

Danmarks nye museum

Verdens vigtigste emne

Mennesket i centrum

Det Grønne Museum strategi 2019 - 2022

	Indhold
Danmarks nye museum	3
Vision	4
Danmarks nye museum, verdens vigtigste emne, mennesket i centrum	5
Mission	5
Det Grønne Museums opgaver	6
På tværs af det hele.....	6
Det Grønne Museum er en sammenhængende organisation.....	6
Formidling.....	6
Det Grønne Museum vil som nyt nationalt museum udvikle og tilbyde viden og museumsoplevelser af høj kvalitet i hele landet.	7
Det Grønne Museum når flere og bredere målgrupper.....	9
Det Grønne Museum vil fastholde, styrke og kvalificere frivilliges deltagelse i levendegørelse af formidlingen.	10
Forskning	10
Det Grønne Museum vil fastholde det høje forskningsniveau inden for museets centrale emneområder	10
Bevaring af kulturarven	10
Det Grønne Museum opretholder veldokumenterede og velbevarede samlinger	10
Det Grønne Museums samling er repræsentativ for museets ansvarsområde	11
Generel ledelse, økonomi og administration	11
Figur 1-4.....	13

Danmarks nye museum

Det Grønne Museum fik med fusionen mellem Dansk Jagt- og Skovbrugsmuseum og Dansk Landbrugsmuseum pr. 1. januar 2017 mulighed for at definere sig selv og udvikle vision og strategier for Danmarks nye nationale museum, som med ansvar for jagt, skov, landbrug og mad fortæller historien om menneskets møde med - og brug af - naturen.

I 2017 og første halvdel af 2018 har vores fokus først været rettet mod at sikre en succesrig fusion af to store og værdifulde samlinger og to arbejdspladser med dedikerede og vidende ansatte. Dernæst har vores fokus været rettet mod udvikling af mission, vision og strategier for at sikre en både visionær og realistisk fremtid for Det Grønne Museum, hvor arbejdet med samling, forskning og formidling får bedst mulige betingelser.

Udviklingsstrategi (Se: Figur 1)

Vi har udarbejdet en udviklingsstrategi for Det Grønne Museum, der gælder i perioden 2019-2028, med detaljeret planlægning for de første 5 år og udstukne rammer for de næste 5. Indenfor de næste 10 år vil vi løbende erstatte de eksisterende udstillinger med nyudviklede signaturudstillinger, som fremover vil fungere som museets rygrad. Signaturetaperne tager udgangspunkt i en udstilling, men tænker forskning, samling og andre formidlingsformer ind, så hele museet løftes. Etaperne er desuden veldefinerede og afgrænsede i forhold til hinanden samtidig med, at de for gæsten vil opleves som en helhed.

Grundtanken bag vores strategi bunder i bæredygtighed, helhed og mennesket i centrum.

Alt, vi udvikler, skal tænkes ind i så mange af museets ansvars- og opgaveområder som muligt, nye projekter skal udvikles med udgangspunkt i viden og erfaringer fra tidligere projekter, og de skal selv fungere som trædesten for fremtidige projekter. For at dette kan lykkes, skal medarbejdere, frivillige, samarbejdspartnere og brugere af museet bruges som værdifuld ressource i samtlige processer.

Bæredygtighed og helhed (Se: Figur 2 og 3)

Det Grønne Museum arbejder med bæredygtighed og helhed som grundlæggende tankegange for museets fremtidige arbejde. Bæredygtighed kommer f.eks. til udtryk i valget af grafiske løsninger, websitemoduler, digitale udstillingsløsninger og materialer til scenografiske opbygninger. Nøgleord er kvalitet, bevist driftssikkerhed, optimal energiudnyttelse og mulighed for fleksibilitet i anvendelse.

Der arbejdes også målrettet med, at centrale opgaver udvikles, så de i videst muligt omfang kan udføres, vedligeholdes og videreudvikles af museets faste medarbejderstab.

Endelig kommer bæredygtighedstanken til udtryk i udviklingsstrategiens signaturetaper, hvor hvert nyt tiltag bygger ovenpå udførte og evaluerede projekter. Én etape gennemføres, evalueres og rettes til – og den akkumulerede viden blandt medarbejdere og samarbejdspartnere udnyttes til de næste etaper.

Mennesket i centrum

Den tredje grundlæggende tankegang er, at vi arbejder med mennesket i centrum. Det gælder ikke kun vores mission, hvor menneskets liv med og brug af naturen står centralt, men i lige så høj grad de mennesker, vi omgiver os med i arbejdet med Det Grønne Museum: ansatte, frivillige, brugere og samarbejdspartnere.

Følges udviklingsstrategien vil Det Grønne Museum have gennemgået en fuld transformation i 2028, og have nået sin vision om at blive et af verdens bedste kulturhistoriske museer indenfor ansvarsområdet.

