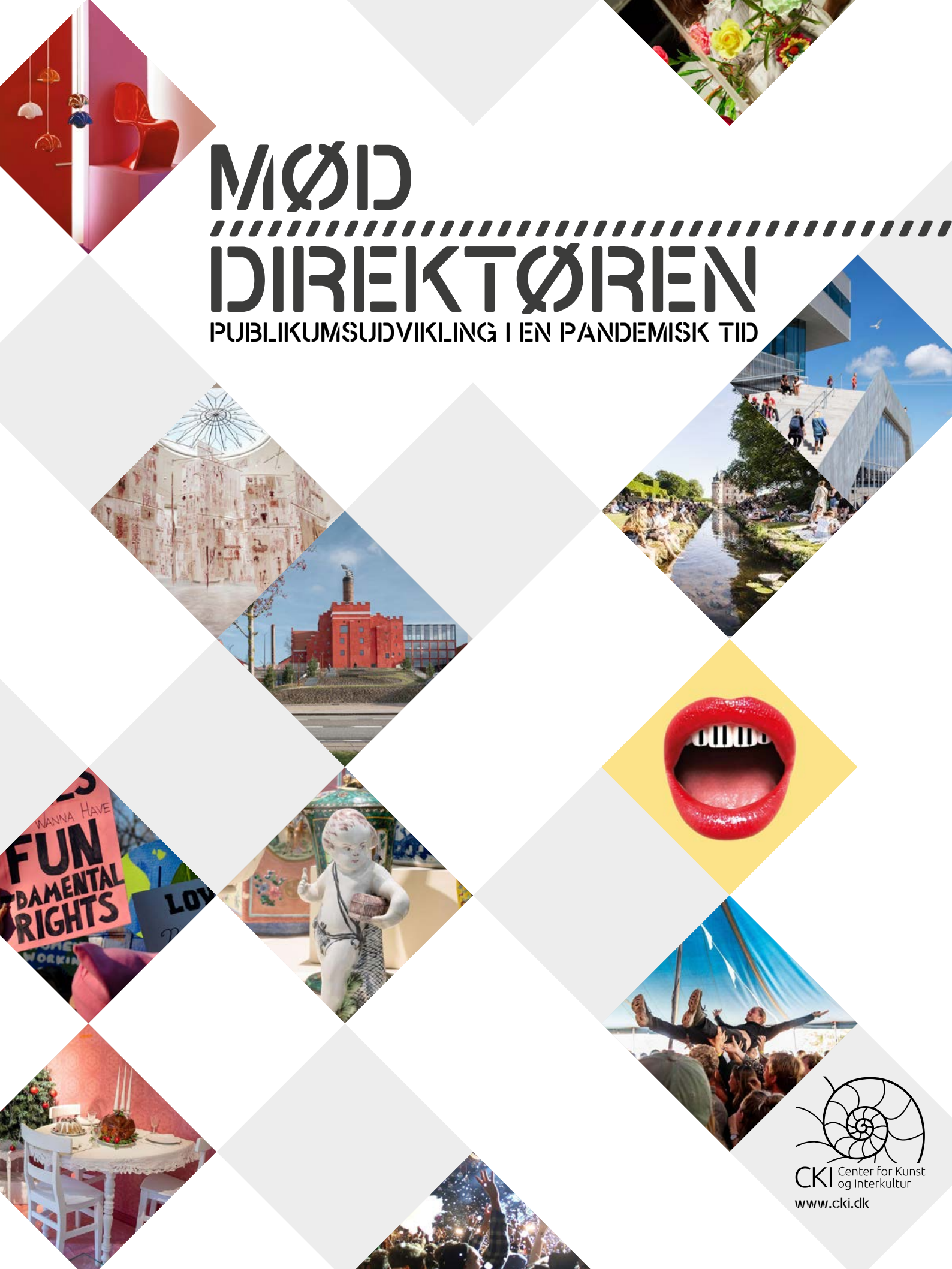




MØD

DIREKTØREN

PUBLIKUMSUDVIKLING I EN PANDEMISK TID



CKI Center for Kunst
og Interkultur

www.cki.dk

MØD DIREKTØREN

Udgives i
forbindelse med

CONNECTING AUDIENCES
DANMARK

Publikationen
er blev til
med støtte fra



AUGUSTINUS FONDEN

STIFTET 25. MARTS 1942

Alle interviews
og redigering er
foretaget af



CKI
Center for Kunst og Interkultur
Nørre Allé 7 2.sal
DK-2200 København N
www.cki.dk

Redaktør,
Connecting Audiences Danmark
Astrid Aspegren
aa@cki.dk
LinkedIn

Redaktion
Niels Righolt
nr@cki.dk
Deniece Galonska
deniece@galonska.dk

Grafisk design
Jesús Rodero
jesusrodero@icloud.com

Indholdet er frit tilgængeligt og må
benyttes af enhver. Ved videregivelse skal
både Center for Kunst og Interkultur og
Augustinus fonden krediteres

Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

HVAD SKAL VI MED PUBLIKUMSUDVIKLING?

ASTRID ASPEGREN

Publikumsudvikling har slået rod som diskurs og praksis i den europæiske kultursektor. Over hele Europa arbejder forskere og kulturformidlere med publikumsudvikling som et nyt modus operandi. I Danmark er begrebet blevet mødt med en vis skepsis, primært pga af det kommercielt klingende navn.

På CKI er vi meget interesserede i begrebet, og vi følger spændt de forskellige praktiske og forskningsmæssige strømninger, der udspringer af forskellige lokalsamfund, organisationer og netværk. Vi ser publikumsudvikling som det at sætte sit publikum først i programlægningen og formidlingen og give plads til nærværende og demokratiske processer. Det handler om at tale sammen på tværs i organisationen og blive enige om ikke alene hvad man laver, men hvem man laver det for. Vores erfaring viser, at aktivt arbejde med publikumsudvikling skaber mere meningsfulde relationer mellem kulturinstitutionerne og en bredere del af befolkningen. Det er en måde at åbne institutionerne for en blanding af allerede eksisterende publikummer og mennesker, der endnu ikke er vant til at besøge og interagere med kulturinstitutionerne.

Publikumsudvikling er komplekst, og det er derfor interessant at se på de alternative betegnelser, der opstår, fx publikumsorienteret programudvikling, eller blot publikumsfokus. For at kunne forstå hvordan vi kan bruge begreberne, må vi gå ind i kompleksiteten og snakke om, hvad det er, vi vil med vores kultur- og kunstinstitutioner og hvordan de skal relatere til borgerne.

Det er det, vi gerne vil med denne publikation. Her kan du møde 12 kulturledere fra tolv kulturinstitutioner, der alle er meget forskellige i formål, størrelse, geografi og kontekst, men som alle arbejder aktivt for at være noget for nogen.

Tilfældet ville, at publikationen også er blevet en slags dagbog fra coronanedlukkede institutioner. Det første interview er med direktøren for Designmuseet Anne-Louise Sommer, som lige i starten af den allerførste coronanedlukning valgte helt at lukke sit museum for at lave det om, så det kunne appellere til flere danskere, og det sidste interview er med direktøren for Roskilde Festival, Signe Lopdrup, der netop har afholdt den første festival efter corona. Imellem de to begivenheder har vi interviewet andre direktører, som har måttet forholde sig til den udfordring og det mulighedsrum, som pandemien har vist sig at være. Vi ser derfor også denne publikation som et vidneudsagn fra en meget presset kulturbranche, der har arbejdet hårdt, kreativt og kærligt for at sikre deres relationer til deres publikum.

Tak fordi du læser med, og rigtig god fornøjelse.



INDHOLD

6



**DESIGNMUSEUM
DANMARK 2.0**
Anne-Louise Sommer

67



**NØRREBRO TEATER:
PUBLIKUMSUDVIKLING
VIRKER!**
Mette Wolf

16



**"HVAÐ RAGER DET
MIG I RANDERS?"**
Anna Malzer

78



**MUSEET KAN
IKKE VÆRE
ET MONUMENT**
Julie Rokkjær Birch

26



**TRAPHOLT
ER BÅDE EN
ATTRAKTION
OG ET
SAMFUNDSGODE**
Karen Grøn

89



**ET NYT MUSEUM MED
MANGE DIMENSIONER**
Kirse Junge-Stevnsborg

36



**HER HAR VI KUNNET
NOGET SAMMEN**
Kristian Krog

99



**I THY KAN VI
NOGET HELT
SÆRLIGT**
Iben Stubgaard

47



**ET BIBLIOTEK
ER KUN NOGET
I KRAFT AF DE
MENNESKER, DER
BRUGER DET**
Marie Østergaard

110



**MAN SKAL TAGE
SIT PUBLIKUM
ALVORLIGT**
Claus Kjeld Jensen

57



**VI ER EN FYNSK
FESTIVAL, MEN VI
ER EN FESTIVAL
FOR HELE VERDEN**
Ulrik Ørum-Petersen

121



**FRIVILLIGT
ENGAGEMENT,
ENTREPRENØRSKAB
OG VILDE DRØMME**
Signe Lopdrup



Vi er aktive medskabere af fremtiden,
og der skal vi være helt anderledes og
have helt anderledes gehør for, at folk
kommer til at få nye sociale mønstre.
Man kommer til at agere på andre
måder i det offentlige rum. Vi kommer
til at have andre præferencer.

ANNE-LOUISE SOMMER



Lyt til
artiklen



Museumsdirektør ved Designmuseum Danmark siden 2011. Adjungeret professor ved Syddansk Universitet (SDU), Studier for designkultur. Anne-Louise Sommer sidder i bestyrelser, repræsentantskab, netværk og nævn og er forfatter til en lang række artikler samt bøger om design og arkitektur, blandt andre "Kaare Klint" (Aschehoug 2007), "Den Danske Arkitektur" (Gyldendal, 2009) og "Finn Juhls Akvareller" / "Watercolours by Finn Juhl" (Strandberg Publishing 2015/Hatje Cantz 2016).

Designmuseum Danmark ligger i Bredgade i København. Det viser dansk og internationalt kunsthåndværk og industrielt design fra det 20. århundrede. I begyndelsen af pandemien i 2020 lukkede museet for at foretage en gennemgribende renovering af såvel den fysiske bygning som den interne organisering. Museet åbner på ny d. 19. juni 2022. Dette interview blev foretaget i efteråret 2020.



- Indhold
- Anne-Louise Sommer
- Anna Malzer
- Karen Grøn
- Kristian Krog
- Marie Østergaard
- Ulrik Ørum-Petersen
- Mette Wolf
- Julie Rokkjær Birch
- Kirse Junge Stevnsborg
- Iben Stubgaard
- Claus Kjeld Jensen
- Signe Lopdrup

DESIGNMUSEUM DANMARK 2.0

Mød Anne Louise Sommer, som her fortæller om beslutningen om at lukke og gentænke Designmuseum Danmark. Det var en stor beslutning, der har krævet mod og opbakning, og som også har haft nogle triste konsekvenser, men også en beslutning og en process, der giver energi og baner vejen for unikke muligheder. Anne-Louise Sommer og Designmuseum Danmark har taget udgangspunkt i og stillet skarpt på museets kerneværdi og stiller spørgsmål til hvordan de - i fællesskab med danskerne - fortsat kan være et museum i verdensklasse post-pandemia.

Anne-Louise: Det et halvt år siden, vi lukkede ned, og det er helt absurd med det halve år, fordi på en måde var det igår, og på en måde er det 100 år siden. På alle parametre, har det bare været en sindssygt stejl læringskurve. Det har været en meget mærkelig proces, at være i sådan en situation, hvor man fra den ene dag til den anden må forholde sig til nogle helt nye præmisser. Det som har, i starten især, frustreret mig helt vildt meget ved situationen er ikke at kende præmisserne og ikke at have noget at kunne navigere i forhold til. Vi lukkede ned den 12. marts, men vidste ikke hvor lang tid, det ville komme til at vare, eller hvad vi skulle gøre med medarbejderne. Det er alt i kerneaktiviteter, alle relaterede ting, der på den eller den anden måde er sat til debat.

