserveringar. • Komplicerad beslutsstruktur, som förutsätter aktivt samarbete i Utställningskommittén.
MÖJLIGHETER • Starten utan barlast möjliggör byggande av brand, utställningar och aktivitetsformer som också tilltalar ungdomar. • Museets profil och regionens övriga besöksmål möjliggör marknadsföring till St Petersburg och Stockholm. • Besökspaket är möjliga med Fiskars och andra näraliggande mål. • Kan bli en samlingspunkt och motor för regionens kulturliv och turism.	HOT • Projektet lider starkt om en eller flera av de tre nyckelparterna (Staden och de 2 stiftelserna) förlorar förmågan att stöda projektet med ledningskraft och andra resurser. • Allmänna risker (se avsnitt 9.1).

10 VERKSAMHETENS EKONOMI OCH BUDGET

10.1 Ekonomins uppläggning, intressenter och finansieringsaktivitet

10.1.1 Intressenterna

Intressenterna i Kronan, deras insatser och resultatförväntningar är följande:



10.1.2 Raseborgs stads resultatförväntningar

Raseborgs stad blir som ägare till Kronan formellt sista hands ansvarig för Kronans verksamhet, och däri även för att Kronan har kunnig bemanning. I gengäld är det skäl att den löpande verksamheten planeras så att Stadens ekonomiska bidrag inte överstiger den utdelning Staden på olika sätt får av projektet.

De resultat Staden erhåller kan beskrivas närmare:

- **Hämtar turister**

De besökare som kommer från andra orter medför ökad försäljning också utanför Kulturkvarteret, i restauranger och butiker. (Försäljningen av övernattningstjänster begränsas tillsvidare, speciellt under sommaren, av bristen på kapacitet.) Genom ekonomiska kedjor ger denna försäljning ökad kommunalskatteintäkt.

- **Vitaliserar Staden och höjer fastighetsvärden**

Kronan och Kulturkvarteret har en potential att bli en stark östra fästpunkt i en aktivitetsaxel västerut till Stallörsparken och Norra hamnen. Detta Ekenäs traditionella centrum med Rådhusetorget och Kungsgatan har tynat då dagligvaruhandeln med sitt behov av parkeringsplatser har flyttat norr om åsen kring Järnväggsgatan. Området omfattar idag, förutom den lockande stadsbilden, många restauranger, men saknar ett dragplåster. Kulturkvarteret skall bli detta dragplåster. Detta bör leda till ökat gatuliv och ökad försäljning i butiker och matserveringar och höjer fastighetsvärdena.



Bild: Aktivitetsaxeln mellan Kulturkvarteret (märkt med blå färg) i öst och Stallörsparken och Norra hamnen i väst (Bakgrundskarta: Raseborgs kartservice)

- **Förbättrar Stadens brand**

Raseborgs stad bereder som bäst en uppdatering av sitt brand/image/varumärke och marknadsföring gentemot turister, inflyttare och företag. Kronan erbjuder möjligheten att här betona modern och samtidskonst. (Hittills har ett större konstmuseum saknats i regionen.)

På samma sätt har Mänttä byggt sitt varumärke med stöd av Serlachius konstmuseum.