Vision

I 2028 er Det Grønne Museum et af verdens bedste kulturhistoriske museer indenfor sit ansvarsområde, fordi:

- Vi tilbyder museumsoplevelser af internationalt format.
- Vores formidling er vedkommende. Den levendegør, engagerer og udfordrer på museet og i hele landet.
- Vi skaber indsigt og refleksion for alle.
- Vi kvalificerer de besøgende til at træffe bevidste valg og beslutninger vedrørende udnyttelsen af naturens ressourcer.
- Vores udstillinger i Auning trækker gæster fra hele Danmark
- Vores digitale platform tilbyder anerkendt og troværdig viden til en bred vifte af målgrupper.
- Vi har en velorganiseret og digitalt tilgængelig samling i god stand.
- Vi leverer forskning på højt niveau og gerne med internationale samarbejdspartnere.
- Vi er værdsatte samarbejdspartnere for andre museer og forskningsinstitutioner, for relaterede erhverv, for de frivillige og for øvrige relevante aktører.

Danmarks nye museum, verdens vigtigste emne, mennesket i centrum

Disse linjer skrives den 15. oktober 2018, mens solen vælter ind ad vinduerne og sender temperaturen så rekord højt op, at æbletræerne i museets æblehave står i blomst. Alle taler om vejret, og klimaet, der ved sidste folketingsvalg end ikke var på listen over vigtige valgemner, er netop udråbt til at være hovedtemaet for næste valgkamp.

Det er et par af de højaktuelle grunde til, at vi selv mener, at vi arbejder på at skabe Danmarks vigtigste museum. For med udgangspunkt i vores samlinger og viden kan vi være med til at facilitere den nødvendige debat om fremtiden. Menneskers beslutninger og ageren har siden stenalderen været med til at forme det land, vi kender i dag. Og også fremover vil menneskers beslutninger og ageren være afgørende for vores livsvilkår og fremtid.

Vores ambition er at kombinere et faktastærkt og troværdigt museum med store sanselige oplevelser i og udenfor museet. Mennesket i centrum betyder, at vores formidling hele tiden skal have for øje, hvad udviklingen af samspillet med naturen og kulturlandskabet betød for de mennesker, der levede i datiden, hvad den betyder for vores liv i dag, og for hvordan vi planlægger, at fremtiden skal være. Og det betyder også, at gæsten får mulighed for at give sin egen mening til kende og sætte sit eget præg på udstillingen, på andre gæster - og på os.

Der findes på verdensplan ikke et museum lige til det museum, vi gerne vil skabe. Et museum, der kombinerer skoven, jagten, landbruget og maden og binder dem sammen til én historie. Og som med fortællinger og fakta om den natur og det klima, som hele kloden deler, også har en betydelig relevans for udenlandske gæster. Vi er således klar til at tage udfordringen op og belyse det grundlæggende dilemma mellem velstand og bæredygtighed – og til også at have det internationale udsyn.

Mission

Det Grønne Museum styrker historiebevidsthed og aktivt medborgerskab ved at belyse, hvorledes den kulturhistoriske og teknologiske udvikling indenfor jagten, skoven, landbruget og maden har haft og stadig har afgørende betydning for menneskers hverdag og for landskabet og naturen.

Anne Bjerrekær
Direktør

Det Grønne Museums opgaver

Det Grønne Museum har nationalt ansvar for jagt, skov, landbrug og mad, og dermed for fortællingen om menneskets møde med - og brug af - naturen. Opgaverne er fordelt på formidling, bevaring og forskning, og nedenfor redegør vi for, hvordan vi vil prioritere opgaverne indenfor rammeperioden 2019-2023.

På tværs af det hele

Det Grønne Museum har i den næste rammeperiode én vigtig opgave, der går på tværs af de tre hovedopgaver. Det drejer sig om det videre arbejde med at konsolidere det nye samlede museum.

Det Grønne Museum er en sammenhængende organisation

Fusionen af de to museer er godt i vej, et nyt fælles museum er skabt, og det er blevet hverdag på museet. Det betyder, at mange af de opgaver, der i flere år har været en del af fusionen, nu er en del af museets almindelige virke herunder også ledelsesmæssigt fokus på at sikre museets faglige ekspertise, så museet kan præstere formidling og forskning på højeste faglige niveau indenfor alle 4 ansvarsområder.

Men der er stadig opgaver, som er en direkte konsekvens af fusionen. Museets bevaringsafdeling har stadig en stor opgave foran sig med fusion af samlingerne. Alle genstande befinder sig nu i magasiner i Auning, men der forestår stadig et omfattende arbejde i form af flytning og omrokering til permanente pladser i udstilling eller magasin.

Overordnet foreligger der stadig et stort og vigtigt arbejde i de kommende år med at færdiggøre og/eller udarbejde strategier for museets arbejds- og indsatsområder. Det drejer sig i første omgang om en forskningsstrategi, men også arbejdet med MADENS HUS, den levende kulturarv, det levende museum med brug af frivillige samt inddragelse af museets udeområde skal indtænkes i strategiarbejdet. Fusionen har også skabt behov for udvikling af nye, ensartede arbejdsprocedurer, så der skal udarbejdes nye manualer for bl.a. genstandshåndtering, registrering og indsamlings- og kassationspolitik.

Behovet for, at Det Grønne Museum som et resultat af fusionen tilbyder nye, tidsvarende udstillinger, hvor alle ansvarsområder inddrages optimalt, medfører bevidst prioritering af arbejdsressourcer på udvikling og fundraising.

Endelig fortsætter arbejdet for at sikre, at Det Grønne Museum bliver kendt - og brugt - af alle danskere som det nye museum for jagt, landbrug, mad og skov.