Vi adskiller os fra alle andre museer i landet ved, at vi på to parametre scorer ekstremt højt: Dels hvad angår internationale gæster, som udgør 80% af vores besøgende og dels hvad angår vores egen indtjening; vi er et af de museer der ligger absolut højest. Vi ligger mellem to tredjedele og tre fjerdedele af vores samlede omsætning, som vi tjener selv, og det er penge, vi tjener på døren. Så vi var udfordrede på to helt basale og essentielle parametre. Og så kendte vi ikke fremtiden, det gjorde ingen af os, for vi vidste ikke hvornår, der ville blive løst op for at folk igen kunne komme på kulturinstitutioner. Det var en ret handlingslammet situation at være i, samtidig med at jeg sad med min økonomichef

DER LÅ EN HELT ENESTÅENDE
MULIGHED I DET: VI KUNNE
SKABE ET DESIGNMUSEUM
VERSION 2.0, OG DET VIL
VI PRØVE AT TAGE MEGET
BOGSTAVELIGT, OG DET GØR
VI, OG VI ARBEJDER BENHÅRDT
PÅ AT SKABE NOGET, DER
BLIVER EN HELT NY OG BEDRE
VERSION AF OS SELV.

for at lede det ene likviditetsbudget efter det andet, og kunne se hvor lang tid bukserne ville holde. Da idéen kom om at lukke frivilligt ned, når nu vi ville blive ramt så hårdt på de to afgørende parametre, og gennemføre restaurerings- og renoveringsprojekterne af bygningen på det statstilskud, som vi heldigvis fik lov til at beholde imens, så var der nu en vej. Så kunne vi bruge denne her kæmpe krise til at tænke en udviklingsmulighed ind. Det har givet en enorm ro i det ledelsesmæssige rum, efter at bestyrelsen heldigvis tilsluttede sig idéen og vi fandt ud af, hvordan det kunne strikkes sammen, fordi så kunne man lige pludselig kigge fremadrettet, og så havde vi noget, vi kunne navigere i forhold til. Der lå en helt enestående mulighed i det: Vi kunne skabe et Designmuseum version 2.0, og det vil vi prøve at tage meget bogstaveligt, og det gør vi, og vi arbejder benhårdt på at skabe noget, der bliver en helt ny og bedre version af os selv.

Niels: Kan du sige noget mere om hvad det var for nogle dilemmaer der lå i forhold til den gamle forretningsmodel, og det nye museum, I gerne vil blive til?

Anne-Louise: Der er mange, der har sagt "Årh ja, men sådan går det jo, når man har alle de der internationale gæster" som om at det er unaturligt, eller at det er dubiøst, at vi har tjent vores penge på den måde. Til det er der at sige, at vi har arbejdet i de senere år - det ligger også i vores strategi 2016-2020 - på at have meget bedre fat i lokalsamfundet og danskerne. Det er også vigtigt at sige, at der ikke er nogen hverken skyld eller skam i det, vi har gjort, fordi vi faktisk har et museum med et genstandsfelt, som har evnen til at række ud i verden. Dansk design har i de sidste snart 100 år været et internationalt mega-brand, og det vil sige, at når folk kommer til Danmark og til København, så kommer 65% af dem på grund af arkitektur og design.

Vi har også fået lavet undersøgelser, der viser, at 50% af de besøgende turister har truffet beslutningen, samtidig med at de valgte destinationen. Vi er en del af besøget, det man kalder 'reason-to-go'. Der har vi jo en enorm forpligtelse på en national platform til at vise noget af det bedste frem og noget af det, vi er dygtige til i Danmark, og som skaber en enorm samfundsmæssig og kulturel værdi. Det er det, design gør, det er den værdiskabende effekt, det har. Når jeg siger samfund, så siger jeg netop ikke nation. Jeg mener ikke, det er noget, der er bundet til en forældet nationalstatstankegang, men at det er noget, vi har en tradition for her, som man kan lære af, og blive inspireret af andre steder.

NÅR JEG SIGER SAMFUND, SÅ
SIGER JEG NETOP IKKE NATION.
JEG MENER IKKE, DET ER NOGET,
DER ER BUNDET TIL EN FORÆLDET
NATIONALSTATS TANKEGANG,
MEN AT DET ER NOGET, VI HAR
EN TRADITION FOR HER, SOM
MAN KAN LÆRE AF, OG BLIVE
INSPIRERET AF ANDRE STEDER.

Christian Hoyer CHP0650



Jeg tror i virkeligheden, at folk helt undervurderer COVID-19 situationen. Jeg tror det er major og at vi kigger ind i flere års, jeg vil ikke sige krise, men et mulighedsrum, hvor der sker nogle ting, som vi end ikke kan gøre os begreb om, før vi kommer tilbage til det, som vi kalder new normal på nydansk. Fremtiden er ikke noget, der ligger derude og venter på os. Det er den, vi er aktive medskabere af i vores valg og i vores processer frem mod det, der kommer mod 2030. Vi er aktive medskabere af fremtiden, og der skal vi være helt anderledes og have helt anderledes gehør for, at folk kommer til at få nye sociale mønstre. Man kommer til at agerer på andre måder i det offentlige rum. Vi kommer til at have andre præferencer. Jeg har i hvert fald lavet en 180 grader omstilling på rigtig meget. Noget, jeg kan mærke med mig selv er, at alt det, der har været charmen ved vores museum og de historiske rum er alt det, man ikke har lyst til. Man har ikke lyst til at gå mange mennesker ind i det, man har mere lyst til at gå tur i skoven eller høre en podcast eller læse en god bog.

Vi skal gennem en proces, som jeg tror bliver en meget lang omstillingsproces, hvor vi gradvist finder vores fødder og samtidig er medskabere af det nye, som er det, som et museum skal gøre. Så vender jeg tilbage til, at vi traf beslutningen om at lukke ned, for dels at kunne gennemføre de bygningsmæssige projekter, men nok så vigtigt: lave en omstilling, hvor vi omlægger vores forretningsmodel. Og vi skal have bedre fat i vores lokale publikum, herunder dem, der rent faktisk holder ferie i Danmark.

Niels: I er nødt til tænke nyt, men at tage en så radikal beslutning, selvom I havde nogle investeringer og nogle bygningsforandringer, der lå og ventede, har vel krævet noget i ledelsesrummet?

Anne-Louise: Helt klart. Og det er jeg dybt taknemmelig over. Jeg startede den 12. marts med at producere notater til bestyrelsen for at sørge for, at graden af information har ligget højt og ligeledes også i huset internt. Jeg er meget transparent omkring mange ting, jeg er ikke sådan en der går og putter. Der har været en periode, hvor vi traf de meget triste beslutninger omkring en omfattende personalereduktion, og der måtte vi selvfølgelig følge spillets regler og være i det helt lukkede rum, men ellers er jeg en, der taler åbent om tingene og i øvrigt også bruger det at kaste ting ud i andre sammenhænge og få respons. Så finder man ud af, hvad sker der i mødet mellem de idéer, man selv kaster ud og responsen. Bestyrelsens opbakning har været helt uvurderlig, og jeg ved slet ikke, hvad vi skulle have gjort, hvis ikke der havde været den opbakning, fordi så havde situationen være ret kritisk i dag. Det har også været en hård tid på mange måder, og nu har vi en ret begrænset stab tilbage, der skal løfte en kæmpe opgave, hvor jeg er meget afhængig af gode folk hele vejen rundt i huset, som knokler på, men der er også en skøn stemning, for nu er vi i gang med at løfte noget, og det kan blive unikt, hvis vi lykkes med det. Det giver en enorm energi.

Det vi har gjort nu, er, at vi stadigvæk har det samme tværsnit af museet, et mikrokosmos, men nu har vi et udviklingsorienteret team, og vi har nogle helt nye kompetencer inde i huset. Vi har fået stoppet hullet i økonomien, og kommer til at indkassere et stort økonomisk underskud i år. Vi har en likviditet, der kan ride stormen af bølgerne, og vi kommer i balance til næste år, og så er det jo bare om at komme i gang med at tjene nogle penge igen.

JEG TROR I VIRKELIGHEDEN,
AT FOLK HELT
UNDERVURDERER COVID-19
SITUATIONEN. JEG TROR
DET ER MAJOR OG AT VI
KIGGER IND I FLERE ÅRS, JEG
VIL IKKE SIGE KRISE, MEN ET
MULIGHEDSRUM, HVOR DER
SKER NOGLE TING, SOM VI END
IKKE KAN GØRE OS BEGREB
OM, FØR VI KOMMER TILBAGE
TIL DET, SOM VI KALDER "NEW
NORMAL" PÅ NYDANSK.

Niels: Når man læser jeres strategi for 2016-2020, så fremgår det, at der er en demokrati-ambition i forhold til at give danskerne et indblik i design og demokrati. Hvordan vil du bringe den videre ind i fremtidsperspektivet, vil det blive endnu tydeligere?

Anne Louise: Det, der kan være en spændende udfordring for os som museum, er, at vi står på skuldrene af en 130-årig tradition, og vi er et designmuseum som har været et kunstindustrimuseum. Der findes også Designmuseer andre steder i verden, som er relativt nye, og som ikke har nogen specielt stor samling, og som er blevet grundlagt inden for det, som vi kalder et moderne og endog et udvidet designbegreb, så det inddrager en helt masse andre ting end vores genstandssamling. Vi er en stab, der både skal kunne kigge tilbage og være i et nu og dermed danne fundamentet for, at man kan tænke fremadrettet. Vi skal også være tro mod den historie, vi har som et kunstindustrimuseum, og personligt mener jeg, at der ligger en ekstrem værdi i denne her samling, der kan sættes i spil på nye måder, og det skal vi blive endnu bedre til. Hvordan kan man fortælle museets historie og fortælle, hvordan design altid har været en værdiskabende faktor på mange forskellige måder?

Det tog mig faktisk flere år at forlige mig med tanken om at vi har status som kunstmuseum, fordi jeg mener at design er det levede liv. Jeg plejer gerne at nævne Margretheskålen, som alle kender, som et af de mest vidunderlige ikoner på dansk design, som alle har råd til at købe, hvis de vil. Den holder generationer, fordi kvaliteten er unik, og den måde man tænkte med nogle få små funktionelle greb og ændringer er helt fantastisk. Der har man et industrielt design som, for mig at se, er hele indbegrebet af den demokratiske tradition. Jeg plejer at sige, at design er den materielle ækvivalent til velfærdsstaten. Den historie har vi ikke været gode nok til at formidle for danskere. Man tager meget for givet, når man er vokset op i de her omgivelser. Måske reflekterer man over det, hvis man i udlandet ser noget, der ikke helt har den samme høje standard, men der er ikke så mange mennesker, der går rundt og må knibe sig selv i armen dagligt, fordi det er et privilegium at få lov til at have et liv her.

Niels: Lige præcis det kunne jo godt lede til, at man brugte jeres transformationsproces?

Anne-Louise: Vi kommer til at arbejde med nogle ting i det nye museum, som jeg ikke rigtig kan løfte sløret så meget for

DET HAR OGSÅ VÆRET EN
HÅRD TID PÅ VIRKELIG MANGE
MÅDER, OG NU HAR VI EN RET
BEGRÆNSET STAB TILBAGE,
DER SKAL LØFTE EN KÆMPE
OPGAVE, HVOR JEG ER MEGET
AFHÆNGIG AF GODE FOLK
HELE VEJEN RUNDT I HUSET,
SOM KNOGLER PÅ. MEN DER ER
OGSÅ EN SKØN STEMNING, FOR
NU ER VI I GANG MED AT LØFTE
NOGET, OG DET KAN BLIVE
UNIKT, HVIS VI LYKKES MED DET.

IN & POP



endnu, fordi det simpelthen er så meget proces. Det er helt vildt spændende! Vi sidder jo midt i det, og vi diskuterer dagligt forskellige typer retninger. Men ja, inddragelse af brugere og involvering af forskellige målgrupper er helt centralt. Det uddannelsesmæssige eller dannelsesmæssige aspekt har ligget i vores DNA siden 1890, og det bliver vi ved med. Vi har tætte samarbejder med uddannelsesinstitutioner på alle niveauer. Vi starter med børnehaven, og så ender vi på universitetet, og i virkeligheden har vi livslang læring som er i kernen af vores DNA. Kan man blive klogere på noget, så er det jo fuldstændig fantastisk.

Niels: Kan du sige lidt om den strategi, I har haft frem til marts 2020? Den er i sig selv en transformation af hele museets selvforståelse, og nu er den ikke bare på pause, men også til revision?

Anne-Louise: Den bliver jo disrupted, som man kalder det på moderne dansk. Der sker i hvert fald et eller andet, som er en total omstilling, og der kunne jeg se på andre museer, at de allerede var i fuld sving med at køre op i gear på det digitale, og folk fik digitaliseret og tilgængeliggjort samlingerne og alle de der forskellige interaktive ting og sager. Så tænkte jeg også, når jeg har været ude og besøge museer, ikke mindst i udlandet, at man nogle gange kan se, at det digitale går ind og forstyrrer oplevelsen af at være på museum. Vi kan gøre en forskel ved at tage det på os som vi rent faktisk er, ved at sætte fokus på den analoge oplevelse. Jeg udviklede et koncept, som jeg også har været ude at holde foredrag om i en del sammenhænge, hvor jeg taler om tilstedeværelsen, altså *The attraction of presence* - nærværets attraktion, da det med at være til stede er unikt. Det kan du selvfølgelig anklage eller anke, at det er meget elitært, for det kræver, at folk har mulighed for fysisk at møde op, og hvad med dem, der af forskellige årsager er begrænset? Det må vi så finde ud af, hvordan man løser. Museumsoplevelsen er bundet til at komme i de her historiske unikke bygninger, som har en helt særlig stemning, at se nogle genstande hvoraf rigtig meget faktisk er i verdensklasse, at blive konfronteret med nogle bestemte perspektiver på en oplevelse af en tilgang til design, at komme ud beriget på så mange planer af et museumsbesøg.

