

Det handler om mennesker



Det Grønne Museums strategi 2023-2026

Det Grønne Museum

1. Rammevilkår

a) Institutionens opgaver.

Det Grønne Museum er det nationale museum inden for jagtens, skovens, landbrugets og madens kulturhistorie. Museet har, jf. museumsloven, jf. LBK nr. 358 af 8. april 2014, til opgave at indsamle, registrere, bevare, forske og formidle genstande og materiale til belysning af dansk jagt, skovbrug, landbrug og madens historie

b) Relevante politiske målsætninger og evt. øvrige krav.

De seneste år har der været politisk fokus på, at alle dele af befolkningen skal have adgang til kulturelle tilbud og til at deltage i den demokratiske debat. Og på at kultur ikke bare skal være for de socialt og økonomisk ressourcestærke borgere, men for alle.

Børn og unges aktive deltagelse i kulturelle begivenheder ses også som en væsentlig faktor til at udvikle fremtidens kulturliv. Mest fremtrædende er forventningen om, at nye (og flere) (ikke-) brugergrupper involveres og inkluderes i kulturlivet.

Samtidigt er der samfundsmæssigt en klar forventning til, at vi de kommende år arbejder med FN's Verdensmål og tænker bæredygtige løsninger, der bl.a. kan afhjælpe de store udfordringer med biodiversitet og klima.

c) Økonomisk grundlag.

Det nye grønne museum er kommet godt fra start, og har klaret sig helskindet igennem corona-epidemien uden særlig økonomisk støtte. Godt hjulpet af et pænt besøgstal, der f.eks. i sommeren 2022 lå 10 % over besøgstallet i 2019. Den økonomiske ramme for de kommende år er lidt mindre end tidligere år, og dette er indarbejdet i budgettet. Økonomien er dog pt. yderligere udfordret af inflation og stigende energipriser, der skal indeholdes i eksisterende budget, og med mere end 40.000 etage-m² museum vil udgifterne til dette stige væsentligt, og dette vil helt sikkert få konsekvenser for de faglige opgaver, vi skal løse. Det er dog svært for nuværende at sige, hvilke eller hvor store konsekvenser, det vil få, da ingen med sikkerhed kan forudsige, hvordan det vil se ud de kommende 4 år.

d) Brugernes forventninger.

Vi har ikke gennemført nogen egentlig selvstændig forventningsanalyse, men det er vores klare opfattelse, at brugerne generelt har stigende forventninger til museernes formidling. Og til udstillingens relevans for dem selv. Mange er vant til at se store museer i udlandet, og stiller samme krav til "underholdningsværdi" på de danske museer, også de mindre. Og man forventer interaktion og selv at blive involveret. I vore brugerundersøgelser kan vi (og mange andre museer...) konstatere, at det er dér, vi scorer lavest. Selv om vi faktisk har stort fokus på involvering, er det stadig ikke nok. Men nye moderne og interaktive udstillinger koster rigtig mange penge at opbygge, så det kan økonomisk være svært at følge med forventningerne. I de fleste situationer er vi afhængig af (store) tilskud fra fonde for at kunne opfylde brugernes forventninger.

Vi kan iagttage, at gæsterne sætter stor pris på at færdes udenfor på vore store udearealer men oplever ikke, at de i særlig høj grad ser sammenhængen ml. udstillinger og udearealer. I vore brugerundersøgelser kan vi også se, at de besøgende sætter stor pris på at møde "levende mennesker" (formidlere eller frivillige) i udstillinger eller ved aktiviteter og at kunne tale og lave ting med dem. Dette opleves også som interaktion.

2. Udfordringer og udviklingspotentialer

Vi mener selv, at vi er i gang med at skabe et af Danmarks vigtigste museer. Verden står overfor store udfordringer med biodiversitet og klima, samtidig med at en voksende og mere krævende befolkning skal mættes. I det kommende årti vil menneskers beslutninger og handlinger, eller mangel på samme, være helt afgørende for vores livsvilkår og fremtid.

Med udgangspunkt i vores samlinger og viden kan vi på helt særlig vis være med til at perspektivere historien om, hvordan vi er nået hertil, hvor vi er i dag. Og yderligere bidrage ved at facilitere den nødvendige debat om fremtiden og om det helt grundlæggende dilemma mellem velstand og bæredygtighed. Og derigennem hjælpe folk til selv at tage stilling og agere.