Formidling

I rammeaftalen 2019-2022 satser vi stærkt på formidling, og centralt for strategien står opbygning af tre nye signaturudstillinger, der bliver grundlag og rygrad for museets fremtidige profil. Der satses på formidling på tre niveauer: dels på det fysiske museum i Auning, dels ude i resten af Danmark, dels på digitale platforme, hvor vi har udviklet en strategi for "Det Digitale Grønne Museum".

Det Grønne Museum vil som nyt nationalt museum udvikle og tilbyde viden og museumsoplevelser af høj kvalitet i hele landet.

Museum med udsyn

Det Grønne Museum er et dansk museum med fokus på danske brugere, men vi har også en ambition om at blive et museum, hvor:

- udenlandske gæster får en bedre forståelse for Danmark, og at de, ved at spejle sig i udstillingernes temaer og fortællinger, får mulighed for at reflektere over deres egen baggrund og den kultur, de selv kommer fra.
- særligt europæiske museer vil se på Det Grønne Museums formidling som inspirationskilde og vil ønske at søge relevante samarbejder.
- Det Grønne Museums forskere indgår i internationale samarbejder og skaber forskning på internationalt niveau og af international interesse.

Vores vision er at blive et af verdens bedste kulturhistoriske museer indenfor vort ansvarsområde og tilbyde museumsoplevelser af internationalt format. I indeværende rammeperiode vil vi derfor udarbejde en international strategi og iværksætte tiltag som trædesten mod realisering af visionen. De operative målepunkter (som f.eks. forskningsoplæg og -publikationer samt samarbejder med MADENS HUS) skulle gerne medføre øget synlig international effekt for den efterfølgende rammeaftale.

Signaturudstillinger og formidling

De første to udstillinger fortæller Danmarkshistorien om det grønne Danmark og om, hvordan mennesker til alle tider har levet sammen med og påvirket naturen. I stræben efter det bedste liv. Også fremover vil menneskers beslutninger og ageren være afgørende for vores livsvilkår og fremtid. Derfor vil vi i de nye udstillinger lægge vægt på aktualitet og også give et lille kig ind i fremtiden for at vise, hvad der forskes i lige nu for at finde løsninger på de udfordringer, vi står overfor, når der både skal brødfødes en befolkning på 7,6 mia. mennesker og samtidigt være plads til rent drikkevand og stor og vild natur.

Der vil også blive produceret særudstillinger, men vore ressourcer prioriteres til arbejdet med de store udstillinger og museum to go, så særudstillingerne vil være færre og mindre i omfang end tidligere.

Men Det Grønne Museum handler ikke kun om sammenhænge og udfordringer. Der er, og skal fortsat være, god plads til, at mennesker mødes i en social sammenhæng og har en god dag sammen - og til at se museets sjældne klitfår, plukke et æble, flå et rådyr, genkende duftene fra Madens Hus eller falde i snak med en af museets mange frivillige.

I relation til de nye signaturudstillinger vil vi også arbejde for at øge antallet af besøgende skolebørn, elever fra ungdomsuddannelser og studerende fra videregående uddannelser. Vi kan ikke fjerne uddannelsesstedernes udgifter til transport, men vi kan arbejde på at gøre vores tilbud så relevante og attraktive som muligt. Det vil vi gøre ved at udarbejde en ny strategi for området, evaluere og strukturere arbejdsgange samt revidere og digitalisere udvalget af eksisterende tilbud og løbende udvikle nye. Det betyder, at visse af de eksisterende tilbud vil blive nedlagt, mens andre vil blive gennemarbejdet, så de kan fungere optimalt både for de skoleklasser, der besøger os i museet og for de skoleklasser, der ønsker at benytte vores digitale tilbud.

Levende kulturarv

Museets arbejde med den levende kulturarv er et særligt nationalt ansvar og indsatsområde, og både dyr og planter skal også fremover være en væsentlig del af museumsbesøget. Fortsatte samarbejder med avlerforeninger, Landbohøjskolen (Københavns Universitet) samt det internordiske genressourcecenter (NORDgen) omkring forsøg og forskning prioriteres. Produkterne indgår naturligt i arbejdet i MADENS HUS. Markerne, dyrene, haven og nærheden til stor skov giver os tilmed en enestående mulighed for at binde formidlingen sammen på tværs af "ude og inde", og vores udvikling de kommende år af Det Digitale Grønne Museum med brug af moderne teknologier vil udvide disse muligheder.

MADENS HUS

I 2017 åbnede MADENS HUS, der består af historiske og moderne køkkener, der alle kan bruges til at formidle og eksperimentere med maden og måltidets kulturhistorie. Børn, voksne og professionelle fra den gastronomiske branche får den eksklusive oplevelse at kokkerere, som man har gjort det gennem tiderne med fortidens sorter af grønt og frugt fra haven.

Der er meget stor efterspørgsel på enhedens tilbud, og opgaven de kommende år består i at konsolidere bestående tilbud og udvikle nye formidlingsprodukter, også med øget egenindtjening (og dermed grundlag for videreudvikling) for øje.

Samtidig fortsættes samarbejdet med fødevarer virksomheder, fødevarerproducenter og landets kokkeskoler, og der arbejdes videre på internationale relationer.

