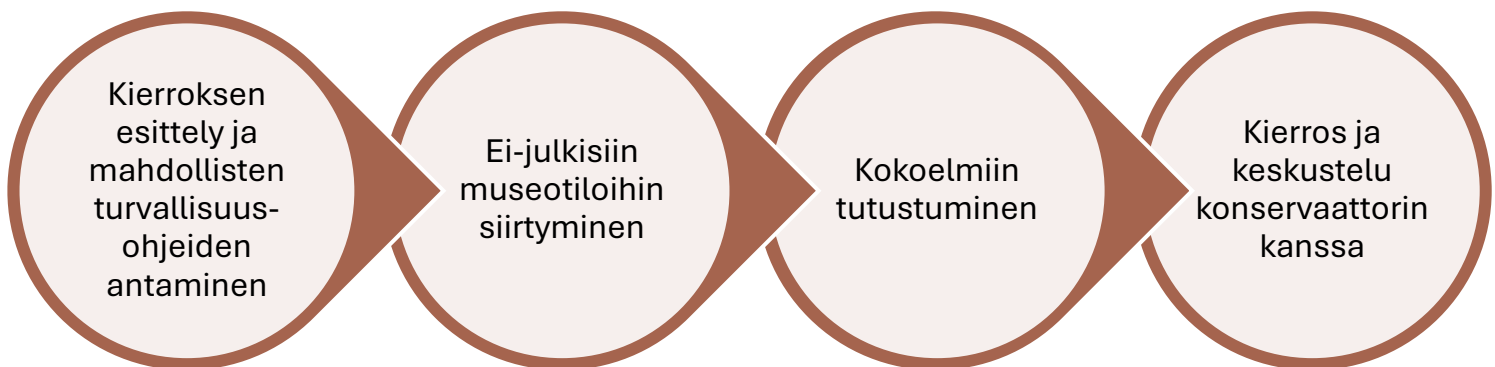


# Kulissien takana -opastettu kierros

**Tavoitteet:** Esitellä museon ainutlaatuisia esineitä ja asiantuntemusta; viedä kävijät museon mielenkiintoisiin ja harvemmin nähtyihin osiin; tarjota ikämiehille kokemus erityisesti heille räätälöidystä erityisestä ja ainutlaatuisesta vierailusta; hyödyntää museoiden jo ylläpitämiä kokoelmia

**Kohderyhmä:** läkkäät miehet, jotka ovat kiinnostuneita heille valituista kokoelmista ja kulissien takaisista tiloista.

## Kierroksen kulku



### Kierroksen rakenne

Kurkistakaa toimistotiloihin matkalla kokoelmiin – missä museon työntekijät työskentelevät?

- Vierailkaa yhdessä tai kahdessa kokoelmassa – pidä opastus lyhyenä ja anna ikämiesten esittää omia kysymyksiä kokoelman esineistä
- Vierailkaa työpajassa tai muussa valmisteluun liittyvässä paikassa – näyttäkää ikämiehille, miten näyttelyt tehdään ja esineistö valmistellaan

# Kulissien takana -opastettu kierros Viron kansallismuseossa

**Kokoelmat:** Puisten esineiden arkisto, perinteisten virolaisten olutmukien arkisto

**Työpaja:** Metallikonservaattorin työpaja

## Ikämiesten huomiointi kierroksen suunnittelussa:

- Museoiden ei-julkiset elementit – arkkitehtuuri, historia, museon toiminta sekä näyttelyiden kuratointi ja rakentaminen – kiinnostavat miehiä
- Miehet olivat kiinnostuneita näkemään jotain uutta ja erityistä, sillä he olivat jo vierailleet museon tavallisissa näyttelyissä useita kertoja
- Kokoelmat ja paikat valittiin ikämiesten kiinnostuksenkohteiden perusteella: puiset esineet, olutmukit ja metallin konservointi (työpajassa käsiteltiin mm. moottoreita ja mekaanisia osia)
- Miehet tykkäävät puhua ja esittää omia kysymyksiään. Siksi oppaat eivät valmistelleet tarkkaa käsikirjoitusta Kulissien takana – kierrokseen. Sen sijaan he luottivat asiantuntemukseensa vastataksaan kysymyksiin esineistä sitä mukaa kun ne nousivat. Tämä mahdollisti sen, että miehet pystyivät vaikuttamaan kierroksen sisältöihin tiettyjen raamien puitteissa.