Der findes på verdensplan ikke et museum, vi gerne vil skabe. Et museum, der kombinerer jagtens, skovens, landbrugets og madens kulturhistorie og binder emnerne sammen til én stor og vigtig fortælling. Vi er nået et godt stykke i de foregående 4 år, og fokus i den kommende periode er derfor på at fastholde, videreudvikle og færdiggøre de projekter, tiltag og tanker, der allerede er påbegyndt. For at få det bedste ud af dette, skal vi også have fokus på at uddanne medarbejdere til den digitale hverdag og fremtid – og fokus på at knytte flere internationale bånd.

Det handler om mennesker

Altid – og hele tiden. Det er den ledestjerne, vi laver museum efter. Vi vil skabe et museum, der skal anvendes og opleves af mennesker, små som store, – og vi stræber efter, at vores forskning og formidling altid handler om mennesker. Belyst ud fra egne fortællinger eller de genstande og materialer, de har produceret, anvendt og/eller levet med – eller de spor, de har efterladt.

Det er også mennesker, der ved forenede kræfter, former og driver Det Grønne Museum, og som gør det til et interessant og godt sted at være. For at udvikle det bedste museum skal medarbejdere, frivillige, samarbejdspartnere og brugere af museet anvendes som værdifuld ressource i processerne.

Nutidig relevans

Museets formidling skal være relevant for os, der lever i dag. Vi vil binde fortid og nutid sammen, tage udgangspunkt i aktuel historie og dilemmaer, så fortiden perspektiveres og forstås i en nutidig sammenhæng. I den kommende rammeperiode lægges fortsat specielt vægt på perioden fra 2. verdenskrig til nu, både inden for samling, forskning og formidling.

Udstillinger

Museet har allerede over 6000 m² udstillinger, hvoraf de ældste er 23 år gamle. Vi arbejder derfor løbende på at udskifte og etablere nye udstillinger. Museets største opgave og udfordring i den kommende periode vil helt klart være produktion af den nye, store og interaktive basisudstilling på internationalt niveau, der fortæller på tværs af vores fire emner. Her synes vi, at vi med fuld

finansiering og indledende arbejde er godt på vej, men der er ingen tvivl om, at udvikling, koordinering og styring af udstillingsarbejdet bliver en kæmpe opgave i de næste par år, og da alle museets faglige medarbejdere bliver involveret i udstillingsproduktionen, vil det også naturligt give begrænsninger i, hvad vi ellers kan præstere.

Andre udstillinger, der er i pipelinen i rammeaftaleperioden, er en basisudstilling med jagttema, der stadig er underrepræsenteret på museet i forhold til andre områder, samt udvikling af en særudstilling om minkerhvervet som opfølgning på museets dokumentations- og indsamlingsarbejde de seneste år.

Synlighed

Helt overordnet er vort mål at øge kendskabsgraden til Det Grønne Museum –og at banke fast, at vi har nationalt ansvar for jagt, skov, landbrug og mad. I lokalområdet, i regionen og på landsplan. For at opnå denne synlighed vil vi i den kommende rammeaftaleperiode fortsat prioritere og satse på museets formidling og udadvendte aktiviteter. Selvfølgelig på museet i Auning, men også fortsat med deltagelse andre steder i landet – og på tv, sociale medier og digitalt. Vi mener, at dette er den letteste måde at komme ind i danskernes hjerner og hjerter, øge kendskabet til museet - og besøgstallet.

Bæredygtighed

Navnet "Det Grønne Museum" forpligter. Vi skal ikke bare selv arbejde bæredygtigt, men også gøre det let for vore brugere at være bæredygtige, når de besøger os. Vi arbejder allerede med bæredygtighed, så tanken er absolut ikke fremmed, men vi mangler overblik samt at systematisere og strukturere arbejdet, så vores indsats lægges de rigtige steder, hvor de gavner mest.

Et godt sted at være

Det Grønne Museum handler ikke kun om debat og vigtige emner. Der er, og skal fortsat være, god plads til, at mennesker mødes i en uforpligtende social sammenhæng og har en god dag sammen. Og til at plukke et æble i haven, lege på legepladsen, købe gaver på julemarkedet, genkende duftene fra Madens Hus eller falde i snak med en af museets mange frivillige. Og selvfølgelig: at tale sammen over en kop kaffe.

Ud fra disse overordnede betragtninger vurderer vi flg. til at være museets 7 vigtigste udfordringer i de kommende år:

På tværs af områder:

- **Vi skal blive bedre til systematisk at tænke bæredygtighed i alt, vi laver – og arbejdet skal struktureres.**

For at kunne inspirere andre i bæredygtighedsdebatten vil vi være i front med et driftsmæssigt bæredygtigt museum, der sætter mindst muligt klimaaftryk. Vi vil undgå "green-washing" og arbejde ud fra målelige tal og fakta. Dette fokus er også inspireret af FN's Verdensmål, især mål nr. 12, der handler om ansvarligt forbrug og produktion.