Det Grønne Museum er, hvor DU er

Det Grønne Museum er et nationalt museum, og signaturudstillingerne er hele Danmarks historie. Derfor satser vi stærkt på udvikling af den digitale webbårne formidling, der kan nå ud til alle kroge af landet. Herunder også digitale undervisningstilbud, som skoler og ungdomsuddannelser fra hele landet kan benytte sig af - uden fysisk at besøge museet.

Vi ønsker også at udvikle et mobilt museum, hvor dele af museets udstillinger og samlinger kan bringes i spil udenfor museets matrikel på f.eks. festivaler og messer, og Museum to go, hvor museets medarbejdere tager ud af huset og formidler gennem f.eks. foredrag og kurser.

Det Digitale Grønne Museum

Det Grønne Museum vil udvikle og styrke museets digitale platforme. De to fusionerede museer havde ikke tradition for digital formidling, og der findes f.eks. ikke digitalt undervisningsmateriale. Begge museer benyttede dog i mindre omfang hjemmesider og Facebook til information og vidensdeling. Den første vigtige fusionsopgave indenfor det digitale område er derfor at udvikle en velfungerende hjemmeside for det nye, fusionerede museum – detgroennemuseum.dk, og derefter at udvikle en ambitiøs digital strategi. "Det Digitale Grønne Museum" vil sikre, at museet i 2028 tilbyder så meget viden, formidling og sanselige, interaktive oplevelser som muligt, til så mange målgrupper som muligt, i så stort et geografisk – nationalt og internationalt - område som muligt.

Vi mener, at digitale løsninger er centrale og essentielle værktøjer i alt moderne museumsarbejde, da de kan sikre lettilgængelig viden på nettet og sanselige, brugerinddragende og levende formidlingsoplevelser såvel indenfor i udstillingsrum som udenfor i naturen. Digitale løsninger bør ikke være målet i sig selv, og strategien "Det Digitale Grønne Museum" sikrer, at museets digitale lag (websites, sociale medier og

digitale løsninger i udstillinger, på museets udeområde og i det mobile museum) bliver forbindelsesleddet, der optimalt forbinder og styrker museets arbejdsområder. (Se: Figur 4)

Det Grønne Museums digitale strategi er udviklet med udgangspunkt i museets overordnede strategimål om bæredygtighed og helhed. Et vigtigt aspekt bliver den digitale uddannelse af medarbejderstaben. Vi ønsker på den ene side at være trendsættere for brug af digitale løsninger, men på den anden side er det imperativt, at vi vælger løsninger med udgangspunkt i, at museets medarbejdere i så høj grad som muligt selv kan sikre vedligehold. Det vil også betyde, at vi fremadrettet bliver mere kvalificerede til at forstå og udnytte den hurtige udvikling indenfor det digitale område og træffe kvalificerede digitale beslutninger.

Helt centrale bliver museets fremtidige websites, som skal være nationalt og internationalt anerkendte og benyttede digitale baser for -og forlængelse af- Det Grønne Museum.

Museets nye websites er første trædesten i strategiprocesen, og erfaringerne fra opbygningen og arbejdet med dem vil blive brugt til at udvide og udvikle websitene i takt med det Grønne Museums udviklingsstrategi. Markedsføring og formidlet viden sikrer en udvidelse af museumsoplevelsen i tid og rum. Udstillingstekster, billeder af genstande, film og interviews stilles til rådighed for museets digitale brugere sammen med f.eks. små digitale spil til børn, livefeed fra webkameraer på udeområdet eller et interaktivt kort over museets store område. Det vil også blive prioriteret, at der udvikles digitalt undervisningsmateriale, så skoler i hele Danmark får let adgang til museets viden og formidling. Et leksikon sikrer demokratisering af museets akkumulerede viden, der i videst muligt omfang gøres tilgængelig for alle. Museets websites bliver også base for store dele af udstillingernes digitale indhold. I udstillingerne, på udeområdet og i det mobile museum, vil digitale muligheder fra projektorer over lyde til digital interaktivitet som f.eks. touchskræme, AR eller RFID blive strategisk brugt til at skabe levende og sanselig formidling.

Det Grønne Museum når flere og bredere målgrupper

Efter det flerårige fusionsarbejde, hvor fokus særligt har været rettet mod praktiske opgaver så som nedlukning af et museum, flytning af medarbejdere, kontorer, udstillinger og samling, viser Det Grønne Museums nye vision, at der i den næste rammeperiode fokuseres på formidling, og at museet bliver kendt – og brugt – af flere og bredere målgrupper.

Det Grønne Museum i Auning ønsker at åbne nye signatur- og særudstillinger. Desuden vil der tilbydes en lang række tilbud i udstillinger, undervisningsafdeling, MADENS HUS og på museets udeområde, hvor den levende kulturarv lever og formidles – også af museets frivillige. Håbet er, at det vil trække flere besøgende til museet, målet er 125.000 i 2022. I indeværende rammeaftaleperiode fokuserer vi på at tiltrække gæster fra regionens store byer, særligt Aarhus og Randers, men det forhøjede besøgstal skulle gerne også betyde flere besøgende fra resten af Danmark samt fra udlandet.