## Resurssit

Henkilöstö	Yksi tai kaksi opasta (vähintään yksi, mutta erityisesti isomman ryhmän kanssa kysymyksiin vastaaminen on helpompaa, jos oppaita on kaksi)  Yksi konservaattori, arkistonhoitaja tai muu "kulissien takainen" työntekijä
Aika*	Kierroksen kesto 1.5 h Suunnittelu ja valmistelut~ 2-4 h Toteutus (mukaan lukien tilan valmistelu ja tyhjentäminen) ~2-3 h Palaute ja dokumentaatio~1-2 h
Tilat ja laitteet	Olemassa olevat tilat, joita voidaan kuitenkin joutua järjestämään, puhdistamaan tai muuten valmistelemaan kävijöitä varten
Budjetti*	Karkea arvio henkilöstökustannuksista 100–200 €

\* Riippuen siitä, kuinka paljon valmistelua "kulissien takaisten" tilojen valmisteluun tarvitaan, aika ja siten myös budjetti voivat vaihdella. Yksinkertaisimmassa tapauksessa tila ei vaadi minkäänlaista valmistelua, kun taas hieman monimutkaisemmassa tilanteessa tila saattaa vaatia muutaman tunnin verran siivousta ja/tai järjestelyä.

## Nostoja palautteesta

Sekä miehet että museo nauttivat kokemuksesta, ja yksi miehistä totesi: "On niin mielenkiintoista, että voisin muuttaa asumaan tänne!"

Molemmat ryhmät kokivat, että tällaisesta tapahtumasta saisi tulla säännöllinen: "Meidän pitäisi vierailla tällaisissa paikoissa [arkistoissa] useammin"

"Kulissien takaiset" työntekijät nauttivat työnsä jakamisesta ja vuorovaikutuksesta yleisön kanssa, mikä on heille hyvin harvinaista

Yksi miehistä: "Päivä täynnä yllätyksiä"

Arkistoissa käyminen sai miehet pohtimaan, mitä muuta museolla on arkistoissaan – ja mitä muilla museoilla on

Miehillä oli paljon kysymyksiä metallikonservaattorille ja he olisivat voineet puhua tuntikausia

Ilman taukoa tai istumapaikkoja, joissa levätä, 1,5 tunnin kierros oli joillekin miehille hieman uuvuttava

## Suosituksset ja vinkit:

- Tämän palvelutuotteen kauneus on sen yksinkertaisuudessa: kierros on loputtoman mukautettavissa mille tahansa kohderyhmälle eikä vaadi juuri lainkaan ylimääräisiä resursseja tai suunnittelua.
- Ota huomioon fyysinen saavutettavuus kierrosta suunnitellessa. Toisin kuin tavallisissa näyttelyissä, kulissien takaiset tilat eivät välttämättä ole yhtä valmiita ikääntyneille, vammaisille tai apuvälineiden kanssa liikkuville. Varaa aikaa levolle ja vessatauoille.
- Samanlaisista syistä kannattaa harkita tarkkaan, missä tiloissa kierros toteutetaan, erityisesti jos mukana on lapsia. Kaikki kulissien takaiset tilat eivät välttämättä ole turvallisia eivätkä lapset aina malta pitää käsiään irti hauraista tai mahdollisesti vaarallisista esineistä. Kaikenikäiset kävijät kannattaa ohjeistaa etukäteen turvallisuudesta ja siitä, mihin kierroksen aikana voi ja ei voi koskea.
- Kulissien takana -kierrosta ei voida järjestää lennosta kenelle tahansa, joka astelee museoon. Kierroksen voi kuitenkin järjestää ryhmävarausten lisäksi säännöllisinä tapahtumina, joihin kuka tahansa voi ilmoittautua mukaan.