Hele det taktile og det materialemæssige er det, vi kører all in med i vores designværksteder til alle vores undervisningsforløb. Vi har set hvordan børn i varierende aldersklasser går til design, ligesom man går til fodbold eller ballet, og de går både 4, 5 og 6 sæsoner, og de

PERSONLIGT MENER JEG, AT DER LIGGER EN EKSTREM VÆRDI I DENNE HER SAMLING, DER KAN SÆTTES I SPIL PÅ NYE MÅDER, OG DET SKAL VI BLIVE ENDNU BEDRE TIL. HVORDAN KAN MAN FORTÆLLE MUSEETS HISTORIE OG FORTÆLLE HVORDAN DESIGN ALTID HAR VÆRET EN VÆRDISKABENDE FAKTOR PÅ MANGE FORSKELLIGE MÅDER?

kommer dybere og dybere ind i det, og de får tilfredsstillet alle deres kreative sider. De bliver klogere på designet, fordi undervisningen foregår dialektisk mellem hands-on og over i samlingerne og bliver introduceret til verdensklassetning samtidig med, at de selv sidder og kommer tættere og tættere i processen og de værdier, der ligger i den. Det kan du bruge på rigtig mange måder, det er ikke kun hvis du skal ud og være designer, men også hele den processuelle tilgang. Vi er rigtig mange, der taber fornemmelsen for tingene, fordi man går direkte over i et digitalt medie og ikke har en platform for en kreativ idégenerering, som ligger i et analogt materiale eller personlig kontakt.

ALLE SKAL FØLE SIG VELKOMNE, OG HVIS DER ER NOGEN DER IKKE VED, HVORDAN DET ER AT GÅ PÅ MUSEUM, SÅ ER DET JO BARE VORES OPGAVE AT VISE, AT DET ER DER IKKE NOGEN BEN I. DET ER BARE AT TRÆDE INDENFOR.

Niels: Så en del af jeres dannelsesdagsorden er i virkeligheden tilgængelighed til museet?

Anne-Louise: Lige præcis. På et tidspunkt havde vi et projekt for børnehavebørn, som kom ind en hel uge, og så var jeg med, da deres forældre kom, og de skulle fremlægge de forskellige ting, de havde lært og små historier. Der foregik alt muligt hyggeligt, for de der børnehavebørn. Bagefter er der et lille barn, der tager sin forælder i hånden, og siger, ”og nu vil jeg vise dig mit museum” og trækker afsted. Og da er det bare, man tænker, ”der er et eller andet der er lykkedes”. Det har hele tiden været min ambition at lave det her åbne hus. Designmuseum Danmark skal være ét hus, og det skal være for alle. Alle skal føle sig velkomne, og hvis der er nogen, der ikke ved, hvordan det er at gå på museum, så er det vores opgave at vise, at det er der ikke nogen ben i. Det er bare at træde indenfor.



Jeg forsøgte at lave teater, hvor alle spurgte “Hvad har det med mig at gøre?” for at bevise, at det havde alt med dem at gøre. At vi lever i et globalt Europa og er livsforbundne, selvom vi ikke kan se det ved første øjekast.

ANNA MALZER



Lyt til
artiklen



Anna Andrea Malzer er en dansk teaterinstruktør og dramatiker. Hun er uddannet fra Den Danske Scenekunstscoles instruktørlinje 2018. I sæsonen 2018/19 var hun kunstnerisk leder af Teater Momentum.

Mungo Park er et meget succesfuldt mellemstort teater, som er det, der hedder et egnsteater. Det lægger sig mellem små teatre med ret spinkle økonomier og store landsdelsscener, som har mange fastansatte i et ensemble. Mungo Park ligger lige imellem. De har et ensemble på 7 mennesker. Mungo Park er en selvejende institution og deres formål er ifølge deres vedtægter *“at virke til forøgelse af kvaliteten i det offentlige rum. Dette gøres bl.a. gennem at producere og præsentere teaterforestillinger af høj kvalitet.”*



- Indhold
- Anne-Louise Sommer
- Anna Malzer
- Karen Grøn
- Kristian Krog
- Marie Østergaard
- Ulrik Ørum-Petersen
- Mette Wolf
- Julie Rokkjær Birch
- Kirse Junge Stevnsborg
- Iben Stubgaard
- Claus Kjeld Jensen
- Signe Lopdrup

“HVAD RAGER DET MIG I RANDERS?”

Anna Malzer blev direktør for Mungo Park i Allerød på kvindernes kampdag i 2019. I dette interview fortæller hun om teatret hun overtog, hvordan hun fik modet til at gå nye veje og de udfordringer, som teatret står overfor i en moderne verden. For hvad er det særlige ved teatrets udtryksform og hvorfor er det, at Mungo Park begiver sig ud i at bringe globale fortællinger ind på den lokale scene?

Anna: Jeg overtog et meget succesfuldt mellemstort teater, som er det, der hedder et egnsteater. Det lægger sig mellem de små teatre med ret spinkle økonomier, og de store landsdelsscener, som også har spinkle økonomier, men ved Gud har bedre ressourcer til at lave teater. De har mange fastansatte igennem det, der hedder ensembler. Vi har et ensemble, men det er ikke 20 mand stort. Det er 7 mennesker, og under mig har det været 6 mennesker, fordi vi har været nødt til at spare. Så vi har et lille ensemble, men dog et ensemble.

Før jeg kom til, var det et sted med rig tradition for at lave en blanding af folkeligt og grænsesøgende teater. Med folkeligt bliver der ment, at du skal kunne gå ind og se det uden at have en universitetsgrad i teatervidenskab og stadig være underholdt. Det burde sige sig selv, og jeg er ked af at være en del af det kor, for det peger ind i nogle elitære stigmata, som det er ærgerligt at kunstverdenen har på sig, for de passer ofte ikke. Omvendt, er der også kulturelle koder, som jeg ikke selv forstår, når jeg er gået i teatret, på trods af min lange uddannelse. Med folkelig mener vi det, som bliver ment med ordet i Tyskland. Det handler om, at den brede befolkning skal nyde denne her kunstform, for den er eviggyldig fed. I forhold til det folkelige har jeg gjort nogle ting: Jeg har ansat et ensemble, og prøver at ansætte nogle kunstnere, som repræsenterer forskellige stemmer og som repræsenterer noget af det, jeg selv kommer fra. Jeg er vokset op i en kulturel smeltedigel på Amager med folk, der havde forældre fra hele verden, og derfor var vi ikke i en monokultur, men i æstetik, lyde, smage og kropsudtryk i øst og vest. Jeg synes, at det har været underligt med kun hvide mennesker på scenen. Det er ikke et ‘politisk-korrekt’ projekt for mig, og der er ikke nogen, der har fået et job, medmindre de er exceptionelt dygtige, men modsat mange andre

**DEN BREDE BEFOLKNING
SKAL NYDE DENNE HER
KUNSTFORM, FOR DEN ER
EVIGGYLDIG FED.**

Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirise Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

teatre afspejler vi måske en mere virkelighedsnær verden, for hvad er et folk? Weekendavisen anmeldte en af mine forestillinger og skrev noget i retning af "I Anna Malzers arbejde går der en tråd igennem til det folkelige, men en folkelighed, der går i guldsneakers" ment som en folkelighed, der peger på nogle af de publikumsgrupper vi når på Vestegnen. Det er en anden folkelighed, og det at være folkelig kan være mange ting. Det folkelige kan også godt være unge mennesker fra Albertslund, og de vil ikke nødvendigvis se det samme, som det man eksempelvis kan se inde på Folketeatret.

Den grænsesøgende del gik, før jeg kom til, blandt andet ud på at dramatisere nogle umulige ikke teatraliske bøger, som fx Kvinde kend din krop. Da jeg så kom til, så jeg, hvordan resten af teaterbranchen har taget til sig, hvordan Mungo Park har gjort tingene i 10 år. Mange andre begyndte at dramatisere bøger med den frivolske tilgang til materialet, og det med at behandle den aktuelle nutid lige nu og her på scenen. Mungo Park var også et af de første teatre til at tage flygtningekrisen op. Der var en masse moderne tiltag, som blev gjort for 10 år siden, og så er det som om, at resten af teaterbranchen har ladet sig smitte af måden at gøre det på, og pludselig er det ikke Mungo Parks kendetegn, men ret meget af branchens kendetegn. Det er positivt og en kæmpe ros til Martin Lyngbo. Min opgave var at spørge "Hvad er så den nye måde at være grænsesøgende på?" Jeg kommer med en baggrund på teater Momentum, hvor man er direktør ét år, og så bliver man fyret. Man kan lave lige hvad man vil, og det er et ret fantastisk afsæt, for så er man modig. Der lavede jeg en trilogi, der hed Neo-Europa, som tog udgangspunkt i tre europæiske historier, som var fuldstændig ukendte for danskere. Det foregik i tre små, ligegyldige europæiske provinsbyer og handlede om nogle almindelige mennesker, som ingen havde et forhold til. Jeg forsøgte at lave teater, hvor alle spurgte "Hvad har det med mig at gøre?" for at bevise, at det havde alt med dem at gøre. At vi lever i et globalt Europa og er livsforbundne, selvom vi ikke kan se det ved første øjekast. Det gav mig jobbet på Mungo Park. Det var på baggrund af den sæson, og det var på baggrund af at jeg turde at gå nye veje og begive mig ud i at lave teater, som planlægningsmæssigt lå et modigt sted. Vi lavede nogle eksperimenter, som var *far out* i hvad man kan tilbyde publikum i et repertoire. At gå på opdagelse og fare vild, men også finde guld. Skiftevis må det bære eller briste. Det er noget af det nye, som Mungo Park begiver sig ud i: Globale fortællinger bragt til din lokale scene.

DET ER NOGET AF DET NYE, SOM
MUNGO PARK BEGIVER SIG UD I:
GLOBALE FORTÆLLINGER BRAGT
TIL DIN LOKALE SCENE.

Vi prøver at fortælle fra nogle andre kanter end resten af dansk teater. Når vi laver noget, kan vi godt lide at skræmme folk med hvor lidt det kommer til at sælge, fordi vi synes det er enormt vigtigt at være forud for tendenserne. Den første forestilling hed De Hovedløse, og var en researchbaseret forestilling om De Gule Veste i Frankrig. Da vi tog den beslutning, var bevægelsen stadig ret lille, og der

var mange der, hvis de kendte til den, så den som en voldsbevægelse. Jeg kan huske et radiointerview, hvor en lytter ringede ind og sagde "Hvad rager det mig i Randers?", og det er en virkelig god sætning for ja, det ved jeg ikke, men du kan prøve at komme og se det alligevel. Den endte med at have udsolgt, fordi den ramte en historie og et udtryk, hvor folk følte sig lukket ind i nogle dilemmaer, som de ikke før havde oplevet på så tæt hånd. Det er noget af det, som jeg synes er vigtigt, og som kunsten er blevet dårlig til. Den lægger sig hele tiden bagud for tendenserne for at sælge billetter og for at være med på beatet. Det betyder, at kunsten konstant er lidt "boomer-agtig", og det irriterer mig, for det er på markedets præmisser, og vi er det mest statsstøttede felt i Danmark, så hvorfor skal vi være på markedets præmisser? Det hænger ikke sammen. Jeg ved godt at vi skal tjene penge, tro mig - det ved jeg godt, og det gør jeg også. Vi tjener gode penge, men jeg tror ikke, måden at få udsolgt på er ved at prøve at få udsolgt. Vi arbejder på indholdssiden.

Astrid: Hvad kræver det af dig som leder at komme med de her nye dagsordener?

Anna: Det kræver at lave nogle forestillinger, der er gode, som vil alt det de vil, men samtidig formår at indfange folk på en charmerende, tiltalende og forførende vis. Det politiske, det betændte eller det svære kan faktisk gå hånd i hånd med det forførende, det humoristiske og det livgivende. Det Mungo Park, som Martin Lyngbo lavede, var utroligt livgivende og humoristisk, og det har jeg forsøgt at videreføre. Der har været nogle mennesker, som har været bekymrede for, om det stadig var deres teater, men de fleste har jeg fået ind at se en forestilling, og så var de totalt *back on track*. Der har ikke vist sig så mange problemer, når folk først har været inde. Der har været mange, og det er der i Allerød, som er af det opfattelse, at man skal se kunst, før man bedømmer den. Vi har været meget heldige på det punkt. Vi har et ekstremt modigt publikum - et grundpublikum, som kommer lige meget hvad.

Astrid: Vel også et modigt personale? Har der været noget modstand inde i huset?

Anna: Det synes jeg ikke. Der har været en kæmpe eventyrlyst inde i huset. De fleste teaterfolk er kodet til for hver eneste forestilling at turde fordybe sig i et særunivers, der ikke har noget med dem selv at gøre. Hvis man endelig skal sige det, er der kortere til noget af det, jeg laver, end til en Shakespeare-tragedie. Jeg vil vove at påstå, at mit projekt er mindre fremmedgørende end meget klassisk arbejde, når du først er i det. Jeg tror ikke, at der er nogen teaterfolk, som ikke er interesserede i at lave alt muligt slags teater.