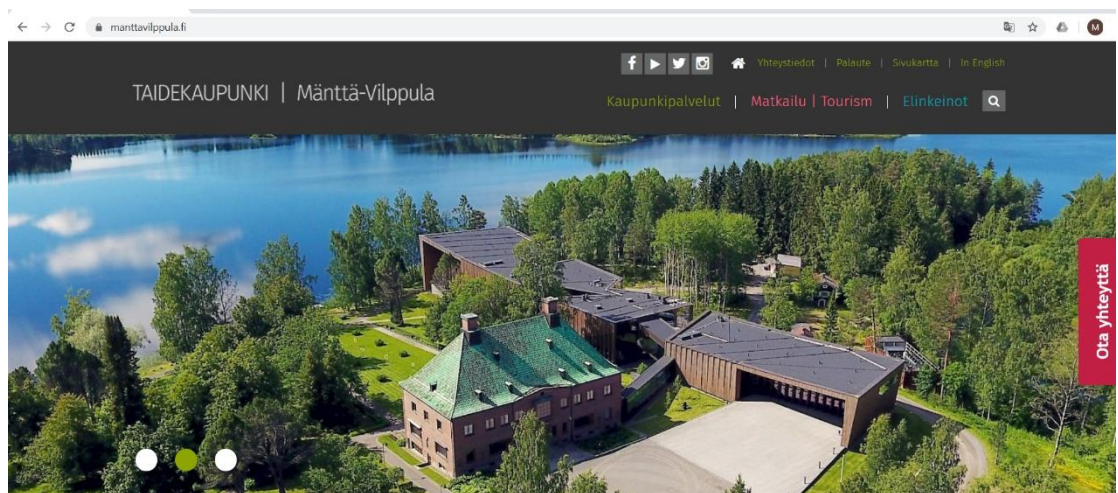


Bild: Som jämförelse: Staden Mänttä-Filppula har profilerat sig som "Konstens stad" ("Taidekaupunki") och visar Serlachius konstmuseum som andra blickfång på sin nätsida, efter pappersfabriken (nr 1) och före en småbåtshamn (nr 3).
Bildkapning 12.6.2020

- **Förbättrar kulturklimatet**

Kronan kommer med sina utställningar, med kringaktiviteterna och som dragplåster för turisterna att stimulera kulturklimatet och självuppfattningen i Raseborg.

- **Bjuder på upplevelser**

Kronan erbjuder upplevelser för Raseborgs-borna och deras gäster, som betalande besökare, som deltagare i gratis gruppbesök (t.ex. skolelever) och som deltagare i kringaktiviteterna

10.1.3 Stadens och de andra finansiärernas insatser

Raseborgs stad

Enligt den schematiska årsbudgeten i avsnitt 10.4 ger Konstmuseet Staden årliga tilläggsutgifter på 164 272 EUR. Detta är skillnaden mellan kostnaderna och intäkterna plus bidraget från Albert de la Chapelles Konststiftelse. Men utan att ännu beakta de 100 000 EUR tilläggsbidrag som förväntas kunna erhållas av Pro Artibus och andra finansiärer (se nedan).

Härvid bör dock beaktas att av dessa 164 272 EUR upp till 135 000 EUR (med nuvarande kostnadsuppskattning för byggnadsprojektet) utgörs av det kapitalvederlag / den bokföringsmässiga avskrivningen på den som donation mottagna byggnaden. Staden tillskjuter således ett belopp som samtidigt ger EKTA möjlighet att åt Staden betala hyra för byggnadens kapitalkostnad (och därmed för framtiden ackumulera återanskaffningsvärdet för byggnaden). ***Kassamässigt belastar detta Staden således först när byggnaden någon gång i framtiden behöver en grundreparation.***

Albert de la Chapelles Konststiftelse

Albert de la Chapelles Konststiftelse har utfäst sig att inom ett långvarigt samarbetsavtal (utarbetas i oktober 2020) för Kronan för ändamål som projektvis överenskomms, för årliga bidrag reservera medel till ett minimibelopp om 250 000 EUR. Bidragen kan gälla utställningsvisa kostnader och andra (fasta) kostnader.

STIFTELSEN PRO ARTIBUS OCH ANDRA FINANSIÄRER:

I den schematiska årsbudgeten beräknas att Kronan från samarbetspartner som Stiftelsen Pro Artibus, andra allmännyttiga finansiärer och andra privata finansiärer (sponsorer) årligen insamlar kostnadstäckning och penningmedel om minst 100 000 EUR.

Pro Artibus

Pro Artibus avser likaså att sluta ett samarbetsavtal med EKTA. Avtalet gäller utställningssamarbete och samarbete gällande publikprogram och konstpedagogisk fostran. Genom detta samarbete kommer en del av specifika utställningars kostnader, arbetskraft samt köptjänster delvis att axlas av Pro Artibus, exempelvis vartannat år.

Andra allmännyttiga finansiärer

Utställningskommittén söker också projektvist finansiering för utställningsverksamheten från andra allmännyttiga finansiärer, inom den offentliga sektorn och den tredje sektorn. Dessa finansiärer vet då att de ger ett komplement till en färdig

och ansvarsfullt beredd pott från Albert de la Chapelles Konststiftelse. Sådana finansiärer kan t.ex. ha ett regionalt västnyländskt fokus, ett all-finländskt kulturellt fokus eller fokusera på internationell kulturell samverkan – t.ex. på nordisk nivå.

Andra privata finansiärer – Sponsorer

Utställningskommittén söker också utställningsvis finansiering från företagsvärlden (reklam, sponsoring, privata visningar).

