

---

# SA EESTI TERVISHOIU MUUSEUM ARENGUKAVA 2020-2024

---

DETSEMBER 2019



EESTI  
TERVISHOIU  
MUUSEUM

# AVAMEELSELT INIMESEST!

## Tervishoiumuuseumi (TEMU) missioon:

Avada inimeseks olemise ilu, võlu ja valu, et Eesti inimene oleks tervem ja õnnelikum. Läbi esemete ning lugude luua seoseid tervishoiu mineviku, oleviku ja tuleviku vahel.

## TEMU visioon:

Tänu muuseumi tegevusele on iga Eesti inimene saanud terviseteadlikumaks, tervemaks ja paremaks. TEMU on haarav kogemusele keskendunud ruum, mis ärgitab inimesi end tundma ja väärtustama.

## Sealhulgas:

- Muuseum on elamuslik meelelahutus- ja õpikeskkond läbi mille aitame inimestel teha teadlikke tervisealaseid valikuid oma heaolu parandamiseks.
- Võimestame külastajaid mõistma oma rolli enda tervise hoidmisel ja tervisevaru suurendamisel.
- Väärtustame inimeseks olemist ja aitame kaasa Eesti inimeste tervelt elatud aastate lisandumisele.
- Talletame Eesti meditsiiniloolist pärandit ja jutustame selle lugu.

**Juhtlause: Tea ja tunne, hooli ja hoia!**

# Hetkeolukord

## Edutegurid

- Muuseumis töötavad avatud meelega ja õpivõimelised inimesed
- Paindlik, kaasaegne ja uuendusmeelne organisatsioon
- Laiale sihtrühmale oluline teema, võimalus kõnetada paljusid
- Väga hea tagasiside külastajatelt (dets 2019 seisuga TripAdvisori hinne 4,5 (5-pallisel skaalal) ja FB 4,9 (5-pallisel skaalal))
- Atraktiivne ja avameelne õpikeskkond (pea pool külastajaskonnast osaleb muuseumihariduses)
- Toimuvad väga heal tasemel haridustegevused (dets 2019 seisuga õpetajate tagasiside hinne 9,5 (10-pallisel skaalal))
- Tagatud on järjepidev töö kogudega ja nende uurimine
- Kaasaegselt lahendatud püsiekspositsioon
- Muuseum on väike ja kompaktne, külastus ei võta tervet päeva
- Atraktiivne ja ilusas keskkonnas asukoht Tallinna vanalinnas
- Muuseum on oma temaatikalt Eestis ainulaadne

## Tegevust mõjutavad tegurid

- Kultuuripoliitika mõjud muuseumile seatud ootustele (ligipääs, projektipõhine rahastamine (sh põhivara uuendamisel));
- Üldine kultuurielarve kujunemine ning eriti selle vähenemine avaldavad suuremat mõju just väiksematele asutustele;
- Muuseumihariduse ja kooliõppe sidumisega seotud hoiakud ja teadlikkus;
- Muuseumihariduse õigusliku baasi areng, nt muuseumihariduse ja formaalhariduse sidumise, ainepunktide andmise, jms seonduv;
- Muuseumide jt vaba aja veetmisega seotud keskuste omavaheline konkurents järjest tiheneb (sh ekspositsioonid, haridusprogrammid jm);
- Üldine elukallidus ja inimeste ostujõud mõjutavad külastusi;
- Muuseumi asukoht Tallinna vanalinnas ei jää Eesti elanike teekonna peale ning ligipääsetavusega on probleeme;
- Tallinna ja Eesti turismi areng;
- Digilahenduste areng;
- Muuseumi teemade hulka kuuluvad mitmed valdkonnad, mille osas on teadlikkus ja uudishimu viimasel ajal kasvanud (sh toitumine, liikumine, sõltuvusained, seksuaalsus jm).

## STRATEEGILISED EESMÄRGID perioodil 2020-2024

1. TEMU on laiemalt tuntud. TEMU jõuab rohkemate inimesteni.
2. TEMU on avameelne õpikeskkond, mille arendamisel lähtume disainmõtlemisest, kasutame nutikaid lahendusi ja uusi meetodeid.
3. TEMU on inimesi väärtustav, paindlik, efektiivselt majandatud kaasaegne organisatsioon.
4. TEMU omab hästi valitud partnereid, kellega koos toimetades on mõjususe suurem.

# STRATEEGILISED EESMÄRGID, MÕÕDIKUD JA PEAMISED ALGATUSED EESMÄRKIDE ELLUVIIMISEKS

## 1. TEMU on paremini tuntud. TEMU jõuab rohkemate inimesteni

Meie ambitsioon on arengukava eluea (st viie aasta) jooksul jõuda vähemalt 301 110 inimeseni.