Astrid: Hvad er det særlige ved teatret?

Anna: Teatret er levende mennesker, og hvis man skal tale om vigtigheden af noget, så er det, at vi bliver dårligere og dårligere til

NÅR VI LAVER NOGET, KAN VI GODT LIDE AT SKRÆMMER FOLK MED HVOR LIDT DET KOMMER TIL AT SÆLGE, FORDI VI SYNES DET ER ENORMT VIGTIGT AT VÆRE FORUD FOR TENDENSERNE.



Tatovering3.
Skuespillere: Nana Morks
og Sara Fanta Traore.

at aflæse hinandens kropssprog, fordi vi er mindre og mindre i samme rum med andre mennesker. Det er særligt ekstremt under pandemien, men også før. Det er blandt andet på grund af medier og fjernsyn, at vi kigger mindre og mindre på hinandens kroppe og mere og mere ligefrem ind i det samme. Samtidig er der mange opgør mellem

DET POLITISKE, DET BETÆNDE
 ELLER DET SVÆRE KAN FAKTISK
 GÅ HÅND I HÅND MED DET
 FORFØRENDE, DET HUMORISTISKE
 OG DET LIVGIVENDE.

kroppe for tiden, hvor nogle er frigørelsesprocesserne for kønnene, men også at vi er bange for hinandens kroppe i det offentlige rum, hvis vi går forbi en krop, som vi ikke kender eller har fordomme omkring. Det at opleve levende kroppe udtrykke sig i alle følelsernes forskellige facetter, er vigtigt for grundlæggende at kunne være til sammen og blive klogere på hinanden. Det er kun i fiktionen, at man kan få nuancen med om, at mennesker både kan være dårlige og gode - og at det er okay. Du kan hente det i en film, men dér får du ikke kropssproget med. En af grundene til at jeg laver teater, og ikke film, er, at jeg godt kan lide det kropslige møde, som er helt specifikt, og på Mungo Park er det endnu mere specifikt, for vi har skrælet den fjerde væg fra. Den, som i mange klassiske stykker og den evige køkkenbordsrealisme, er stillet op, hvor man ignorerer publikum og spiller, som om de ikke var der. Vi taler direkte til publikum og der er ofte, ikke interaktivt teater, men en interaktion med publikum. Et stykke teater er en blanding af en koncert og en film, der hugger det bedste fra begge verdener. Det er en udtryksform, der lærer dig at forestille dig ting frem for at få dem serveret, som du gør i en film. Der er nogle mellemrum, du selv skal fylde ud, og de mellemrum træner vi sindssygt lidt i en moderne verden, fordi alt er så visuelt, forklaret og over-tydeligt. Alle algoritmer er kodet til, at vi forstår det på et halvt sekund. Så alt er tydeligt, klart og *in our face* og der er intet rum for selv-fortolkning. Det er kun teater og bøger, som det er tilbage i. Selv tv-serier er lavet, så du også kan se på en anden skærm samtidig. Hvis vi skal beholde det center i hjernen, er vi nødt til stadig at se teater.

Astrid: Hvem er det så som kommer på Mungo Park?

Anna: Det er alt fra ældre borgere i Allerød med akademiske uddannelser, der har set teater hele deres liv, der har god kritik til os og er involverede, til børnefamilier i Allerød, der lige har opdaget det og bare har brug for en aften væk fra børnene, og så går de ind og ser *whatever* og bliver positivt overraskede, og til unge fra København som måske, på grund af vores nye måder at gøre tingene på, føler sig spejlet eller har lyst til at være en del af vores community og tone. Vi har også vores publikummer ude, hvor vi er mere opsøgende, i Gladsaxe, Albertslund og Høje Taastrup. Det er indtil videre publikummer fra klubber og ungdomsklubber, så fællesskaber hvor vi inviterer ind i et nyt fællesskab. Det er meget forskellige publikummer.

Astrid: Kan du se en forskel i publikum, og hvem der kommer, fra før du startede til nu?

Anna: Dem, som plejer at komme, er der faktisk stadig. Det er fantastisk, synes jeg. Men der er også kommet en masse nye til, så jeg kan se, at der ikke er nogen som er 'flygtet', men der er kommet nogle yngre målgrupper til. Jeg vil gerne tilføje, at det er vigtigt, at man ikke laver teater for at lave teater til de unge. Det kan aldrig blive godt, for det er ikke med kunsten i fokus. Det er igen med salg i fokus. Grunden til at jeg gerne vil i kontakt med en yngre målgruppe er, fordi alle kunstnerne er unge og ensemblet er unge. Det ville være mærkeligt ikke at kommunikere med nogle på vores egen alder. Det er ligesom hvis du har en kvindeteatertrup og der kun kom mænd. Det ville også være mærkeligt. Det er ikke noget med enten-eller eller en aldersfascisme, som desværre blev klippet lidt hårdt i DR-dokumentaren "Dramadronningen", som skræmte nogle kunder lidt væk - med rette. For jeg lød lidt som en aldersfascist, og det er jeg ikke, men jeg vil gerne spille for nogen, som jeg deler generation med. Det er ikke større end det.

ET STYKKE TEATER ER EN
BLANDING AF EN KONCERT
OG EN FILM, DER HUGGER DET
BEDSTE FRA BEGGE VERDENER.
DET ER EN UDTRYKSFORM, DER
LÆRER DIG AT FORESTILLE
DIG TING FREM FOR AT FÅ
DEM SERVERET, SOM DU
GØR I EN FILM. DER ER NOGLE
MELLEMRUM, DU SELV SKAL
FYLDE UD.

Astrid: Hvorfor tror du at vores generation ikke er så interesserede i at gå i teatret, som man kunne ønske sig?

Anna: Der skal åbnes nogle døre ind til kunstarten. Hvis det er kedeligt og lukket om sig selv de første gange, du ser teater, og hvis det er pakket med kulturelle koder, som du ikke forstår, gider du nok ikke komme igen. Det er fair nok. Det er ligesom at jeg ikke har tænkt mig at komme igen til curling, men var jeg nu vokset op i en eller anden sne-by, hvor jeg forstod kulturen, fællesskabet og historien bag det, så kunne det være det vigtigste for mig. Der har teatret en opgave på sig, for teatre er gode til at fortælle om teaterhistorien og om hvordan var det for 200 år siden. Der blev lavet "Et Dukkehjem", som var feministisk dengang, men hvad er værdien i dag? Hvad er det for nogle kulturelle og historiske ting, som ikke handler om, at der blev skrevet noget godt for 200 år siden, men handler om hvad det kan i dag. Det mangler vi. Fodbold sælger for eksempel ikke sig selv på den måde, men hvad den kan gøre for fællesskaber, unge med drømme og det at lære at arbejde sammen i hold - ikke at den blev opfundet for 200 år siden ude på en mark. Vi er nødt til at fortælle historien fra et andet perspektiv om mediet.

Astrid: Hvad tror du, man kan gøre for at vække den interesse hos folk?

Anna: Du skal ryste verden, og der er du i konkurrence med en masse andre medier, som teatret ikke var dengang. Der skal man være tro mod teatrets form og få folk til at forstå, at den er sindssyg sjov at være i som publikum. Det tror

jeg, meget blåøjet, ikke kræver mere end én enkelt god gang. Formen skal nok forføre dig, hvis du lige rammer rigtigt, når du ser en forestilling, for formen er fantastisk. Vi skal udvikle dramatikere, der kan skrive på teatrets præmisser, og det er derfor, at vi kun laver nyskrevne forestillinger og ikke arbejder med bøger og andre tekster. Teatret er allerfedest, når det er skrevet på egne præmisser, og hvor man bruger mediet. Folk skal forelske sig i mediet, og vi skal stå på mål for det og ikke prøve at lave alle mulige digitale løsninger og film-sektioner oveni. Vi skal ikke prøve at ligne alt det andet.

Astrid: Hvordan arbejder I med publikumsudvikling?

Anna: Jeg synes, det er et irriterende ord, for det er ikke publikum, der skal udvikles. Det er os, der skal udvikles. Jeg vil hellere sige teaterudvikling end publikumsudvikling, for det er ikke deres problem, at vi ikke kan komme i kontakt med dem. Jeg gør nogle tiltag for at nærme mig publikum helt fysisk. Jeg har etableret, at vi for eksempel kan spille på Vestegnen, som er et kæmpe projekt, der koster enormt mange ressourcer at få til ske. Det er simpelthen fordi jeg ved, at teater er lokalt. Det lokale er noget, som folk savner og har brug for i den her meget store verden med mange tilbud. Lige så meget som jeg brænder for den fysiske forankring på scenen, brænder jeg også for institutionens fysiske forankring i lokalmiljøerne. Så det er en publikumsudvikling; at rykke os tættere på publikum fysisk.

Astrid: Hvad ser du som udfordringen for at blive ved med at lave banebrydende og folkeligt teater for nye brugergrupper fremadrettet?

Anna: Der bliver produceret for meget teater til for lidt penge. Det er ikke mig eller branchen, der har besluttet det, men det går for hurtigt. Særligt nu opdager vi, at hvis bare én melder sig syg, mister vi en kæmpe del af prøveforløbet. Hvis det sker tre gange, så har vi kun et halvt tilbage og det gør, at forestillingerne bliver dårligere. Det er ambitioner versus ressourcer. Et gigantisk problem som gør, at vi aldrig bliver modige nok i forhold til hvor statsstøttede vi er og dermed, hvor modige vi burde være. Det er bekymrende både for branchen i forhold til publikumsudvikling, men også i forhold til, at vi ikke alle sammen som branche går på invalidepension, når vi er 50, fordi vi har smadret vores kroppe fuldstændigt. Så er der heller ikke noget teater.

Det er vigtigt, at man udvikler, fremelsker og støtter forskelligartede stemmer, som kan blive til højdepunkter for forskelligartede grupper, men hvem der forelsker sig i hvad og hvordan det hele ender, kan man ikke sidde og planlægge.

TEATRET ER ALLERFEDEST,
NÅR DET ER SKREVVET PÅ EGNE
PRÆMISSER, OG HVOR MAN
BRUGER MEDIET. FOLK SKAL
FORELSKE SIG I MEDIET, OG VI
SKAL STÅ PÅ MÅL FOR DET.



Mungo Park.

Man er nødt til at se publikum som nogen, der kan forandre sig, og som måske kan lide noget, de ikke havde regnet med, og det er meget svært, når alt er så salgsorienteret. Vi er nødt til at kunne kaste rundt med det, lave nogle fejl og opdage noget, for det kan ikke planlægges. Det er noget med en frigørelse fra det planlagte marked, som er totalt vigtigt og svært.

Astrid: Er der noget du vil tilføje her til sidst?

Anna: Jeg vil gerne tilføje til det med publikummer, at jeg prøver at fremelske instruktør- eller dramatikerstemmer, ligesom med film og bøger, hvor publikum lærer nogle mennesker at kende som laver nogle værker og laver ret mange af de værker. Nogle af dem bliver gode, nogle bliver mindre gode, nogle med én scene der var god, resten var lort og det førte så videre til det næste værk, som blev fantastisk i helhed. Jeg vil gerne fremelske tydelige teaterpersonligheder. Jeg vil gerne give unge kunstnere muligheden for at komme væk fra, at de får noget materiale i hånden, som de skal fortolke, til at spørge hvad de gerne vil fortælle. Der er noget at hente i forhold til publikum, for hvis de knytter sig til en stemme, vil de gerne komme igen. Så har man både det forudsigelige, og noget at vende tilbage til, men man har også det uforudsigelige. Det gad jeg godt, at teater kunne fremelske i Danmark.



KAREN GRØN



Lyt til
artiklen



Karen Grøn er uddannet MA of Interdisciplinary Studies of Aesthetics fra Århus Universitet. Hun har været direktør for Trapholt Museum siden 2010 og var inden da inspektør på Trapholt og har været kurator på Kvindemuseet fra 1997-1999.

Trapholt i Kolding er et museum for moderne kunst, design og kunsthåndværk. Museet blev indviet i 1988 som en arkitektonisk smuk bygning ned til Kolding Fjord med dertilhørende skulpturpark. I løbet af de seneste år har museet fået en del opmærksomhed for deres imponerende indsats for mennesker og kunsten under coronanedlukningen, hvilket de vandt en pris for på mødet *Fremtidens Kulturliv* i 2021.



TRAPHOLT ER BÅDE EN ATTRAKTION OG ET SAMFUNDSGODE

Mød direktøren på Trapholt Museum. Karen Grøn har været direktør siden 2010, men har været tilknyttet museet flere år forinden, og da hun overtog museet, oplevede hun det nærmest som et "Titanic der havde vanskeligt ved flyde". Karen Grøn fortæller i dette interview om, hvordan hun har valgt at omstrukturere museet, så det både er et godt sted at arbejde og et godt sted for brugere og besøgende. Og som både er en attraktion og et samfundsgode.