Overordnet målsætning:

Vi vil opnå "Green Attraction" certificering i 2023 og de følgende år optimere for at kunne score flere point i certificeringen.

Metode:

- Vi anvender den systematiske kortlægning, der følger med Green Attraction pointskemaet.
- Vi indgår i netværk med andre museer og sparrer med dem om gode løsninger.
- Vi får med ekstra penge fra aktstykke 2021 i samarbejde med Slots- og Kulturstyrelsen lagt vores energiforsyning delvist om til mere bæredygtige og CO2 besparende løsninger.

- **Formidling**

Det Grønne Museum skal nå nye brugergrupper

Der er et politisk ønske om nye brugergrupper på museerne, og det er også en vigtig ambition for os, at vi når ud til flere mennesker med vores tilbud om oplevelser og viden. Vi ved, at en stor del af museets besøgende kommer to eller flere generationer sammen, og at de fortrinsvist kommer fra regionen.

Så familiegrupperne og de lokale har vi allerede godt fat i. Omvendt føler vi, at vi i mindre grad når ud til unge samt besøgende uden for regionen. Vi vil også blive bedre til at skabe tilbud, der i langt højere grad inkluderer brugere med særlige behov.

Vi forventer, at vi med vores fortsatte arbejde med at skabe nye, relevante udstillinger og en bred vifte af formidling på museet i Auning, på sociale medier og i TV samt med øget fokus på digital formidling vil kunne tiltrække de to første typer af brugere, den sidste kræver mere målrettede tilbud.

Overordnet målsætning:

Vi vil fokusere på at skabe formidlingstilbud skræddersyet til udvalgte brugergrupper, som ikke uden tilretning af vore tilbud har mulighed for at få glæde af den fulde museumsoplevelse. I første omgang vil vi skabe skræddersyede tilbud til mennesker med særlige behov.

Det Grønne Museum har god plads både ude og inde, dyr, frugtbuske- og træer, køkkenhaver, samt en formidlingsprofil, hvor sanser og krop bevidst indgår som naturligt integrerede dele af formidlingen i udstillinger såvel som på udeområde. Derfor har vi både rammer og viden til at sikre disse grupper kvalitetsoplevelser.

Metode:

- Vi bringer dels vort store indendørs formidlingsareal i spil, dels –og ikke mindst- det 6 ha store udendørsområde.
- Vi arbejder med øget tilgængelighed for gangbesværede på museets udeområde.
- Vi tager, så vidt det er muligt, udgangspunkt i formidling og viden, der udvikles eller allerede eksisterer.
- Vi etablerer kontakt med relevante interesseorganisationer/foreninger med henblik på at udvikle tilbud i samarbejde med dem.
- Vi udvikler løbende, og vi evaluerer mellem hvert projekt og tager ny viden og erfaring med til næste projekt.
- Vi videndeler med andre museer.

Vi skal skabe større sammenhæng mellem formidling inde og ude -og nedbryde mentale mure

Museet råder over 6000 m² store indendørs formidlingsarealer og et 6 ha stort udendørs formidlingsareal med marker, levende kulturarv i form af gamle danske husdyrracer og kultur- og nytteplanter dyrket i frugtplantager og en stor landbrugshistorisk have. Dertil kommer den omliggende Løvenholm Skov med både jagt og skovbrug. Inde- og udeområder tænkes allerede sammen i mange sammenhænge, mest oplagt mellem Madens Hus og køkkenhaven, men i de kommende år vil vi intensivere udvikling af ny formidling på udeområdet, som i endnu højere grad kan binde det sammen med de fortællinger, der formidles inden døre. Og omvendt.

Vi har de seneste fire år haft fokus på at udvikle formidling, hvor besøgende tilbydes sammenhængende oplevelser om udvalgte temaer. Brugerundersøgelser viser, at de, der benytter tilbuddene er meget glade dem, og at de bruger og genbruger dem. Men vi oplever også alt for mange gæster, der ikke opdager vores tilbud og de mange muligheder, de indeholder - eller som bliver overvældede, når de mødes af overflødhedshornet. Og vi mangler stadig at knække koden til, hvordan vi bedst udnytter det potentiale, de meget store og differentierede fysiske rammer, og lige så store og vigtige emner, repræsenterer.