Strateegia on kaheosaline: perioodi jooksul jõuab muuseumimajja vähemalt 255 555 inimest ja muuseum ise jõuab vähemalt 45 555 inimeseni.

TEMU köidab tähelepanu ja hoolitseb selle eest, et terviseteemalised sõnumid ja teadmised jõuaksid elamuslikul moel võimalikult laia ja mitmekesise auditooriumini. Sellisel moel täidame oma missiooni kõige paremini. Tervis on oluline kõigile, ka siis, kui nad seda alati ise ei teadvusta.

### MÕÕDIKUD AASTAL 2024:

- külastajate arv muuseumis: 55 000 aastas
- majast väljas ürituste arv: 30 aastas; ja külastajate arv: 10 000 aastas
- kaubamärgituntus: Eesti viie tuntuima muuseumi hulgas
- meediamõõdikud:
  - FB järgijaid: 12000
  - uudiskirja adressaate: 12000
  - kodulehe unikaalsete külastuste arv kuus: 5000

## Muuseumi identiteedi arendamine

Tähelepanu ja huvi äratamiseks on tänases info ülekülluses vajalik köitev disain ja läbimõeldud kaubamärk, s.h muuseumi nimi. Muuseum leiab endale professionaalse partneri, kes aitab muuseumi kuvandit arendada ja vormistada. TEMU töötajad kannavad endas ühtset arusaama muuseumi missioonist ja olemise põhjusest, kõik on ühes tähendusruumis.

## Turundus- ja kommunikatsiooniplaani loomine

Loomes läbimõeldud ja operatiivselt kasutatava turundus- ja kommunikatsiooniplaani, mis annab detailse ülevaate planeeritud tegevustest ja rakendatavatest strateegiatest sihtgruppide lõikes. Annab vastused küsimustele kellele, miks, mida, millal ja kuidas öelda ja teha ning kuidas seda kõike mõõta.

## Auditooriumi arengukava loomine

Õpime tundma oma küllastajaid sihtgruppide (demograafiline, motivatsioon jm) kaupa, valida nendeni jõudmiseks sobivad kanalid ning edastada neid kõnetavat sisu. Analüüsime muuseumi võimalusi küllastuste suurendamiseks (mahutavus, perioodilisus jne). Rõhk sihtrühmal täiskasvanud (firmadele, eakatele): olemasolevate teenuste analüüs ja uute teenuste arendamine.

## TEMU paneb rattad alla

Üks võimalus jõuda suurema hulga publikuni on ellu kutsuda tervisebuss, mis sõidab mööda Eestimaa ja viib muuseumielamuse igasse Eestimaa nurka. Haaret aitavad laiendada muuseum kohvris, pop-up ja rändnäitused ning osalemine erinevatel üritustel. Loomes süsteemi, mille alusel otsustame, millistel väljaspool maja toimuvatel üritustel osaleda.

## Edulugude jagamine

Oleme uhked oma edulugude üle ega salga ka eksimusi. Õpime neist ning jagame saadud kogemusi nii Eestis kui välismaal.

## 2. TEMU on avameelne õpikeskkond, mille arendamisel lähtume disainmõtlemisest, kasutame nutikaid lahendusi ja uusi meetodeid

Avameelse õpikeskkonna ja selle vahendamise moodustavad muuseumi põhitegevused (näitused, kogud, muuseumitunnid, publikuprogrammid, kommertsteenused).

Jälgime ja hindame pidevalt külastajakogemust muuseumitundide, näituste ja teiste teenuste puhul. See on meile sisendiks teenuste arendamisel ja uute teenuste väljatöötamisel.

Hoolitseme selle eest, et teaduspõhine sisu käiks ajaga kaasas: et püsinäitus uueneks pidevalt, muuseumikogud saaksid uut kasutamist väärt materjali, teemanäituste ja muuseumitundide sisu vastaks värsketele teadmistele. Pöörame tähelepanu sellele, et meil oleks võimalikult palju erinevaid käed-külge õpivahendeid ja näitlikustavat materjali, mis aitavad teemasid mõista.

Valgustame avameelselt ka neid teemasid, mis on kohati kultuuriliste traditsioonide ja tabude tõttu ühiskonnas vähe tähelepanu saanud.