Karen: Da jeg blev direktør overtog jeg et museum som var i krise. Der skulle startes på ny, og jeg besluttede at lave en ny teamstruktur. Vores lille organisation på 24 medarbejdere havde en række søjler, som ikke spillede sammen omkring den samme sag. Jeg tænkte, at hvis man kunne bryde søjlerne, så ville man bruge mindre tid på at bekriige hinanden, og så kunne man måske bedre arbejde hen imod et fælles mål. Et af de redskaber, jeg har brugt i det arbejde på Trapholt, er at arbejde med 5 bundlinjer. Det er et strategisk redskab som gør, at vi får italesat en række af de opgaver, som vores meget forskellige tilskudsgivere giver os.

Selvfølge er der en økonomisk bundlinje og en faglig bundlinje, ført an af staten og museumsloven - vi har samlinger, der skal registreres, vi laver forskning, og vi skriver os ind i en kunst- og designhistorisk fortælling. Der er en borgerbundlinje, som handler om hvilken betydning vi har for det samfund, vi er skabt til. Så er der en publikumsbundlinje, der handler om det kendskab, offentligheden har til museet, og så har vi en organisatorisk bundlinje, der er lidt min kæphest. Da jeg blev direktør, var jeg meget optaget af at lave et museum med et virkelig godt arbejdsmiljø, og derfor har jeg en organisatorisk bundlinje, som vi måler på. De 5 bundlinjer er en stor del af dagligdagen på museet. Når vi skal sortere i projekter, kan en spørge, 'Hvorfor skal vi gøre det, det tjener vi jo ikke nogen penge på?' Og en anden kan sige, at det gør vi for *social impact*, eller at det har betydning for fagligheden. Det er et navigationsværktøj til at diskutere de ting, vi laver. Hvis du ønsker at skabe noget og gøre en forskel, så har jeg svært ved at se hvordan man gør det, hvis ikke også man lever de værdier internt i organisationen. Jeg skal dog sige at det var ikke specielt nemt at lave en ny organisering. En ting er, at jeg i starten har en idé i mit hoved, men når

DA JEG BLEV DIREKTØR,
VAR JEG MEGET OPTAGET
AF AT LAVE ET MUSEUM
MED ET VIRKELIG GODT
ARBEJDSMILJØ, OG DERFOR
HAR JEG EN ORGANISATORISK
BUNDLINJE, SOM VI MÅLER PÅ.

man ansætter folk, har de et *mindset* fra andre museer. Derfor tog det flere år at implementere denne her organisation og at få bygget hele kulturen op. På den måde har jeg prøvet at lave en sammenhæng mellem den måde vi arbejder på og den måde, vi er overfor hinanden.

Astrid: Kan den måde i er organiseret indadtil også mærkes udadtil på publikum?

Karen: Det er lidt for meget en 1:1 måde at stille det op på. Men jeg tror, folk kan mærke, at det er et autentisk sted, de kommer. Jeg tror at folk kan mærke, at det er et sted, hvor alle er klar over vigtigheden af deres rolle, og at vores guider er lige så vigtige for publikums oplevelse som vores forskning og vores kommunikation og formidling. Jeg plejer at sige, at hierarkier opstår nedefra. Jeg måler det meget på, om alle kolleger føler sig som en del af det, at vi løfter det samme. Vi er en masse myrer, der bærer et kæmpe blad. I de målinger jeg får, kan jeg se, at gæsterne oplever vores kolleger i front som kompetente og passionerede. Det kunne man jo ikke være, hvis ikke man følte sig anerkendt internt.

Astrid: Hvem er jeres publikum, og hvad er jeres strategi for at arbejde med dem?

Karen: Danske museer er karakteriseret ved, at en stor del af gæsterne er veluddannede kvinder på 50+, og af en eller anden uforklarlig årsag, så er der implicit i Danmark en idé om, at det er noget negativt, og det har jeg meget svært ved at forstå. Det er jo et åbent system. Den gruppe er karakteriseret ved at have tidsmæssigt, kognitivt og økonomisk overskud, det er mennesker, der går og fortæller, diskuterer og udvikler sig og har børn og børnebørn og venner, og er med til at skabe samtaler i samfundet. Så det er en gruppe, vi er meget glade for.

Så har vi en meget stor andel af gæster som ikke er mellem- eller højtuddannede, vi har faktisk dobbelt så mange erhvervsuddannede som andre museer, og det er et tal jeg er meget stolt over, fordi det fortæller mig, at museet taler til en bredere gruppe. Det fortæller også noget om, at det sted vi ligger, er i trekantssområdet i Region Syd, Danmarks lavest uddannede region. Vi er ikke et museum, der ligger i et smørhul i den kreative klasse, og det er noget af det, jeg synes er så fedt ved at arbejde på Trapholt, at det hverken er en turistdestination eller har et givet publikum fra starten. Vi er et museum for Danskere. I 2019 inden corona havde vi 100.000 gæster, hvor 50% er fra regionen, 20% fra Københavnsområdet og resten fra resten af Danmark, faktisk også lidt fra udlandet. Så vi er virkelig et dansk museum for de mennesker, der bor i Danmark, og det er jo mange forskellige mennesker, og det betyder meget for museets selvforståelse. Jeg tænker, det har noget at gøre med, at vi siden 2015 har arbejdet mere og mere med deltagelse i sådan en grad, at det nu næsten er blevet museets brand. Jeg kan se udviklingen i, at vi i 2007 udviklede en segmenteringsmodel, som vi bruger til vores gæster.

JEG PLEJER AT SIGE, AT
HIERARKIER OPSTÅR
NEDEFRA. JEG MÅLER
DET MEGET PÅ, OM ALLE
KOLLEGER FØLER SIG
SOM EN DEL AF DET, AT
VI LØFTER DET SAMME. VI
ER EN MASSE MYRER, DER
BÆRER ET KÆMPE BLAD.



Denne model er lavet på gæster på Trapholt. Det vi gjorde var, at vi lavede spørgeskema, og så filmede vi og interviewede gæster. Halvdelen af gæsterne var optaget af genstandene på museet, og den anden halvdel snakkede om det sociale rum. Den ene halvdel var glad for at røre og gøre og den anden halvdel ville allerhelst bare se, og ud fra det har vi så disse fire typer:

Undersøgere er utrolig nysgerrige og interesserede og prøver alle vores pilfingerzoner og kigger på alle værker og læser alle tekster og er optagede af at få en masse ny viden.

De kultiverede har stor viden og interesse for kunst og design, de er inde for at se noget nyt og blive inspireret, blive bekræftet i den viden de har og tjekke om vi nu har gjort det ordentligt.

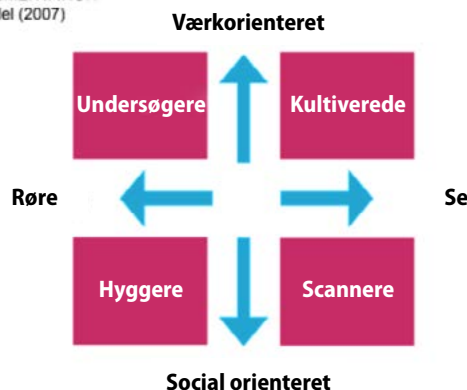
Scannerne er på museet for at socialisere og for at være et fedt sted sammen med andre mennesker, og at blive inspireret af at se farver og former og se på spændende og lækre mennesker.

Hyggere er mest på museet for at være sammen med andre for at have et sjovt rum at være sammen i, og som piller i alle vores pilfingerzoner og de *interactives* vi har. Når man så spørger dem hvad udstillingerne handlede om, så ved de det egentlig ikke rigtig, men de havde det mega fedt.

Denne model bruger vi meget strategisk. Hver gang vi laver noget ved vi, at de her 4 typer skal tilgodeses. Til de kultiverede har vi de super flotte forskningsbaserede udstillinger, til scannerne har vi en skønhed, og til hyggerne har vi fx en bar af Arne Jacobsen fra 1929, hvor guiden kan stå og fortælle historier, og hvor vi serverer chokoladedrinks, så der også er noget sanseligt at opleve. De her typer er meget levende, når vi taler besøgende.

Men den model har vi revideret. En diskussion vi i stigende grad er begyndt at tage på Trapholt er, hvorvidt vi er en attraktion eller et samfundsgode. Det er afstedkommet af den neoliberale kulturpolitik, der har været ført i mange år, hvor museer bliver italesat som attraktioner og ansatte blive italesat som sådan nogle fine nogle i et elfenbenstårn i stedet for at se os som et samfundsgode. Vi bliver målt på er vores evne til at skabe omsætning og besøgende. Attraktionen har fyldt meget som den måde, man italesætter og ser

Trapholt
SEGMENTATION
model (2007)

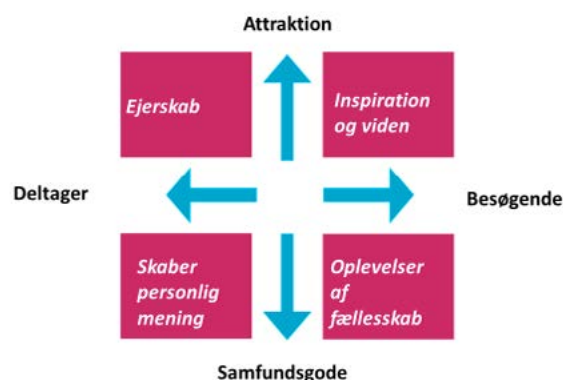


TRAPHOLT

EN DISKUSSION VI I
STIGENDE GRAD ER
BEGYNDT AT TAGES PÅ
TRAPHOLT ER, HVORVIDT
VI ER EN ATTRAKTION
ELLER ET SAMFUNDSGODE.

på museer, men det er ikke sådan vi på Trapholt ser vores museum. Når vi laver de store udstillinger, så tænker vi selvfølgelig på, at vi skal være en attraktion, men vi tænker også på at stille de store spørgsmål. Vi har en serie af udstillinger, der handler om noget, der foregår i verden og de udfordringer vi har. I vores designserie tager vi fat i en stor designer, vi er optagede af, og spørger fx hvorfor Arne Jacobsen stadig er interessant. På Trapholt forsøger vi at ramme midt mellem attraktion og samfundsgode. Nogle museer går primært efter at være samfundsgode og nogle kører meget attraktion. Men kan man gå på en fin linje mellem de to? Det har vi arbejdet med en del år, og det har medført, at vi har udviklet en ny model, som vi kalder vores user-model.

Brugernes museum



Astrid: I stedet for en segmenteringsmodel, så bliver det til brugere?

Karen: Det er stadig bare en segmenteringsmodel, men det er en anden måde at tænke. I stedet for at tale om 'besøgende', siger vi nu 'borgere i og omkring museet'. Derfor har vi nu det vi kalder brugere og i den anden ende den traditionelle besøgende, hvor de fire gæstetyper fra tidligere fortsat befinder sig. Besøgende er én måde at bruge museet og brugere er en anden måde. Begge måder har værdi. Der er museer, der helt har opgivet at lave udstillinger og kun arbejder med deltagelse, men det ville ikke være det rigtige for Trapholt. Det er ikke alle mennesker, der har glæde af at skulle ind og skabe og bidrage, der er også masser, der har brug for at restituere, perspektivere viden og opleve skønhed. Museet sammen med naturen er to privilegerede rum, hvor man kan gå ud og restituere og opleve og tage til sig og reflektere uden at nogen vil sælge nogen noget. Derfor er den besøgende lige så vigtig for os som vores deltager.

Astrid: Og hvordan arbejder I så med deltageren?

Karen: Siden 2015 har vi kørt nogle store participatoriske craft-projekter. Udgangspunktet for de projekter er, at vi med afsæt i noget folk er rigtig gode til - en eller anden form for håndarbejde eller håndværk - arbejder med en kunstner, ud fra et aktuelt emne. Formen er skabt på den måde, at vi har brug for deltagerens bidrag og deres individuelle streg. Vi har fx lavet et værk til genforeningen sidste år, der stiller spørgsmål til hvad grænser egentlig er for noget. Vi bad borgere om, under ledelse af

MUSEET SAMMEN
MED NATUREN ER TO
PRIVILEGEREDE RUM,
HVOR MAN KAN GÅ UD OG
RESTITUERE OG OPLEVE
OG TAGE TIL SIG OG
REFLEKTERE UDEN AT NOGEN
VIL SÆLGE NOGEN NOGET.
DERFOR ER DEN BESØGENDE
LIGE SÅ VIGTIG FOR OS SOM
VORES DELTAGER.

tekstilkunstner Iben Høj, at definere og brodere deres personlige grænser. Det kunne være sociale, økonomiske, klima, alle mulige former grænser. Iben Høj havde defineret noget bestemt materiale og nogle bestemte farver, og så kunne folk bare gå i gang. Columbusægget er, at deltagerne får lov at udtrykke sig og vise deres meget høje niveau, men man kan også få lov som begynder. Der er en masse individualitet i værket, samtidig med at det indgår i en stor ramme, hvor de stykker stof, Iben Høj havde udvalgt, danner en form for gennemsigtig Dannebrogssflag, så der er en Dannebrogssundertone samtidig med at værket har en helhed. Det er et meget smukt værk. Det er et eksempel på et projekt hvor kunstner og deltager er afhængig af hinanden. Så mange individuelle deltagere havde haft svært ved at kunne skabe noget så smukt og helstøbt, hvis ikke de arbejdede sammen med en kunstner, der havde en overordnet vision, og vores kunstner kunne aldrig have skabt så stor variation og liv i værket, hvis ikke vores deltagere havde bidraget med deres personlige fortælling, interesse og sting.