## Yhteistyökumppanit ja kohderyhmän tavoittaminen:

- Eläkeläisyhdistykset
- Miesryhmät
- Paikalliset Facebook-ryhmät
- Harrastusryhmät (erityisesti sellaiset, jotka osuvat yhteen kokoelmien kanssa)
- Ikääntyneiden palveluasuminen

## Liitteet ja materiaalit:

- [Esimerkki työvaiheista ja käytetystä ajasta](#)
- Business Model Canvas

## Liite 1

# Esimerkki työvaiheista ja käytetystä ajasta

**Tapahtuman arvioitu työaika (yhteensä noin 25–35 tuntia)**

### **Suunnittelu ja valmistelut (~2-4 h):**

- Kierroksen suunnittelu
- Tilojen valmistelu (puhdistus ja siivous, herkkien tai vaarallisten esineiden poistaminen)

### **Markkinointi ja osallistujien tavoittaminen (5–10 h):**

- Markkinointimateriaalien suunnittelu ja tuottaminen (esim. printtimainokset, sosiaalisen median julkaisut) ~3–5 h
- Jakelu: yhteistyö vanhuspalveluiden, ikämiesten ryhmien, harrastusryhmien ja muiden paikallisten verkostojen kanssa, mainokset ilmoitustauluille ja sosiaaliseen mediaan (Facebook) ~2–5 h

### **Toteutus (~2-3 h):**

- Tapahtuman kesto enintään 2 tuntia
- Palautteen kerääminen ja dokumentointi tapahtuman aikana

### **Palautteen käsittely (1–2 h):**

- Palautteen tarkastelu ja yhteenveto
- Mahdollisten kehittämisideoiden tallentaminen

Liite 2

# Business Model Canvas

<b>Key Activities</b>	<b>Key Partners</b>	<b>Value Propositions</b>	<b>Customer Relationship</b>	<b>Customer Segments</b>
<p>Kohdennettu tapahtuma ikämiehille</p> <p>Opastettu kierros "kulissien takaisissa" kokoelmissa ja muissa tiloissa</p> <p>Markkinointi</p>	<p>Yhdistykset ja järjestöt: eläkeläisyhdistykset, harrastuskerhot, paikalliset miesten ryhmät, ikääntyneiden palvelut (esim. asumispalvelut), paikalliset Facebook-ryhmät</p>	<p>VIP-kokemus vierailijoille olemassa olevilla resursseilla</p> <p>Jakaa tietoa ja tarinoita, jotka on räätälöity kohderyhmälle</p> <p>Matalampi kynnykset ikämiehille käyttää museopalveluita &gt; uusia asiakkaita museoille</p> <p>Paremmat julkiset palvelut</p>	<p>Kertaluonteinen tai toistuva tapahtuma, jonka formaatti voidaan mukauttaa lähes mille tahansa kohderyhmälle</p>	<p>Ikämiehet</p> <p>Kiertueen mukautuksella se voidaan räätälöidä mille tahansa kohderyhmälle</p>
	<b>Key Resources</b>		<b>Channel (reaching the clients)</b>	
	<p>Tilat: kulissien takaiset kokoelmat ja työpajat</p> <p>Henkilöstö: oppaat, restauroijat, arkistonhoitajat</p>		<p>Facebook</p> <p>Verkkosivusto</p> <p>Yhdistykset ja järjestöt</p> <p>Harrastusryhmät "Puskaradio"</p>	

<b>Cost Structure</b>
<p>Henkilöstöresurssit kiertueen järjestämisessä ja toteutuksessa sekä markkinoinnissa</p> <p>Muut markkinointikulut (esim. maksettu mainonta)</p>

<b>Revenue Stream</b>
<p>Normaalit sisäänpääsymaksut</p> <p>Opastettujen kierrosten maksut ryhmille</p>