

STAY RELEVANT

CASE COMPETITION

VIRKSOMHED: Naturhistorisk Museum Aarhus

VIRKSOMHEDENS NAVN OG ADRESSE

Navn:	Mia N. Gregersen
Adresse:	Naturhistorisk Museum Aarhus
Web:	www.naturhistoriskmuseum.dk

KONTAKTPERSON(ER)

Navn:	Mia N. Gregersen	Navn:	
Titel:	CCO / Salgs- og kommunikationschef	Titel:	
Tlf.:	60522315	Tlf.:	
Mail:	mia@nathist.dk	Mail:	

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Vi er en museums virksomhed, som har bestået i 100 år. Vi beskæftiger os med dansk natur og har ud over museet i Universitetsparken også et feltlaboratorie i Mols Bjerge. Vores gæster er vores vigtigste aktiv og vi formidler dansk natur ... Organisatorisk består vi af formidling, forskning, administration og salg/kommunikation. Kommunikationsdelen ligger i Salgs- og kommunikationsafdelingen, og denne berører typisk PR opgaver, intern og ekstern kommunikation, arrangementer, SoMe og kommunikation omkring det nye museum: <https://www.naturhistoriskmuseum.dk/nytmuseum>

Vi har følgende kommunikationsplatforme:

FB – FB intern, Instagram, LinkedIn, www, nyhedsbreve og interne nyhedsmails.

KOMMUNIKATIONSUDFORDRING

Vores grundudfordring er: Vi kommunikerer neutralt! Det er vores grundvilkår, at vi skal forholde os neutrale til de samfundsdiskussioner, vi er en del af f.eks. i forhold til ulve i Danmark, rewilding-initiativer

og vildskove. Det er også det, der gør det både svært, sjovt og spændende, at arbejde med vores kommunikationsstrategi 😊.

Derudover står vi overfor en række andre udfordringer, heriblandt at få støvet vores image af rent kommunikativt, nu hvor vi er i transformation på vej mod at blive byens 4. store museum (der arbejdes pt. på en ny visuel identitet for at understøtte formålet). Og vi har samtidig brug for en kommunikationsstrategi, som binder vores sociale medier sammen – hver for sig. Professionelt. Vi aner intet om sociale medier, så det hele sker lidt på autodidakt facon i dag, hvilket er både godt og skidt ...

KOMMUNIKATIONSOPGAVE

Vi ønsker input til at arbejde med den udfordring, det er at skulle kommunikere neutralt: Hvordan kan vi kommunikativt optræde neutralt, men stadig leverer spændende og interessante budskaber på tværs af platforme? Hvad skal en fængende kommunikationsstrategi rumme, når vi altid agerer kommunikativt neutralt – f.eks. i forhold til ulvedebat, rewilding, vildskov, osv.?