Lige nu har vi et projekt, der hedder Tæt på træer, der handler om klimakrisen, der har kørt under nedlukningen i 2021. Her tager vi fat i naturkærlighed og får klimaproblematikken ind på en anden måde. Vi har bedt folk tænke over, om der er et træ som de bærer med sig, som betyder noget særligt for dem. Det gør, at folk bliver bevidste om, at vi faktisk har et følelsesmæssigt forhold til naturen. Vi beder folk om at filte et blad fra deres træ til en kunstig skov, der bliver 6 meter høj og 4 meter bred. Der er 740 borgere med i projektet. Kunstneren har valgt en efterårspalette af farver og formatet, men inden for det er der fri leg til at udtrykke sig og udfordre denne filtning. Idéen er den samme som altid. Hvordan kan vi ramme lige præcis dér, hvor kunstneren kunne ikke gøre det uden deltagerne og deltagerne kunne ikke gøre det uden kunstneren?

IDÉEN ER DEN SAMME SOM
ALTID. HVORDAN KAN VI
RAMME LIGE PRÆCIS DÉR,
HVOR KUNSTNEREN KUNNE
IKKE GØRE DET UDEN
DELTAGERNE OG DELTAGERNE
KUNNE IKKE GØRE DET UDEN
KUNSTNEREN?

Det projekt ramte lige ind i lockdown. Vi skulle have lavet nogle store workshops, og vi plejer altid at arbejde uden for museet, der hvor folk er for at styrke de lokale samfund, men det kunne vi ikke under lockdown, så vi lavede det om til kæmpestore Zoom events med over 500 deltagere. Bl.a. stod vi en dag i køkkenet hos Tina Ratzer og lavede plantefarvning, og så stod folk i deres eget køkken og plantefarvede sammen med os. Vi lavede også et skovbadningsforløb, hvor folk kunne tjekke ind fra deres egen skov. På den måde var der mange elementer, vi måtte tænke anderledes og som gav en kæmpe stor tilslutning, og et meget aktiv Facebook fællesskab. Vi lavede en undersøgelse om, hvad det havde betydet for folk, og 67% sagde, at det havde betydning for og positiv indvirkning på deres trivsel under nedlukningen, 86% følte, de var en del af et fællesskab, og 47% har fået mere interesse for naturen. Nogle havde fået nye idéer til deres eget håndværk og fået nye udfordringer. Der var mange der udtrykte, at reglerne i starten var lidt svære, men de kunne godt se, at det bragte dem et nyt kreativt sted hen. Det er vi selvfølgelig



Fra udstillingen 'Grænseløse Sting'. Kunstner: Iben Høj.

utrolig glade for, for vi vil gerne have, at folk får nye perspektiver og bliver mere interesserede i verden omkring sig. Vi vil gerne have at folk oplever, at de kan gribe til handling. Med corona har et projekt som det her været med til at give folk en mulighed for at handle.

Lige da COVID ramte, ryddede vi kalenderen på Trapholt og aflyste alt i 3 måneder. Ved at rydde kalenderen skabte vi rum for at kunne gøre noget andet. Vi skabte plads i stedet for bare en masse dårlig energi med at arrangere, flytte og aflyse. Allerede samme weekend havde jeg fat i en fond og nogle kunstnere, og tre uger efter gik vi i luften med projektet LightHope. Det kunne vi, fordi vi har en praksis på museet, hvor vi ved, hvordan man arbejder med kunstnere i forhold til borgere og spillet mellem personlige bidrag og kunstnerisk rammesætning. Dette projekt, som handler om håb, blev skabt med kunstnerne Hanne G og Rasmus Bækkel Fex. I stedet for al den angst der var ville vi gerne have folk til at tænke på, hvad vi kan lære af hele situationen. Vi lavede en stor pergola og inviterede alle til at hække en pære med farvenuancerne hvid-beige-gul, fordi det er nogle af de farver, flest havde i deres skuffer. Toiletruller havde vi jo alle hamstret, så det skulle være soklen på pæren. Hanne G lavede en instruktion, og Rasmus Bækkel Fex lavede en konstruktion, og så sagde vi, at vi hækker til vi genåbner. Vi lukkede derfor aldrig

DET VAR BARE EN
FANTASTISK OG EN ANDEN
TYPE MANIFESTATION
AF DENNE LIDT
DRØMMEAGTIGE TID,
HVOR HELE VERDEN HAR
VÆRET NEDLUKKET. MEN
OGSÅ HVAD KUNSTEN
KAN UDTRYKKE, SOM ER
NOGET ANDET END ORD
OG FORTÆLLINGER.

under den første nedlukning. Vi holdt åben, fordi folk begyndte at sende pærer ind. Så hængte vi dem op og streamede og lærte alt om Zoom og lavede galleribesøg hjemme hos kunstnerne. Vi måtte udvide vores Zoom til 1.000 deltagere, fordi der var så mange, der gerne ville være med, og Facebook eksploderede. Pludselig var der et kæmpe community, hvor man fik agency. Man kunne handle i en ellers usikker periode. Det var bare en fantastisk og en anden type manifestation af denne lidt drømmeagtige tid, hvor hele verden har været nedlukket. Men også hvad kunsten kan udtrykke, som er noget andet end ord og fortællinger.

DET VI NORMALT SIDDER OG REGNER PÅ MED VORES FEM BUNDLINJER ER EN BENHÅRD STRATEGISK VURDERING AF OM VI SKAL GØRE DET ENE ELLER DET ANDET, MEN LIGE PLUDSELIG VAR DET ENESTE, DER BETØD NOGET VORES BETYDNING FOR SAMFUNDET.

Astrid: Jeg bliver selvfølgelig glad, når jeg hører om jeres måde at arbejde på og særligt under COVID. Men jeg bliver også ked af det, fordi jeg tænker på den aktuelle kulturpolitik og manglende forståelse for kunstens værdi og manglende støtte til kulturbranchen.

Karen: På Trapholt oplevede vi, at COVID medførte kreativitet i vildskab. Det vi normalt sidder og regner på med vores fem bundlinjer er en benhård strategisk vurdering af om vi skal gøre det ene eller det andet, men lige pludselig var det eneste, der betød noget vores betydning for samfundet. Vi har altid sagt at vi kan noget særligt over for samfundet - nu skal vi vise det. Ud over det, så har vi lavet vanvittigt mange andre ting, fx har vi lavet projekter, hvor vi har arbejdet med hvad det virtuelle kan. Jeg har stået nede i Arne Jacobsen udstillingen og skiftet over til ambassadøren i London, som har vist rundt i Arne Jacobsens arkitektur på ambassaden i London, og nationalbankdirektøren i København eller borgmesteren på Aarhus Rådhus og på Rødovre Rådhus, hvor 300 mennesker kan komme med til noget, de ellers aldrig ville have oplevet. Vores skoleformidling har lavet formidling på en måde, hvor det var en fordel, at eleverne var hjemme. Vi lavede også projekter for grupper af ældre borgere, der kunne fortælle om deres oplevelse med corona.

Det betyder, at på den organisatoriske bundlinje, kan kollegerne sige, at vi har gjort en forskel. Vi stod sammen, og vi gjorde noget. For det andet så peger det ind på et problem omkring den måde, vi forstår kulturpolitikken. Jeg synes, det peger ind på vigtigheden af ikke kun at være en attraktion, men at vi også har nogle metoder og nogle rutiner og organisatorisk fundering af vores arbejde som samfundsgode. Vi havde en redskabskasse for det første, men også en organisering og en agilitet, som kunne aktiveres. Jeg behøvede ikke hele tiden tænke over om jeg fik betalende besøgende, som jo er den neoliberale kulturpolitik bundlinje. De mennesker, der deltager i disse projekter vil ikke købe sig til medlemskab, for de er jo blevet en del af museet - de er blevet familie, så det bliver ikke omsat til flere betalende besøgende, men det bliver rigtig meget omsat til social forandring. Det synes jeg er så vigtigt at få fremhævet.



Kulturhusene og kulturinstitutionerne er der, hvor folk kan komme indenfor, og hvor idéer bliver mødt med åbenhed. Det er dét, vi skal arbejde med, og vi skal ikke underkende den vigtige rolle, det har i vores samfund. Jeg tror, at der er brug for netop dette i fremtiden.

KRISTIAN KROG



Lyt til
artiklen



Kristian er uddannet cand.mag fra Aarhus Universitet i 2006, og har siden iværksat en række initiativer på kulturområdet, været konsulent for Realdania Fonden samt været kulturreporter på P1. I 2010 var han med til at grundlægge Maltfabrikken, som han også er direktør for.

“Din min og vores **Maltfabrik**” er et kulturhus i Ebeltøft, som blev bygget på en gammel fabrik. Kulturhuset åbnede i 2021 og er allerede en stor succes og vigtig del af den sociale sammenhængskraft i Ebeltøft. Maltfabrikken er folkets fabrik – drevet af fællesskaber, ildsjæle og passion med ønsket om at være en spirekasse for kreativ udvikling af både mennesker og samfund.



- Indhold
- Anne-Louise Sommer
- Anna Malzer
- Karen Grøn
- Kristian Krog
- Marie Østergaard
- Ulrik Ørum-Petersen
- Mette Wolf
- Julie Rokkjær Birch
- Kirse Junge Stevnsborg
- Iben Stubgaard
- Claus Kjeld Jensen
- Signe Lopdrup

HER HAR VI KUNNET NOGET SAMMEN

Maltfabrikken i Ebeltoft er en gammel produktionsenhed, som leverede malt til øl, men nu i dag er en kulturfabrik. Den udvikling har taget lang tid, og der har været mange udfordringer undervejs. Her fortæller Kristian Krog om hvordan maltfabrikken er gået fra at være en gammel forladt fabriksbygning til et blomstrende kulturhus, som hele byen føler ejerskab og tilhørsforhold til. Det er historien om, hvordan en by er blevet knyttet sammen, og der er opstået fællesskaber og relationer, som man kan være stolte af.

Kristian: Projektet om Maltfabrikken handler ikke om en bygning, selvom meget af det er mursten, kulturhistorie og nogle funky rammer. Det handler om at prøve at give nye bud på løsninger i vores samfund, som udspringer lokalt af stedet vi står. Her hvor vi bor, havde der gennem flere årtier været udfordringer i forhold til tilbud og steder at mødes, arbejdspladser lukkede rundt omkring i byen; et slagteri, et garveri, maltfabrikken, stålpladefabrikken syd for byen og endda færgeforbindelsen til Sjælland. Det var ikke kun Maltfabrikken, som havde været lukket i næsten 20 år og stod med huller i taget. På en måde var vores fællesskab også rigtig slidt og når jeg siger fællesskab, så mener jeg samfundet rundt omkring os. Man kunne spørge sig selv: Hvis det går hårdt som turistby, hvis vi ikke har et fællesskab at gå på arbejde omkring, og hvis vi som færgeby forsvinder, hvad er vi så for et sted? Er der nogle muligheder, som kan være mere gunstige end dem, vi forlod? Det er det, Maltfabrikken handler om; at skabe en platform for tanker og idéer om en ny bevægelse.

Astrid: Det fremgår af bogen "Creating the People's Factory in Denmark", at der faktisk var en anden, som havde købt det, og som ville lave et indkøbscenter. Hvad skete der med den idé?

Kristian: Lige her på fabrikken, altså absolut midt i byen på den bedste lokation, var der tanker om en kæmpe stor forandring. Men ikke til det bedre, fordi idéen var at rive den gamle industrihistoriske fabrik ned og i stedet bygge et butikscenter. Det har man set i mange købstæder eller mindre byer, hvor man får et midtpunkt i byen, der gør, at en masse energi

DET ER DET,
MALT FABRIKKEN HANDLER
OM; AT SKABE EN
PLATFORM FOR TANKER
OG IDÉER OM EN NY
BEVÆGELSE.

tages ud af byen. Butiksliv i de andre ender af gågaden begynder at forsvinde, og så er der bare lukket med avispapir for vinduerne. Det var den plan, der var for Ebeltoft. Ikke at det skulle gå i en dårlig retning, men der var en plan om at lave et butikscenter med luksuslejligheder på toppen. Noget som er for nogen, men ikke for alle, og der ville vi gerne komme med et andet bud.