Men Det Grønne Museum er et nationalt museum, og vi ønsker at nå så mange danskere som muligt, også hvor de befinder sig, bl.a. med et mobilt museum som man vil kunne møde rundt omkring i Danmark til f.eks. festivaler og messer.

Men Det Grønne Museum er overvejende fokuseret på at nå flere og bredere målgrupper gennem udvikling af digital webbåren formidling. Strategien "Det Digitale Grønne Museum" vil sikre, at museet i 2028 tilbyder relevant, anerkendt og troværdig viden, formidling og sanselige, interaktive oplevelser til så mange målgrupper som muligt, i så stort et geografisk – nationalt og internationalt - område som muligt.

I indeværende rammeperiode har Det Grønne Museum særligt fokus på at

Det Grønne Museum vil fastholde, styrke og kvalificere frivilliges deltagelse i levendegørelse af formidlingen.

Det Grønne Museum har en særdeles stærk opbakning fra museets venneforening og fra frivillige, som i skrivende stund er organiseret i 15 grupper og laug – og vi arbejder på laug nummer 16. Disse står både for levendegørelse og andre opgaver. Seks dage om ugen er smedjen åben og i funktion, ligesom landarbejderhuset ”Polakhuset”, traktorværkstedet, bigården og MADENS HUS ofte er befolket af frivillige, der skaber liv, dufte og larm i de mange bygninger. Grupperne er desuden meget aktive og tænkt ind i alle ferieaktiviteter og arrangementer. Men de frivillige bliver (som alle andre...) ældre, og for at modgå at vi mister en skattet og særlig del af museets formidling, vil vi i aftaleperioden styrke arbejdet med at fastholde eksisterende frivillige og at rekruttere nye. Vi vil også arbejde målrettet på kvalificering af de frivillige, så de bliver endnu bedre til at formidle den levende kulturarv. Vi vil også med kontrakter og årlige spørgeundersøgelser sikre både forventningsafstemning, kommunikation, erfaringsudveksling og tilfredshed. Endelig indgår udviklingen af, hvordan frivillige bedst indgår som ressource i formidlingsarbejdet som et centralt element i vores strategiarbejde. Et særligt indsatsområde er at sikre, at der er laug, der dækker alle ansvarsområder.

Forskning

Vi ønsker på sigt, at Det Grønne Museum bliver nationalt og internationalt anerkendt som institutionen, der inden for vores ansvarsområder troværdigt og visionært demonstrerer fortiden, perspektiverer nutiden og peger mod fremtiden – og det kræver en kontinuerlig og koncentreret forskningsindsats med stærke netværk og samarbejdsprojekter både i Danmark og udenfor landets grænser.

Det Grønne Museum vil fastholde det høje forskningsniveau inden for museets centrale emneområder

I den aktuelle rammeaftaleperiode er der to fokusområder for museets forskning. For det første skal der udarbejdes en ambitiøs forskningspolitik, hvor international forskning opprioriteres, og der arbejdes på at sikre museet yderligere mindst én forsker på ph.d.-niveau. For det andet skal der leveres forskning til signaturudstillingerne. De mere detaljerede planer følger efter udviklingen af en forskningsstrategi i 2019. Forskningsområdet har pga. fusionen ikke været højt prioriteret de sidste par år. Arbejdet er dog bestemt i gang. Der ansøges i skrivende stund om eksterne midler til 3 store bogprojekter, og viden fra disse projekter kommer til at indgå i museets nye udstillinger.

Bevaring af kulturarven

Det Grønne Museum er et nyt museum – med dobbelt op på genstande. Samlingen rummer nu ca. 72.000 genstande, og den allerstørste opgave er fortsat at flytte de 23.000 museumsgenstande fra Jagt- og Skovbrugsmuseet til deres endelige plads i Auning.

Det Grønne Museum opretholder veldokumenterede og velbevarede samlinger

Arbejdet med at integrere de to samlinger betyder ikke blot en flytning af Jagt- og Skovbrugsmuseets genstande, det betyder også ekstra opgaver vedrørende genstande fra det tidligere Landbrugsmuseum. Flytningen afdækkede ca. 1000 uregistrerede genstande i Hørsholm, og en gennemgang af det tidligere Landbrugsmuseums genstande i forbindelse med sammenlægningen viste tilsvarende ca. 1000

uregistrerede genstande. Også en stor samling fra Slagtermuseet i Roskilde bestående af ca. 8000 genstande indkommet tilbage i 2002 venter på gennemgang, kassation eller indlemmelse i samlingen. Lige nu er langt størstedelen af de flyttede genstande opbevaret i midlertidige lejede lokaler, og processen med at få dem flyttet på plads i de endelige magasiner er en stor opgave, der prioriteres højt de kommende år. I alt 23.000 genstande er flyttet fra Hørsholm til Auning, og det forventes at samtlige genstande er færdigbehandlet og står på deres permanente plads i 2022. Arbejdet medfører dog, at et ikke uvæsentligt antal genstande fra det tidligere Landbrugsmuseum berøres af processen, og ifølge planen forventes, at ca. en tredjedel af museets samling på i alt 73.000 genstande at være flyttet eller omflyttet til permanente placeringer i 2022.

Også arbejdet med implementering af SARA med tilhørende oplæring af medarbejdere vil blive prioriteret i de kommende år.

