

## Minnisblað

um

### markaðsáttak fyrir menningarstofnanir menningar- og ferðamálasviðs Reykjavíkurborgar

Reykjavík 18. júní 2019

Gríðarlega metnaðarfullt starf á sér stað í menningarhúsum Reykjavíkurborgar; Borgarbókasafninu, Listasafni Reykjavíkur og Borgarsögusafni og allt kapp lagt á að miðla sögu, þekkingu, bókakosti, myndlist og því sem hæst ber í listum og menningu hverju sinni.

Fagfólk er í hverju rúmi sem leggur sig fram um að skapa fjölbreytta dagskrá allan ársins hring og má í því samhengi benda á að haldnir voru rúmlega fjögur hundruð viðburðir og sýningar á söfnum borgarinnar í fyrra. Umsagnir gesta safnanna eru afar jákvæðar og kannanir staðfesta enn frekar ánægju safngesta. Í síðustu þjónustukönnun Maskínu fyrir Reykjavíkurborg röðuðust menningarstofnanir Reykjavíkurborgar í efstu sætin þegar kom að ánægju Reykvíkinga með þjónustu borgarinnar.

Gestakomur eru tugir þúsunda í hverjum mánuði og hafa auknar tekjur af aðgangseyri undanfarin ár vegna fjölgunar ferðamanna til borgarinnar styrkt rekstrargrundvöll safnanna og þar með gert þeim kleift að efla starfsemi sína enn frekar. Nú eru hins vegar blikur á lofti um minni aðsókn á söfnin.

Á vettvangi menningar- og ferðamálasviðs, sem hefur yfirumsjón með starfsemi safnanna, hefur að undanförunni verið unnið að því að leita leiða til að sporna við samdrætti í tekjum. Meðal annars hefur verið horft til þess að nýta tímabundið svigrúm í verkefnastöðu á sviðinu til þess að fjármagna markaðsáttak á þessu ári, sem beint yrði að Íslendingum sem og erlendum ferðamönnum. Verið er að útfæra markaðsáttak gagnvart erlendum gestum en stefnt er að því að markaðsátakið gagnvart innlendum gestum hefjist vikuna á eftir Menningarnótt, eða undir lok ágúst.

Leiðarljós markaðsáttaksins gagnvart Reykvíkingum og Íslendingum öllum er að hvetja enn fleiri til að njóta þess sem menningarstofnanir Reykjavíkurborgar hafa að bjóða. Er það í takt við menningarstefnu borgarinnar sem segir að mikilvægt sé að leitast sífellt við að breikka þann hóp sem sækir menningarhúsin og sporna þannig við menningarlegri aðgreiningu. Einnig er ekki síður mikilvægt að styðja enn frekar við jákvæða ímynd menningarhúsa borgarinnar og síðast en ekki síst að sporna við samdrætti í tekjum safnanna.

Leitað var tillagna hjá þremur auglýsingastofum um útfærslu á áttakinu. Faghópur, skipuðum utanaðkomandi ráðgjafa, markaðssérfræðingi á sviðinu, auk sviðsstjóra, lagði mat á tillögur auglýsingastofanna og var í kjölfarið ákveðið að ganga til samstarfs við auglýsingastofuna ENNEMM.

ENNEMM þótti uppfylla best markmið áttaksins auk þess sem hún var með fjárhagslega hagkvæma útfærslu. Markaðsátakið er eins og nafnið gefur til kynna tímabundið og er miðað við að birtingar verði einkum á samfélags- og netmiðlum og að nýttir verði þeir innviðir sem nú þegar eru til staðar.

Innkaupaskrifstofu Reykjavíkurborgar hefur verið kynnt ferlið við val á auglýsingastofu og hefur hún lagt blessun sína yfir það.

**Arna Schram**

**Sviðsstjóri menningar- og ferðamálasviðs Reykjavíkurborgar**