Astrid: Hvad er Maltfabrikken så for et sted, og hvem kommer og bruger det?

Kristian: Drømmen har været, at der skal være stor diversitet blandt dem, som bruger Maltfabrikken. Hvis man har en type indhold, som mest er inden for ét område, så er det én type gæster, som kommer. Ved at lade foreningsliv ligge side om side med små virksomheder, kan man få en bred brugergruppe, som mikser sig ind mellem hinanden. Som gæst kommer man måske ind og tænker, at man bare skal låne en bog på biblioteket, som også ligger på Maltfabrikken, men falder pludseligt over en udstilling eller aktivitet og ser et fristende tilbud. Det er helt bevidst, at det er skabt på den måde, og jeg tror, at det tiltaler folk. De synes Maltfabrikken er en rar rød dame, fordi hun kan byde alle indenfor på mange forskellige tidspunkter af døgnet, med mange forskellige muligheder og aktiviteter.

Vi har oplevet, nu hvor Maltfabrikken stadig er en lille nyfødt baby, at det allerede kan ses på dem, der kommer hertil. Vi får hver uge mails fra familier, der har lyst til at flytte herud. Det har gjort, at vi har åbnet en månedlig velkomst-café til nye mennesker, hvor vi tager imod 20-30 potentielle tilflyttere, som spørger om alt muligt: "Hvor er der en god børnehave?" eller "er der et sted at plukke brombær?". Det er enormt uformelt og man slår bare vejen forbi. Det er civilsamfundet, når det er smukkeste. Det er borger til borger i øjenhøjde, det er ikke en reklamekampagne, der er betalt dyre konsulenter for at lave.

Astrid: Hvordan er stedet kurateret, og hvordan finder I ud af at det skal være lige præcis den her butik, stykke kunst eller koncert? Hvordan sørger man for den diversitet?

Kristian: Når man planlægger, hvordan ingredienserne skal være på sådan en kulturfabrik, er der aldrig noget, som er rigtig eller forkert. Man må gå med en mavefornemmelse, og man må kigge på, hvem der viser interesse og så overveje, hvordan hele ingredienslisten er stykket sammen. Vi har handlet og planlagt ud fra folk, der ville gøre en forskel, folk der ville være en del af det, og når folk er kommet og spurgt om at være med, har vi ladet pladsen være åben til det. Det har også handlet om at lave et projekt, der økonomisk kan hænge sammen. Man skal prøve at lave en opskrift, som lader der være plads til det hele; det frivillige

DET VAR IKKE KUN
MALTFABRIKKEN, SOM
HAVDE VÆRET LUKKET I
NÆSTEN 20 ÅR OG STOD
MED HULLER I TAGET.
PÅ EN MÅDE VAR VORES
FÆLLESSKAB OGSÅ
RIGTIG SLIDT OG NÅR JEG
SIGER FÆLLESSKAB, SÅ
MENER JEG SAMFUNDET
RUNDT OMKRING OS.

og det, der ikke har meget med økonomi at gøre og så forretning, som kan generere noget indtægt. Det handler også om at gøre plads til den fremtid vi ikke kender, for det er arrogant at tro, at man kender fremtiden, når man planlægger sådan et projekt. Man skal prøve at bygge fleksibelt, skabe fleksible løsninger og lade nogle hvide pletter være tilbage på landkortet. Så kommer der nogen, som bjergtager en og fuldstændig indtager landkortet.

MALTFABRIKKEN ER EN RAR RØD DAME, FORDI HUN KAN BYDE ALLE INDENFOR PÅ MANGE FORSKELLIGE TIDSPUNKTER AF DØGNET, MED MANGE FORSKELLIGE MULIGHEDER OG AKTIVITETER.

Astrid: En by som Ebeltoft er meget sæsonbetonet i forhold til hvor mange mennesker, der er. Der må være stor forskel på aktivitet og brugere sommer og vinter. Er det noget, I har en strategi for?

Kristian: Vi har været meget bevidste om, at det nærmest er to forskellige byer man møder, enten om sommeren og andre højtider, og så de mellemliggende perioder. Det handler om at lave et program til arkitekterne, hvor de laver en skala på funktionerne, så de fungerer både i lille og stor skala. Vi har et spillested på Maltfabrikken, der hedder Kulturloft, som bliver drevet udelukkende af 70 frivillige og har cirka 100 koncerter om året. Det er bygget til maks 200 gæster på stolerækker, men har en god opstilling med små runde borde, som også fungerer med 35 mennesker. Skulle der være en meget smal, moderne, vild amerikansk jazz-trommeslager, hvor der ikke rigtig kommer nogen, så er det stadigvæk hyggeligt og ser fuldt ud. Når man kører op i skala, er der plads til flere. Det gælder for det hele.

Astrid: Det har taget 12 år at bygge Maltfabrikken op igen. Hvad er der sket i den tid, hvordan har processen været, og hvilke relationer har I opbygget undervejs?

Kristian: Idéen om at lave fællesskab i den gamle maltfabrik kommer ud af nogle mennesker, der mødtes mere eller mindre tilfældigt. Der var gang i en proces, hvor kommunen og vores område skulle udvikles, og i den sammenhæng var der nogle kultur- og erhvervsmennesker, der havde et lille diskussionsforum. De kom frem til grundidéen til Maltfabrikken, de kunne se en glæde ved at være sammen og beriges af hinandens tanker og idéer. Det er mennesker, som ikke fik løn for det, men fordi de havde en drøm og en idé, satte de hinanden stævne flere aftener om ugen, og drømmen blev mere og mere konkret. Problemet er, at når man kæmper mod noget så stort som et butikscenter, skal man finde mange argumenter frem, og der skal skaffes mange penge. Da vi erfarer, at vi skal have 21 millioner skrabt sammen, fordi ellers så kører planen med butikscentret, syntes vi at det lød som en stor opgave, men alligevel tænkte vi; "Hvorfor kan man ikke lykkes med det?", så vi begyndte at crowdfunde penge ved at sælge folkeaktier. Mange gange i processen så det rigtig sort ud. Én ting er at købe hele området, men hvad gør vi bagefter? Vil vores kommune være med?



Det lykkedes os at skaffe de 21 millioner kroner, og vi købte Maltfabrikken. Vores lille forening af lokale mennesker, som blev større og større, stiftede vi en fond ud af, som vi placerede bygningerne i. Derfra gik det med at lave partnerskaber med fonde, vores kommune sagde ja, og hele programmet voksede ud fra denne her gruppe af mennesker. Undervejs brugte vi bygningerne hver eneste dag til fællesspisninger, kunstudstillinger, kunsthåndværkere og børneaktiviteter, og de lokale virksomheder havde et erhvervsudviklingsfællesskab. Flere og flere samledes om den samme drøm, og undervejs testede og fastede vi, undersøgte og blev klogere. Alt sammen for at byde indenfor og skabe fællesskab. Herfra handlede resten om arkitektkonkurrencer, byggeri og selvfølgelig om en masse penge, masse arbejde og en masse forventninger til det, som skulle komme.

Astrid: Hvordan får man kommunen til at sige ja til det? Hvad tror du de kunne se i det?

Kristian: Jeg tror på den ene side, at de synes idéen var vældig skræmmende. På det tidspunkt var kommunerne lige blevet lagt sammen med kommunalreformen i 2007, og det er helt sikkert, at en by i den ene ende af kommunen ikke skal løbe med al opmærksomheden. Omvendt tror jeg, der er en stor bevidsthed om, at der skal forandring til, hvis vi skal skabe udvikling. Jeg tror også, at der en respekt fra vores folkevalgte politikere, når borgere kommer og foreslår noget. Det er den dualitet, vi befinder os i. Jeg må dog sige, at når det så lykkes og alle finder hinanden, bliver det faktisk et projekt alle bliver afsender på. Der sker noget, når man mellem offentlige og private interesser kan mødes om det samme. Det skabte et ejerskab, der er uvurderligt i denne her sammenhæng.

Astrid: Hvilke værdier ligger indlejret i sådan en fabrik og kulturhus, og hvad for en værdi tilføjer det til området?

Kristian: Der er ikke ét værdiparameter, som man kan måle det ud fra. Det handler om mange bløde værdier, såsom fælles bevægelse, fælles retning og tro på fremtiden, værdier omkring attraktive levevilkår for borgere, og dem som måske skal flytte hertil. Det er foreningsliv og medborgerskab, som har svære vilkår i de her måneder, men som er enormt vigtigt for vores sundhed og velbefindende. Det er ikke bare en gruppe mennesker men en hel by og et helt område, der faktisk kan se sig selv i det. Der er mange, der har set noget omkring kunst og kultur i sådan et projekt, men det går ikke altid på tværs af mennesker. Det er for mange sværere at tilgå end at kunne komme ind, høre til et sted og bruge et fælles rum.

MAN SKAL PRØVE AT
BYGGE FLEKSIBELT,
SKABE FLEKSIBLE
LØSNINGER OG LADE
NOGLE HVIDE PLETTER
VÆRE TILBAGE PÅ
LANDKORTET. SÅ
KOMMER DER NOGEN,
SOM BJERGtager EN OG
FULDSTÆNDIG INDtager
LANDKORTET.

I forhold til hvad man får ud af det, er jeg slet ikke i tvivl: Stolthed. Nogle siger, at stolthed er et hovmodigt ord, men det at være stolt af det sted man bor, betyder enormt meget. Jeg oplever dagligt at sidde ude i Maltfabrikkens gård og høre mennesker, der fortæller historien om Maltfabrikken, som jeg fortæller nu. De fortæller den lidt på samme måde som mig, fordi det også er deres maltfabrik. Det er vores allesammens. Jeg har lyst til at dele tre linjer fra et interview i en publikation omkring kulturarv i Danmark med en lokal borger, som blev stoppet uden for Maltfabrikken i 2020: "Det her er vores maltfabrik. Den var lige ved at blive revet ned, men vi fik den bevaret. Vi købte folkeaktier sammen. Vi købte fabrikken, og med den har vi fået et fælles mødested". Man kunne forestille sig, at personen ville sige "så tog de den gamle arkitektur og gjorde den ny igen" eller "nu har de givet os det her", men det er brugen af vi-ordet og handlingsord, der for mig siger alt. Det er det mest tydelige tegn på lokal stolthed og forankring. Her har vi kunnet noget sammen. Vi stod overfor en ret umulig situation, og vi løste den.

Astrid: Hvordan har den første tid med Maltfabrikken været?

Kristian: Vi åbnede officielt i juni 2020 midt under corona-pandemien. Vi vidste ikke, om vi kunne holde en åbning eller om det skulle være online, og vi har aldrig haft en periode uden restriktioner. Der har altid været en form for begrænsning i forhold til vores aktivitet, og alligevel har vi haft 500.000 det første år. Det havde vi aldrig regnet med, og det er måske fordi man har holdt ferie i Danmark, og der har været meget interesse omkring Maltfabrikken. Vi har fået 6 hjerter i Politiken, topanmeldelser i Berlingske, og vi har vundet 10 arkitekturpriser i Danmark og i udlandet. Vi glæder os til den dag, hvor der er helt frie tøjler, og hvor vi kan holde folkefester med kæmpe bålgryder og musik til langt ud på natten. Det har vi til gode.

Astrid: Hvad for nogle vækstpotaler kan du se, når du kigger fremad?

Kristian: Jeg synes, vækst er et svært ord, men det kan også være et smukt ord, da vi for eksempel bygger et væksthuse lige om lidt. Et væksthuse er et huse, hvor planter kan komme fra at være frø til at være, i dette tilfælde, vinplanter. Vi skal have et væksthuse, der er koblet på et fælles køkken, hvor vi kan lave kokkeskoler. Inde i væksthuset vokser vinplanterne op under det høje tag, og derinde skal idéer gro og vokse. Der skal nye eksperimenter til det, vi kender i dag. De største oplevelser er, når man bliver budt indenfor til noget og kommer hjem med noget andet, end man havde regnet med. Man bliver en del af en meget nær og lokal relation. Vi kender det selv, når vi rejser ud i verden. De største oplevelser er at komme ind bag ved markedet eller besøge nogen, der tager en ind, og hvor man kommer hjem med en oplevelse, som er helt særlig og ægte. Det

FLERE OG FLERE
SAMLEDES OM DEN SAMME
DRØM, OG UNDERVEJS
TESTEDE OG FESTEDES VI,
UNDERSØGTE OG BLEV
KLOGERE. ALT SAMMEN
FOR AT BYDE INDENFOR
OG SKABE FÆLLESSKAB.

vil vi gerne udforske i fremtiden. Vi vil finde nogle modeller, og de er slet ikke klare for os endnu, men det kan være noget mellem et residency-projekt, en ny type uddannelse eller kunstneres, menneskers eller virksomheders rejse mod det undersøgende og ukendte.