Overordnet målsætning:

Vi skal i højere grad udnytte, at vi med haver, marker og skov som udendørs formidlingsområde har enestående muligheder for at skabe helhedsoplevelser for alle vores gæster. Vi skal udnytte de styrker, der ligger i henholdsvis indendørs og udendørs formidling og skabe synergi mellem dem. Målet er, at den besøgende i højere grad kan navigere mellem tilbuddene på de store arealer og opleve formidlingen ude og inde som en helhed, der fungerer hver for sig, men også understøtter hinanden og skaber museumsoplevelser for krop og sjæl.

Metode:

- Der fundraises til at hente bistand fra arkitektfirma til udarbejdelse af overordnet fremtidsplan for sammenhængende disposition og anvendelse af udeområdet.
- Potentialerne i bygningen "Gregersens Hus", der ligger centralt ud til gårdspladsen, undersøges, og huset indtænkes evt. i samspillet mellem inde og ude. Den fine ikoniske bygning, der ligger som "portstolpe" til indgang til udstillingsbygningen, trænger kraftigt til renovering og modernisering, hvorfor den ikke pt. udnyttes optimalt.
- Der fundraises til at etablere udendørs aktivitetsområde eller legeplads med et eller flere temaer fra DGM's ansvarsområder. Der tænkes leg, læring og fysisk bevægelse – hvor alle sanser udfordres.
- Der arbejdes udendørs med flere formidlingsskilte, temaruter og/eller mere lyd og/eller flere hands-on aktiviteter, hvor der knyttes tydelige tråde til det, man kan opleve inden døre.
- Også i udstillingerne italesættes tydelige bånd til udearealet, så der skabes synergi og genkendelse mellem det, der opleves inde, og det, der opleves ude.

-Temaer og enkeltfortællinger til udeområdet hentes bl.a. fra Det Grønne Museums Danmarkshistorie, og det tænkes ind allerede i produktionen af udstillingen.

Det Grønne Museum skal fastholde eksisterende og tiltrække nye frivillige til levendegørelse af museets formidling.

Frivillige indgår som en skattet og særlig del af museets formidling. Vi har allerede faglige og menneskelige kompetencer til at lede og koordinere frivilligarbejdet på museet, og vi har også en særdeles stærk opbakning fra museets Venneforening og fra pt. ca. 275 frivillige, der er organiserede i 13 laug. De er en del af museets særkende og står for både levendegørelse og andre opgaver, f.eks. i museets værksteder, udstillinger og på udeområdet. Men det er nødvendigt, at vi i denne rammeaftaleperiode igen har ekstra fokus på udvikling af og rekruttering til frivilligområdet.

For det første har Covid-nedlukningen generelt haft indflydelse på danskernes interesse for at lave frivilligt arbejde. Dernæst står vi på museet over for et generationsskifte i forhold til de frivillige, vi ønsker at rekruttere. Disse yngre generationer er mindre, så der er ikke så mange at tage af, og deres mindset er anderledes end de tidligere generationers.

Overordnet målsætning:

Med udgangspunkt i handleplanen vil vi i indeværende rammeaftaleperiode udvikle museets frivilligprofil, så vi kommer et skridt nærmere mod at fremstå lige så attraktive for yngre generationer af frivillige, som vi gør for de ældre.

Metode:

- Vi vil i samarbejde med de frivillige videreudvikle laug-strukturen mod større og mere fleksible enheder. Det giver museet øgede muligheder for sammen med de frivillige at kunne udvikle meningsfulde opgaver, som de frivillige selv varetager, samt aktiviteter til gavn for museets gæster. Vi tror på, at en ændring af de muligheder, vi tilbyder de frivillige, er en vigtig brik i arbejdet med at fastholde og rekruttere nye, da mund-til-øre stadig er den mest brugte og givtige vej til nye frivillige.
- Vi vil gennemføre hvervekampagner.
- Vi vil gentænke kommunikationskanalerne med de frivillige.
- Vi vil sikre, at der er laug, der arbejder med alle museets fire ansvarsområder.

• **Samlinger**

Museets viden er bygget op omkring vore ca. 77.000 genstande, og det er dem, vi bruger til at fortælle de gode historier med. Så vi skal passe bedst muligt på dem, give dem optimale bevaringsforhold og sørge for, at de er veldokumenterede, således at de kan kobles med de historier eller menneskefortællinger, de repræsenterer eller supplerer. Vi har overvejende veldokumenterede og velbevarede samlinger og generelt gode magasinforhold, men på et par punkter er det nødvendigt at udvikle:

Vi mangler genstande, der kan fortælle de sidste 40 års historie.