Der er taget initiativ til udarbejdelse af en koordineret landsdækkende indsamlingspolitik på to af museets områder, og der foretages løbende en vurdering af genstande i museets samling med henblik på optimering af og udskillelse fra samlingen.

Overordnet er museets samling – med enkelte undtagelser - i rimeligt god stand. Til at forestå arbejdet fremadrettet ansættes en naturhistorisk konservator i et år, derefter arbejdes der på et samarbejde med Konserveringscenter Vejle, der har ekspertiser til at tage sig af hele museets samling. En vigtig opgave i indeværende rammeaftaleperiode bliver også at sikre overblik over samlingernes bevaringstilstand, og derefter udarbejde en strategi for bevaring.

Det Grønne Museums samling er repræsentativ for museets ansvarsområde

Indtil det store arbejde med at få genstandene på plads i magasinerne er tilendebragt, vil der kun i meget begrænset omfang blive taget nye genstande ind i samlingen. Og fokus vil være på genstande fra efter 1950, samt genstande, der kan være med til at belyse fortællingen i de nye udstillinger.

Indsamlingsstrategien vil de næste år blive revideret, således at der f.eks. fremover bevidst og offensivt indsamles ikoniske landbrugsmaskiner fra efter år 2000, da disse helt mangler i samlingen i dag. Det samme gælder genstande, der belyser madhistorien. Der vil samtidigt blive taget stilling til afgrænsningen af museets ansvarsområder, da vi løbende får henvendelser med tilbud om overtagelse af relaterede samlinger fra f.eks. lystfiskere, gartnere etc.

Generel ledelse, økonomi og administration

Det Grønne Museum er i den særlige situation for et dansk museum, at 46% af budgettet er øremærket såkaldt finansielle omkostninger, drift og vedligehold. Det betyder, på godt dansk, at halvdelen af budgettet er brugt, før vi kan gå i gang med at lave udstillinger, forske og passe på museets samlinger.

Det Grønne Museum er, som en række andre statslige institutioner, omfattet af et årligt omprioriteringsbidrag på 2 %, hvilket resulterer i faldende bevillinger til museerne i de kommende år. De nye midler, der med den netop vedtagne finanslov tilføres de statslige museer, kompenserer dog for dette. Museets fremtidige arbejde med den levende kulturarv er særligt økonomisk udfordret de kommende år. Museet har tidligere søgt og fået projektpenge til området, men den totale sum til hele dette arbejde, falder fra 6,7 mio. i 2018 til 4,2 mio. (paragraf 24, underkonto 35), hvilket formentlig betyder øget fokus på det landsdækkende avlsarbejde og færre penge til formidling af området.

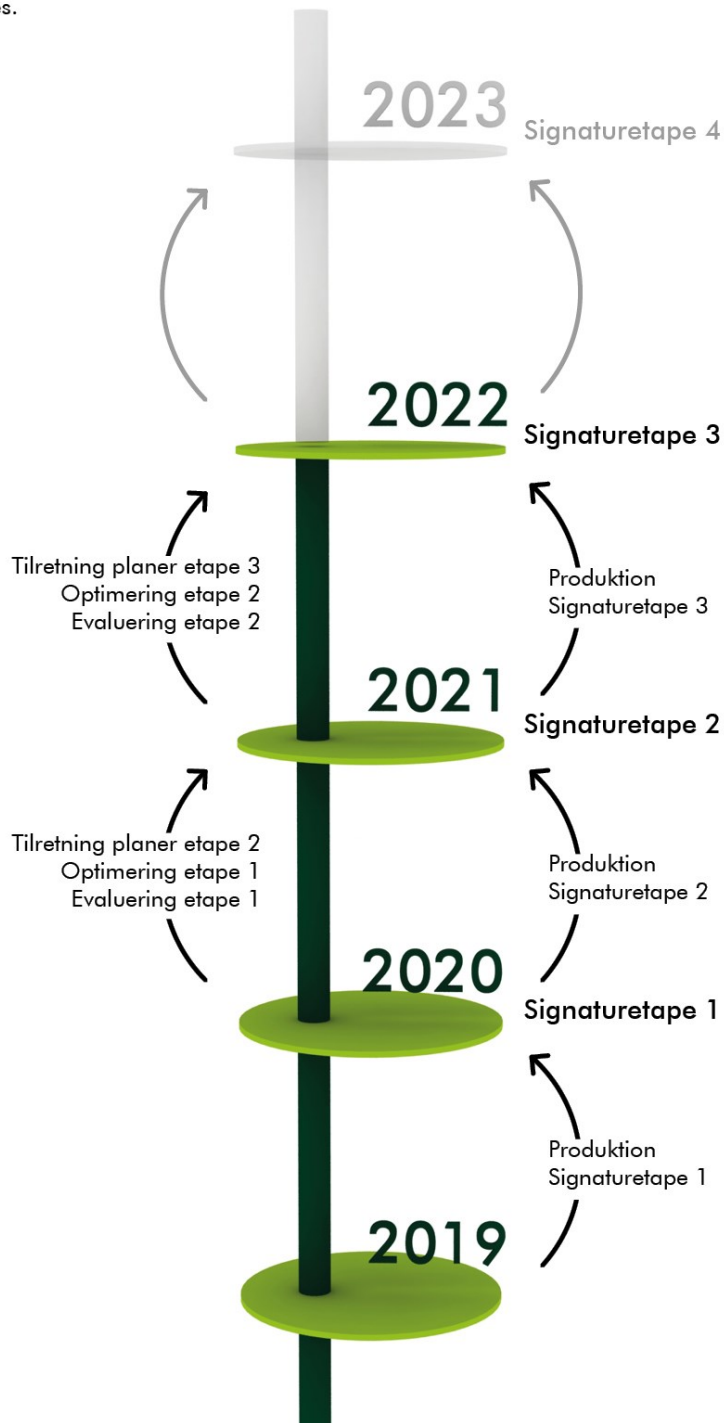
For at udvikle museet til det ambitiøse niveau, vi har skitseret i denne strategi, er vi helt afhængige af medinvestering fra eksterne fonde og puljer. Museet vil derfor have særlig fokus på fundraising, sponsoraftaler, partnerskaber mv.