### MÕÕDIKUD AASTAL 2024:

- juhendatud muuseumitunde ja -tuure aastas kokku: 1000 tk; neis osalejate arv aastas: 20 000 inimest
- külastaja rahulolu indeks vähemalt 7,5 (10-pallisel skaalal)
- FB tagasiside indeks vähemalt 4,5 (5-pallisel skaalal)
- TripAdvisori hinne vähemalt: 4,5 (5-pallisel skaalal)
- digiteeritud ja avalikkusele kättesaadavate museaalide hulk: 100%
- läbiviidud kogumiskampaaniate arv: 2

## Külastajakeskus

Iga teenuse väljatöötamise aluseks on sihtgrupi määramine ning ekspertide, siht- ja sidusgruppide kaasamine. Kasutame disainmõtlemise meetodeid, mis tagab kvaliteetsema teenuse. Vürtsitame oma heal tasemel teenindust positiivse psühholoogia elementidega ja ühtlustame teeninduskvaliteeti.

## Tunneme oma külastajat läbi ja lõhki

Viime läbi regulaarseid, sihtgrupi- ja teenustepõhiseid rahulolu-uuringuid, mis on sisendiks muuseumitöö planeerimisel, arendamisel ja otsuste langetamisel.



## Tegutseme nutikalt

Läheneme teemadele loominguliselt ja julgelt ning kasutame oma ressursse optimaalselt nii näituste kui ka teiste teenuste väljatöötamisel. Meil on mitmekesised ja üllatavad esitlusviisid (s.h tehnilised lahendused) ning rikkalik meetodite valik. Kaasame oma külastajaid erineval moel nii näitustel kui ka haridustegevustes. Oleme eesmärgipärased ja oma tegevuses mõtestatud. Suudame koos toimima panna loovusele avatud mõtteruumi ja läbimõeldud tööplaanid – need kaks poolt ei välista teineteist ning on mõlemad olulised. Teeme vähemaga rohkem.

## Teeme ilu

Disain on meile tähtis. Vahendame oma teaduspõhist sisu esteetiliselt köitvas vormis. Õpilaste puhul toetame kunsti ja teaduse sümbioosi läbi ainete lõimimise (nt kunstitunnid muuseumis). Inimeses peab kõik ilus olema!

## Kogume elu

Viime läbi vähemalt 2 kogumiskampaaniat (nt tänapäevased esemed, med.tehnika areng), mis aitavad kogusid täiendada. Alustame meie kogu täiendamist digitaalsete museaalidega (lugude kogumine, rahvameditsiin jne). Kasutame olemasolevaid kogusid aktiivsemalt muuseumitundides ja ammutame neist meenetele kujunduse loomisel inspiratsiooni. Aastaks 2024 on 100% kogust MUISi kantud ja digiteeritud. Teeme digiteeritud muuseumikogud kättesaadavaks muuseumi kodulehelt.

## Selge sõnum

Tõlgime keerulise teaduskeele arusaadavasse vormi ning vahendame seda sihtgrupile vastaval tasemel ja sobilike meetoditega. Loomme elulisi seoseid valdkonnasiseselt, -üleselt ja -vaheliselt. Räägime nii lihtsalt kui võimalik. Kõik näitused ja muuseumitunnid kannavad selget sõnumit.

## Seinad ei piira

Ajutiste näituste eluiga on võimalikult pikk ning mõjususe suur. Meie näitused jõuavad eri teid pidi laiemale publikuni (nt plakatid kooli, satelliit-programmid, filmid, videod jne). Teemanäitustel on palju erivormilisi väljundeid. Rändnäitused viivad muuseumi väljapoole muuseumi hoonet ja aitavad sõnumeid laiemalt levitada.

### 3. TEMU on inimesi väärtustav, paindlik, efektiivselt majandatud kaasaegne organisatsioon.

Valime oma tiimi hoolikalt. Väärtustame inimesi, kes aitavad muuseumi võimekust kasvatada, ideid ellu viia ja tagavad oma erisusega mitmekesise vaatenurga.

Läbi ressursipõhise mõtlemise ja teadliku tegutsemise tagame TEMU finantsilise heaolu, mis võimaldab meil muuseumi lennukad ideed teostada, et luua külastajatele suuremat väärtust.

Töötajate mitmekesised rollid ja läbipõimunud vastutusala tagavad paindliku struktuuri ning arengukava eduka elluviimise ja tulemuslikkuse. Tiimide liidrid arendavad ja haldavad oma tiime. Kõik tööprotsessid on järjepidevas arengus ning neist võimalikult paljud on automatiseeritud. Meie efektiivsuse tagab nutikas tegutsemine, mida toetavad sobilikud tehnoloogilised lahendused.

Nagu inimene, on muuseumgi üks terviklik organism, mille kõik osad on pidevaks edasilikumiseks tähtsad.