Det blir också aktuellt att erbjuda stödmöjlighet för privatpersoner, i form av en vänförening för Kronan/EKTA. Beloppsmässigt har sådana vänföreningar dock i allmänhet ingen avgörande betydelse för museers årsbudgeter, utan kan snarare ses som en del av marknadsföringen och ett sätt att fördjupa publikkontakten.

10.2 Finansieringsmall för verksamheten

Planeringshorisonten för konstutställningarna är 1–3 år före vernissagen. Den första utställningen, med sikte på maj 2022, får en beredningstid på 1,5 år.

Varje utställning får en egen budget, såsom också vid planering av filmproduktion och festivaler. På grund av behovet av långsiktighet i marknadsföringen och nätverksbyggandet för ihopställande av utställningar, är grundantagandet dock att Kronans tre specialist-årsverken utförs av fast anställd personal. Vid förverkligandet av samarbetsutställningar, så som en utställning i samarbete med Stiftelsen Pro Artibus, tillför samarbetsparten även en del arbetskraft i projektet.

Utställningarna planeras med inbetalda bidrag från olika finansiärer för att täcka beräknad nettoförlust, samt med av finansiärer uppställda garantier för det fall att besökstalet sviker (varvid lider försäljningen av biljetter och i cafeterian och museibutiken).

Utställningskommittén bör också avtala om hur eventuella utställningsöverskott fonderas för framtida utställningars behov.

10.3 Biljettpriserna

Den schematiska budgeten är uppgjord med en höjning av nuvarande biljettpris för EKTA:s utställningar på 8 EUR (momsfri tjänst) till 12 EUR för helheten inklusive Kronan. Rabattpriset stiger från 5 EUR till 6 EUR. Ersättningen för museikorts-besökare

antas trendmässigt sjunka från 50 % till 40 % men stiga från nuvarande ca 4 EUR per besökare till 5 EUR. (Besök i Galleri Elverket är gratis.)

10.4 Schematisk årsbudget

Verksamheten skall bedrivas med en 1–3 års planeringshorisont. Den schematiska årsbudgeten för EKTA:s verksamhet på museitomten, det framtida Kulturkvarteret, är i sammanställning följande. (Detaljer i texten ovan samt i separat Excel-bilaga.)

	NULÄGE (2018)		TILLSKOTT MED KRONAN		SUMMA EKTA MED KRONAN	
BESÖKSUPPSKATTNING						
Antal besök/år	20000		30000		50000	
ALLA KOSTNADER	Årskostnad €		Årskostnad €		Årskostnad €	
* Summa fast personal	240000		265000		505000	
Fastighetskostnad efter donationen						
* Kapitalvederlag av återansk.v./år	*		136782		*	
* Arrende för tomten	*		6090		*	
* Skötselvederlag	*		60900		*	
* Summa fastighetskostnad	135000		203772		338772	
Utställningskostnader						
* Marknadsföring	*		80000		*	
* Extra guider/vakter	*		40000		*	
* Övriga utställningskostnader	*		140000		*	
* Summa utställningskostnader	80000		260000		340000	
Summa alla kostnader	455000		728772		1183772	
INTÄKTER	Årsnivå intäkt €		Årsnivå intäkt €		Årsnivå intäkt €	
* Summa biljettintäkter	25500		264500		290000	
* Försäljningsbidrag av museibutik och cafeteria	17000		50000		67000	
Summa alla intäkter	42500		314500		357000	
KOSTNADER MINUS INTÄKTER	412500		414272		826772	
SUMMERING UR STADENS SYNVINKEL	Årsnivå €	Per besök €	Årsnivå €		Årsnivå €	Per besök €
Årskostnader €	455000	22,75	728772		1183772	23,68
Årsintäkter €	-42500		-314500		-357000	
Tillskjuts av AdIC:s stiftelse minst €	0		-250000		-250000	
STADENS NETTOKOSTNAD UTAN TILLSKOTT AV ANDRA FINANSIÄRER €	412500	20,625	164272		576772	11,54
Täcks av andra finansiärer €	0		-100000		-100000	
Stadens nettokostnad efter tillskott av andra finansiärer €	412500		64272		476772	

Tabell: Sammanfattad schematisk årsbudget för EKTA:s verksamhet på museitomten – nuläge, tillskott med Kronan och summa med Kronan. Detaljer finns i separat Excel-bilaga.