Derudover arbejder vi også på at udvide og professionalisere Det Grønne Museums kommercielle aktiviteter med henblik på at øge museets egenindtjening, som så kan bruges til mere og bedre formidling. Dette kan forhåbentligt igen resultere i flere gæster og øget billetindtjening. Vores største udfordring de kommende år er først og fremmest at knække koden til at få verden til at forstå, at vi faktisk ligger midt i Aarhus – i hvert fald kun 35 km i fugleflugtslinje fra Store Torv.

Figur 1-4

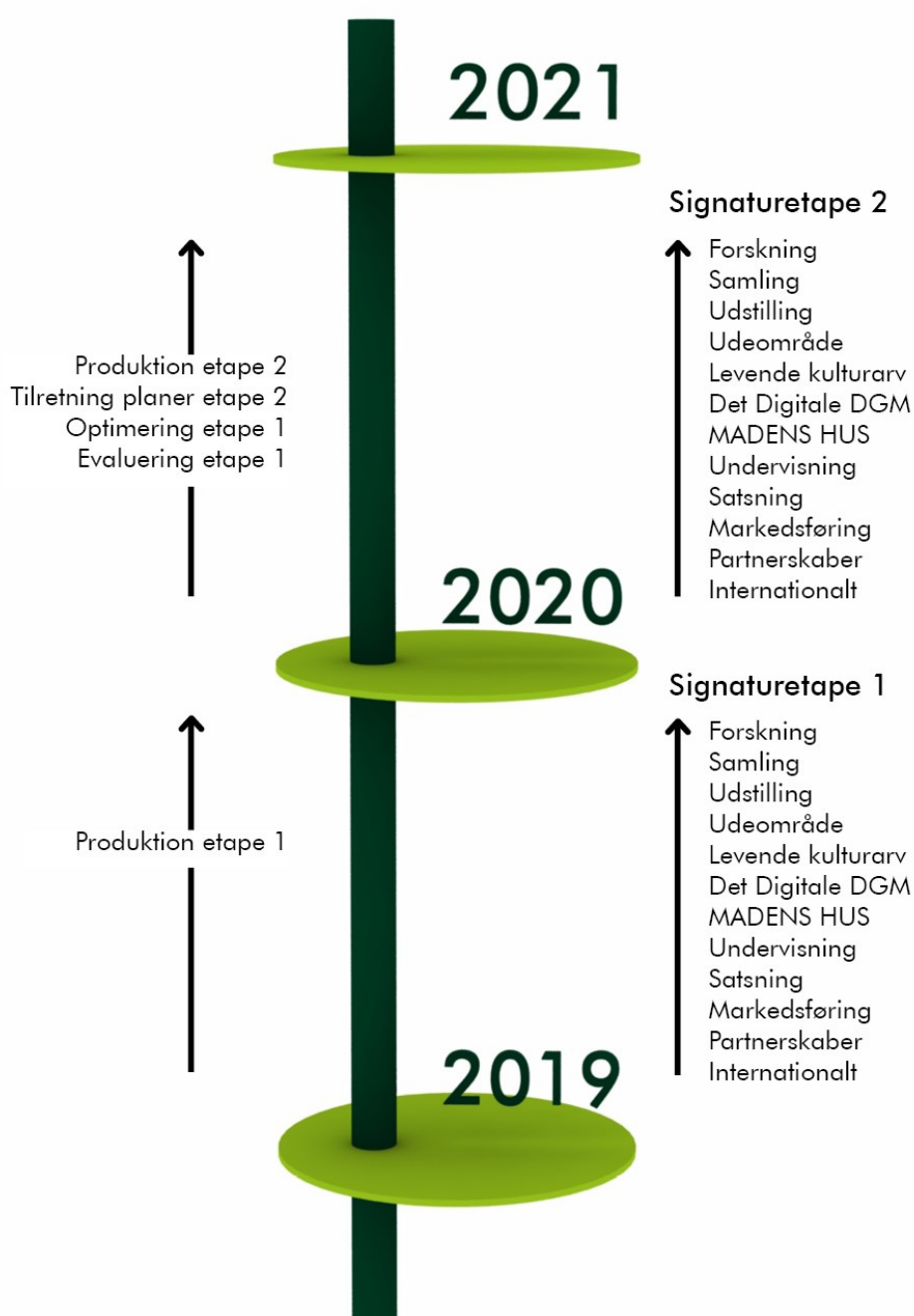
Figur 1: Udviklingsstrategi

Hver signaturetape består af følgende overordnede arbejdsgange: produktion, evaluering, optimering og tilretning. Evaluering sker både internt, med samarbejdspartnere og som målrettede brugerundersøgelser. Derudfra optimeres udførte etaper, og kommende projekter tilrettes.