#### MÕÕDIKUD AASTAL 2024:

- töötajate rahulolu indeks vähemalt 5 (6-pallisel skaalal)
- Peresõbraliku tööandja: kuldtase
- omatulu osakaal eelarvest vähemalt 20%
- omatulu (nii piletitulu kui ka projektidest tulu) 275 000€

### Atraktiivne tööandja: peresõbralikkuse kuldtase

Läbi peresõbraliku tööandja programmi leiame meile parimad viisid töötajate tunnustamiseks, motiveerimiseks ning tagasiside andmiseks. Ühtlasi parandame meeskonnatööd eri tiimide vahel ning tõstame infojagamise oskust. Väärtustame perega veedetud kvaliteetsega ning usume, et töö ja pereelu sujuv ühildamine aitab vähendada stressi, tõstab töötajate motivatsiooni, rahulolu ja lojaalsust ning aitab kaasa avatud ja meeldiva õhkkonna loomisele. Hindame inimlikku suhtumist, iseseisvust ja paindlikkust ning võimet vigu tunnustada ja nendest õppida. Tunneme oma töötajate üle uhkust ning usume, et kui töökoht väärtustab nii töötaja töö- kui pereelu, tõuseb sest kõigile vaid kasu.

## Töötajate arendamine ja toetamine

TEMU töötajad mõtlevad ja tegutsevad ressursipõhiselt ning on hea planeerimisoskusega. Külastusjuhtide pädevus erinevatel teemadel (digi, rühmadünaamika, arengutasemed, sisulised teadmised, esinemisoskus) on tõusnud. Tiimiliidrite juhtimisoskused on supertasemel. Toetame läbimõeldult kogu meeskonna arengut ja saavutame seeläbi koostöö ja sünergia.

## TEMU efektiivne majandamine

Muuseum on majandatud efektiivselt ja eesmärgipäraselt. Muuseumi arengukava on koos tegevusplaaniga regulaarselt kasutuses ning aluseks otsuste langetamisel. Eelarvestamine toimub osakonna- ja projektipõhiselt. Teenuste väljatöötamisel ja arendamisel otsime erinevaid finantseerimise võimalusi.

## 4. TEMU omab hästi valitud partnereid, kellega koos toimetades on mõjusid suurem.

Lisaks hinnatud sisule ja teenustele on TEMU'l väärt partnerid, kes aitavad suurendada muuseumi mõjusust. Tänu partneritele on kasutatavad ressursid mitmekesisemad ning TEMU tegevused paremini planeeritavad. Sobilike partnerite kaardistamine, leidmine ja hoidmine on läbimõeldud ja süsteemne tegevus. On oluline, et mõlemad osapooled oleksid koostööst huvitatud ja teineteisele kasulikud.

### MÕÕDIKUD AASTAL 2024:

- rahastatud koostööprojektide arv: 8
- osalemine eri võrgustikes: vähemalt 7

## Partnerite leidmine

Partnerid on olemas kõikides muuseumi tegevusvaldkondades ning partnersuhete loomisesse ja hoidmisesse panustab iga tiim. Osad partnerid on muuseumiülesed ja teised tiimide põhised. TEMU omab eri tüüpi partnereid:

- klient-partnerid: n. koolid, kellega on sõlmitud raamlepingud;
- asutused, kellelt saame sisulist erialast infot erinevate teenuste väljatöötamiseks ja arendamiseks;
- kommunikatsioonid, kelle kaasabil jõuame suurema publikuni;
- rahastajad, kes toetavad meie erinevaid ettevõtmisi.

## Õpilased tasuta muuseumisse

Otsime võimalusi kuidas õpilasgrupid saaksid muuseumis käia tasuta, et muuseumisse tulek ei jääks rahapuuduse tõttu ära. Loo võrdne võimalus külastada muuseumi majanduslikult vähem kindlustatud lastele. Muuseumiharidus kui formaalhariduse toetaja võiks olla süsteemselt ja õppekavapõhiselt rahastatud Tallinna Haridusameti ja/või Teadus- ja Haridusministeeriumi poolt.

## Võrgustikes osalemine ja trendidega kursis olemine

Osaleme aktiivselt erinevates võrgustikes (ICOM, TEAHU, EMÜ, jt), ning hoiame end erialaste trendidega kursis. Osaleme ja/või kutsume kokku Eesti muuseumide valdkonnapõhiseid ümarlaudu, et üksteiselt õppida ja infot vahetada.

## Kogukondadega teadlikum suhete loomine

Kasvatada muuseumi ümber sidus- ja huvigruppe, kellega koos arendame kogukonnale huvipakkuvaid tegevusi. Esmajoones tegeleme õpetajatega (täiendkoolitused, inspiratsioonipäevad, fookusgrupid), kuna TEMU suurim sihtrühm on koolilapsed.