De er ikke i væsentlig grad repræsenteret i samlingen, og det er et problem, også i arbejdet med den nye udstilling, der skal dække de sidste 70 års historie. Derfor skal der de kommende 4 år være fokus på indsamling af vigtige genstande fra denne periode.

Der skal samtidigt tages endelig stilling til, hvordan vi fremadrettet udfører denne indsamling og/eller dokumentation af nyere tids store – ofte meget store! - genstande, der kræver megen opbevaringsplads, hvis de indsamles fysisk.

Overordnet målsætning:

Vi skal indsamle genstande, så de sidste 40 år er bedre repræsenteret i samlingen, og således at de senere års historie sikres for fremtiden og kan belyses i udstillingerne.

Metode:

-Faginspektører udarbejder under arbejdet med udstillingen sammen med samlingschef og formidlingschef en liste med forslag til hvilke genstande, der er vigtige, og som ikke i forvejen er indsamlet eller kan langtidslånes hos andre museer.

-De ønskede genstande eftersøges, dels i faglige kredse, dels ved annonceret indsamlingskampagne. Det understreges, at der skal være oplysninger om bruger og gerne personfortælling med.

-Der udarbejdes ny strategi for arbejdet med samlingerne, når en ny samlingschef er ansat.

Vi mangler en handleplan for dokumentation og indsamling af vigtig nutidshistorie

Museets dokumentation af nedlukningen af det danske minkerhverv og de deraf afledte demonstrationer var nødvendig, og vi gjorde det ved fælles hjælp på tværs af afdelingerne. Vi kunne dog hurtigt konstatere, at vi manglede en handleplan (beredskabsplan?) for, hvornår og hvordan vi dokumenterer og arbejder med vigtig nutidshistorie, mens den sker.

Overordnet målsætning:

Vi skal være bedre rustet til hurtigt at rykke ud og dokumentere og indsamle genstande, interviews etc. mens historien sker. Og til sideløbende at kunne kommunikere det arbejde, vi laver. Både på museet og på sociale medier.

Metode:

- Med læring fra minkprojektet udarbejdes en handleplan.

- Færdige skabeloner, der også indtænker GDPR regler i forhold til følsomme personoplysninger, udarbejdes, så de ligger (næsten) klar til brug.

-Emnet tages op som punkt i faglige netværk, så det evt. kan koordineres med flere museer.

- **Forskning:**

Vi har pga. opbygning af stor basisudstilling svært ved at afsætte mange ressourcer til fagfællebedømt forskning.

Forskning er afgørende for, at et museum kan generere ny viden om sine genstande og sine emneområder. Og er dermed af stor betydning for, at museet kan skabe spændende udstillinger og ny formidling af viden og sammenhænge, der ikke før er set.

Vi ønsker på sigt, at Det Grønne Museum bliver nationalt og internationalt anerkendt for forskning inden for alle vore fire områder. Det kræver en kontinuerlig og koncentreret forskningsindsats med stærke netværk og samarbejdsprojekter både med forskere i Danmark og uden for landets grænser.

Vi må imidlertid også erkende, at vi har et begrænset antal inspektører, pt. 5, og at museets satsning på store nye udstillinger og anden udadvendt formidlingsaktivitet og samlingsarbejde i de kommende år vil opsluge meget af deres tid. Der vil derfor kun i mindre grad blive satset på international forskning og –netværk, denne vil først blive udfoldet i den næste rammeaftaleperiode (2027-2030).

Overordnet målsætning:

Museet skal i rammeperioden fortsat prioritere og dække forskning inden for alle 4 emneområder, dog skal der i perioden produceres forskning i mindre omfang end i forrige periode. Forskningen koncentrerer især om perioden fra slutningen af 2. verdenskrig og til nu. Det prioriteres, at der forskes i alle 4 emneområder.

Metode:

- Der udarbejdes en handleplan for de kommende 4 års forskningsprojekter.
- Der afsættes egen forskningstid, men søges eksterne forskningsmidler til større projekter.
- Museets inspektører, specielt forskningskoordinatoren, uddannes, så de får større kendskab til Pure-systemet.
- Forskningen knyttes fortrinsvist til projekter, der kan skaffe viden til museets formidling og/eller belyse samlingen.

3. Vision

Det Grønne Museum fortæller historien om menneskers brug af naturen– og giver vore besøgende indsigt og redskaber til at agere og træffe egne valg i en udfordret verden.