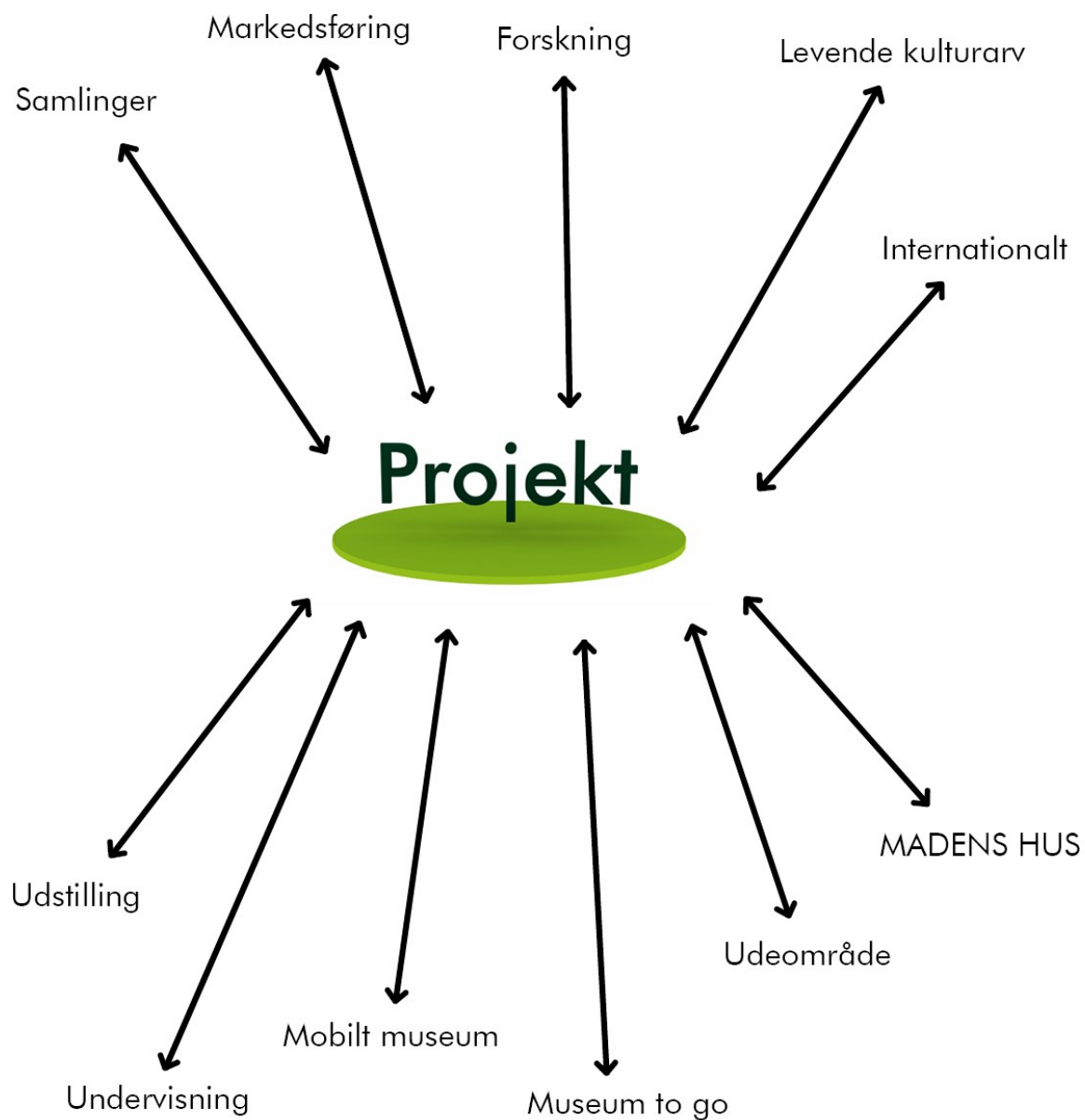
Figur 2: Bæredygtighed og helhed

Der arbejdes bevidst med strategiens grundtanker om 1) bæredygtighed bl.a. i form af projektetaper som trædesten for erfaringsindsamling og –udnyttelse og 2) helhedstilgang til udvikling af nye formidlingsprodukter, hvor tilbud til relevante platforme (forskning, samling, udstilling osv.) produceres i samme arbejdsgang.



Figur 3: Projektstrategi

Helhedstankegangen indebærer, at nye projekter skal udvikles på en sådan måde, at så mange områder som muligt får glæde af det endelige produkt, ligesom et projekt skal udnytte viden, muligheder og erfaringer fra andre områder.



Figur 4: Det Digitale Grønne Museum

Det Digitale Grønne Museum er museets digitale strategi, hvor digitale værktøjer vil koble museets områder. Hermed sikres maksimal udnyttelse og udbredelse af akkumuleret viden og formidling.