11 UPPBYGGNADSSKEDET 2020–2022

11.1 Beslutstidtabell 2020

Beslutstidtabell beträffande byggnaden (donationsavtal och stadsplaneändring) samt verksamheten (ekonomi och samarbetsavtal) är för närvarande enligt bästa plan följande:

Raseborgs stad

- Behandling i Stadsstyrelsens stadsutvecklingssektion, i september 2020;
- Första behandling i Stadsstyrelsen, oktober 2020;
- Andra behandling i Stadsstyrelsen, november 2020;
- Stadsfullmäktige, december 2020.

Stiftelsen Pro Artibus

- Samarbetsavtal om verksamheten med EKTA, oktober 2020.

Albert de la Chapelles Konststiftelse

- Donationsavtal samt samarbetsavtal om verksamheten, oktober 2020.

Om inga besvär inlämnas mot Stadens beslut kan således byggnadsprojektet och den egentliga verksamhetsplaneringen påbörjas i början av år 2021. Om besvär inlämnas förskjuts tidtabellen motsvarande. Därför är det av yttersta vikt att projektet för diskussion framläggs i alla sina detaljer publikt för Raseborgs invånare före de slutliga besluten tas i Stadsstyrelsen och Stadsfullmäktige.

11.2 Byggprojektet 2021–2022

Byggprojektet beräknas räcka dryga 12 månader.

Byggprojektet och dess avtalsfrågor behandlas inte i denna verksamhetsplan.

Det bör dock noteras att en grupp med Staden/EKTA, Pro Artibus och Albert de la Chapelles Konststiftelse i september 2020 ännu behandlar följande frågor:

- Var utställningarna av silver och andra säkerhetskrävande föremål skall ske;
- Hur alla besökarströmmarna mellan husen skall ske, de första åren och eventuellt i framtiden. Samtidigt behandlas varutransporterna till byggnaderna;

- Härvid skall frigöras innegården mellan utställningshallarna, vilken samtidigt utgör Elverkets paradsida, för aktivitet, utställning och servering;
- Innergårdens utsmyckning behandlas liksom Kronans bakvägg;
- I sammanhanget diskuteras också lösningarna för Trädgården på andra sidan om EKTA:s nuvarande utställningshallar.

11.3 Verksamhet och lanseringskampanj

11.3.1 Beredning

Utställningskommittén kan inleda sitt arbete i december 2020. Förberedande diskussioner förs i oktober 2020.

För rekryteringen av specialistpersonalen reserveras 5 månader. Personalen träder i tjänst utmed våren 2021.

Beredningen av de första utställningarna diskuteras hösten 2020 och påbörjas praktiskt utmed våren 2021.

Inredningsarbetet efter byggprojektets slut tar 1 månad.

Upphängning av den första utställningen tar 1 månad.

Den första utställningen kan således *i bästa fall* öppnas i maj 2022, då också snön smält och Innergården färdigställt.

11.3.2 Lansering fram till öppnandet

Så snart Utställningskommittén inlett sitt arbete 2020 och påbörjat rekryteringen av personal, uppgörs en åtgärdsplan och tidtabell för lanseringen och budgetering för den. Redan ett år på förhand bör följande handlingsriktningar åtgärdas:

- Allmänheten i Raseborg och den konstituerade allmänheten på nationell nivå informeras med artiklar, video och fotomaterial om museets bakgrund, byggprojektet och andra förberedelser;
- Media och konstvärlden;
- Regionens aktörer inom kultur och turism.

11.3.3 Startskedet 2022

Våren 2021 påbörjas den praktiska detaljberedningen av Kronans verksamhet under startskedet, som omfattar tiden maj-december 2022.

11.4 Tidtabell 2020-2022

Helhetstidtabellen 2020-2022 ser härmed sommaren 2020 ut som följer:

Kalender- månader Aktivitet	9/ 2020	10-12/ 2020	1-5/ 2021	6-12/ 2021	1-2/ 2022	3-4/ 2022	5-6/ 2022	7-12/ 2022
Beslut i Staden klara	X	X						
Byggprojektet pågår			X	X	X	X		
Utearbeten färdigställs						X		
Utställningskommittén arbetar		X	X	X	X	X	X	X
Specialister rekryteras		X	X					
Specialister i tjänst			X	X	X	X	X	X
Övrig personal i tjänst						X	X	X
Första utställningen planeras – konst, finansiering, marknadsföring, Kulturkvarteret		X	X	X	X			
Första utställningen bereds på plats						X		
Första vernissage och öppningskampanj							X	
Startskede av normal verksamhet						X	X	X

Tabell: Översiktlig tidtabell från september 2020 till slutet av 2022