Der er en visionær vækst, og helt konkret er der også noget, som kan vokse blandt os som mennesker i det fællesskab, vi bor i. Du kunne kalde det publikumsudvikling. Vi har mange mennesker, som ikke er vant til at opleve kunst og kultur på ret mange måder. Sjældent krydser det over, hvor folk søger det uvante. Jeg forestiller mig, at vi prøver at arbejde med publikumsudvikling i den retning for at få nye brugergrupper til at opleve kunst, kultur og fællesskab. Vi vil arbejde dels på tværs af befolkningsgrupper, og selvfølgelig alder, køn og job, men vi vil også arbejde målrettet mod at få nogle tilbage i fællesskaberne, hvor det handler om dem, som de sidste par år har været nervøse for at gå ud og være med. Det kræver en ekstraordinær indsats at få dem ud igen og få dem til at blive en del af fællesskabet. Vi ser også hos de unge, at der er mange som har nogle udfordringer i deres liv. Det er også en form for vækst eller udvikling, som vi vil kigge på, hvor vi får dem væk fra skærmen og ned i værkstedet for at arbejde med design eller møbler. At få dem ud fra drengeværrelset eller splitte pigegruppen op og få dem til at mødes på tværs i nye fællesskaber. Det kan også være i det store fællesskab med folk fra andre lande. Vi er en del af Trans Europe Halles, som er et europæisk netværk af 120 kulturcentre i Europa. Der er steder, hvor man kan reflektere det som man laver 1:1 i deres praksis, og så er der steder, hvor man kan blive inspireret, fordi de laver noget andet på andre politiske og økonomiske vilkår. Altsammen kan man tage med hjem og bruge i sit eget arbejde.

Astrid: Når du kigger ud i den nærmeste fremtid, hvad ser du så som den største udfordring for at kunne bevare gode relationer til brugere, til lokalsamfund og til jeres partnere?

Kristian: Manglende lydhørhed og ydmyghed kan være en stor trussel. Hvis vi sidder og kigger op på pokalhylden med arkitekturpriser og bliver selvtilfredse og tænker, at vi nåede målet, så mister vi connection til de lokale. Det er den samme trussel, som hvis vi siger "nu er vi færdige med vores rejse", for i det øjeblik man er færdig, så er man helt færdig. Det kræver, at man bliver ved med at være på vej et sted hen. Måske er det også derfor, at vi bliver ved med at drømme og med at flytte os. Det er sjovest at være på farten. De bedste minder fra sådan en proces er fra perioder, hvor alt var muligt, og alt var umuligt. Der er også, i hvert fald her i Jylland, en lille trussel om, at når ting går godt, så synes nogen, at det går

JEG MÅ DOG SIGE, AT NÅR
DET SÅ LYKKES OG ALLE
FINDER HINANDEN, BLIVER
DET FAKTISK ET PROJEKT
ALLE BLIVER AFSENDER
PÅ. DER SKER NOGET, NÅR
MAN MELLEM OFFENTLIGE
OG PRIVATE INTERESSER
KAN MØDES OM DET
SAMME. DET SKABTE
ET EJERSKAB, DER ER
UVURDERLIGT I DENNE HER
SAMMENHÆNG.



lidt for godt. Det har vi oplevet en smule af. Der tror jeg, at man skal være meget åben, og i stedet for at modbevise det så sige “kom indenfor, lad os få en snak om det”. Vi kalder Maltfabrikken “Din, Min og Vores Maltfabrik”, vi kalder den folkets fabrik, og hvis vi ikke kan tåle at høre sandheden fra nogen, og det er jo en sandhed, hvis de oplever det, så er der et eller andet galt. Det handler om at byde indenfor, få en snak om det og ændre eller prøve det af.

Astrid: Er der noget, du gerne vil tilføje her til sidst?

Kristian: Vi har i øjeblikket en debat i Danmark om steder, som samler mennesker: Kulturinstitutioner, kulturhuse, kulturcentre eller produktionscentre for kunst, kultur og fællesskab. Det er en kamp for mange at bevise, hvorfor de har en grund til at være her.

Politisk har vi set, at de nemt kan blive overset, når man skal lukke ned og åbne op, og når man skal snakke om økonomi og prioritering. Det er vigtigt at kigge på, hvor meget de kan derude, det er jo fantastisk, hvad stederne skaber. Det er drevet af alle mulige energier og har impact i forskellige dele af vores samfund, også udenfor de områder som vi betegner som kunst og kultur eller fritid. De har en betydning for den lokale stolthed, for tilflytning, for nye virksomheder og arbejdspladser, og de skaber livskvalitet. Jeg tror, at vi vil se flere af dem bevæge sig i retning af mere åbne og demokratiske platforme for deltagelse, hvor man åbner og byder indenfor, hvor almindelige mennesker kan lave noget og være med til forskel fra at købe en billet og ‘bare’ se på noget, som andre laver. Forsamlingshusene er forsvundet, mere eller mindre, og ved kommunekontoret skal du booke en tid, hvis du skal inden for døren. Kulturhusene og kulturinstitutionerne er der, hvor folk kan komme indenfor, og hvor idéer bliver mødt med åbenhed. Det er dét, vi skal arbejde med, og vi skal ikke underkende den vigtige rolle, det har i vores samfund. Jeg tror, at der er brug for netop dette i fremtiden.



I FORHOLD TIL HVAD
MAN FÅR UD AF DET, ER
JEG SLET IKKE I TVIVL:
STOLTHED. NOGLE SIGER,
AT STOLTHED ER ET
HOVMODIGT ORD, MEN DET
AT VÆRE STOLT AF DET
STED MAN BOR, BETYDER
ENORMT MEGET.



Det betyder noget for følelsen i et hus eller en organisation, at man involverer hele tiden. At have som en rygrad, at hver gang vi vil noget og forandre noget, kan det faktisk betale sig. Det er det der afgør, om man stadig er et sted, som mennesker har lyst til at komme.

MARIE ØSTERGAARD



Lyt til
artiklen



Som biblioteksdirektør for Aarhus Folkebiblioteker fører Marie tilsyn med Dokk1 (hovedbiblioteket) og 18 kommunebiblioteker. Siden starten af sin karriere i 2001 har hun været en del af Aarhus Bibliotekernes udvikling. Fra 2005-2015 var Marie projektleder for opførelsen af Dokk1, implementering og idéudvikling samt indførelsen af nye formater for bruger- og borgerinddragelse i planlægning og bygning af Dokk1, der åbnede i juni 2015.

DOKK1 er Århus' hovedbibliotek. Her finder du (udover en masse bøger) borgerservice, café, legepladser, studiepladser, mødelokaler, auditorium og stille zoner. Bygningen og indholdet er designet med brugeren i centrum.



ET BIBLIOTEK ER KUN NOGET I KRAFT AF DE MENNESKER, DER BRUGER DET

Mød direktøren på DOKK1, Marie Østergaard. Marie Østergaard har stået i spidsen for den omfattende transformation af Aarhus Hovedbibliotek, og i dag er DOKK1 et sted, som de fleste i Aarhus har et nært forhold til. Her er legeklub for fædre, gratis retshjælp, spansk filmklub, studievejledning, pokémonklub, designværksted og meget mere. Når man kommer ind på DOKK1 kan man mærke, at det er et sted, hvor der er tænkt på en. Læs i dette interview med direktør Marie Østergaard, hvordan er DOKK1 kommet til at se sådan ud.

Marie: Da vi startede med at planlægge det her nye fantastiske bibliotek, var vi godt klar over, at vi ikke selv havde viden nok til at kunne bygge det, som fremtiden havde brug for. Helt fra starten blev det et mantra for os, at vi skulle arbejde tværfagligt, og vi skulle have brugerinddragelse i alt hvad der kunne være brugerinddragelse i. Idéen startede i slutningen af 90'erne, og projektet startede i 2005, og det var ikke et tidspunkt, hvor den slags var normalt, i byggerier særligt ikke, så det var også en lang udforskningsrejse sammen med arkitekter og ingeniører og vores egne fagpersoner og de borgere, der skulle involveres i det. Vi kørte simpelthen en 10 årig inddragelsesproces.

Det med at tro, at man kan sidde to geniale mennesker og finde på noget, der bliver godt for resten af verden, det er naivt. Innovation og forandring, der holder over lang tid, kommer af, at man bygger oven på hinandens idéer. En stor del af at lave DOKK1 har været at inddrage så mange mennesker som overhovedet muligt for at få det bedste resultat. Man bygger ikke for 20 år, man bygger for de næste 100 år, når man bygger sådan noget her. Hvis man kigger på hvordan biblioteker har udviklet sig, så er der jo markant forskel på hvordan man brugte biblioteker for 100 år siden til hvordan man bruger det i dag, og den udvikling kommer ikke til at gå mindre stærkt fremover. Et bibliotek er kun noget i kraft af de mennesker, der bruger det. Derfor besluttede vi meget tidligt, at det her hus skulle være for mennesker, det skulle ikke være for bøger.

Og hvad er det så for nogle behov, vi skal kunne møde i en bygning som denne her? Mediebrug ændrer sig enormt hurtigt, men menneskelige behov ændrer sig faktisk ikke så ofte. Nogle gange har vi brug for at være i stilhed, nogle gange har vi brug

for at være sammen, vi har brug for at bruge vores kroppe, at tale højt, vise noget til hinanden, vi har brug for at lære, at lære fra os, vi har også brug for mad, at sove og vi har brug for sex. De sidste to skulle vi nok ikke tilgodese her, men de andre skulle vi kunne. Vi ville skabe nogle programmerbare eller uprogrammerede rum, der kan rumme de her forskellige behov, som kan skifte over et døgn eller en uge eller et år og samtidig have noget, der er velkendt, for det kan man også have brug for. Jeg tror det er derfor, det virker som et menneskeligt sted, fordi det tog udgangspunkt i mennesker. Det var også noget af det vi havde mange gode samtaler med arkitekterne omkring. Der er mange bygninger, der i gamle dage var beregnet til at få en til at føle sig lille. Vi skulle gøre det modsatte. Vi skulle bygge noget fantastisk, stort, rummeligt og åbent, der fik mennesker til at føle sig store. Det er både noget bygningen kan gøre, og det er noget vi gør ved aktiviteter, tilbud og services i huset. Alt skal handle om, at mennesker skal være kompetente i deres eget liv.

Astrid: I startede formelt i 2005, og så stod det færdigt i 2015. Hvordan har I brugt den tid, og hvorfor tager sådan noget 10 år?

Marie: Vi kørte to parallelt befrugtende forløb. Det ene var helt konkret inddragelsesprocesser i alle byggefaser. Da vi skulle lave dispositionsforslag, så inddrog vi forskellige brugergrupper. Vi lavede brugerrejser gennem layoutet, og så justerede vi efter det. Det gjorde vi i alle faser gennem byggeriet, hvor vi hele tiden blev mere og mere detaljeret.

Samtidig gjorde vi det, at vi på det eksisterende bibliotek ryddede hele forhallen for skranker og hvad der nu var, og lavede det, vi kaldte et forvandlingsrum. Vi øvede os, vi testede og vi prøvede af, og vi lavede prototyper, som vi sammen med borgerne testede. Alle de møbler, vi har på DOKK1, er testet dernede. Alle de særlige ting som vores digitale guld, vores pulterkammer og alle mulige ting er testet i det gamle bibliotek med brugerne og os selv. Det var også en måde at få inddraget en masse partnere fra byen. Rigtig meget af det arbejde vi laver i DOKK1 er partnerskabsdrevet. Vi har en specifik partnerskabsstrategi, og en partner kan både være en gruppe fædre, der laver fars legestue, eller det kan være arkitektskolen i Aarhus. Vi har omtrent 140 forskellige arrangementer og aktiviteter om måneden, og ca 50% bliver lavet af eller med partnere. Det er en stor kompetence, der bliver bragt ind, og det skaber rigtig meget liv.

Navnet DOKK1 og vores visuelle identitet lavede vi også brugerinddragelse på. Vi lavede sammen med et designfirma et glasbord på Lille Torv, hvor vi sad sammen med en designer og nogle borgere. Det var et åbent og levende værksted, hvor han sad og designede, og vi brugte anledningen til at

NOGLE GANGE HAR VI BRUG
FOR AT VÆRE I STILHED,
NOGLE GANGE HAR VI BRUG
FOR AT VÆRE SAMMEN, VI HAR
BRUG FOR AT BRUGE VORES
KROPPE, AT TALE HØJT, VISE
NOGET TIL HINANDEN, VI HAR
BRUG FOR AT LÆRE, AT LÆRE
FRA OS, VI HAR OGSÅ BRUG
FOR MAD, AT SOVE OG VI HAR
BRUG FOR SEX.



snakke med alle de mennesker, der kom og var nysgerrige på det nye sted.

Astrid: Kan du beskrive lidt mere hvordan de forandringsrum så ud, og hvilke greb I brugte der?

Marie: Der er to store greb. Det ene er at have nogle fysiske steder hvor det er tydeligt for folk, hvad der foregår. Her lavede vi store fotostater for vise hvordan DOKK1 ville se ud, så man vidste hvad det var for et rum man gik ind i. Og så at være meget eksplicit i, at det her var nogle eksperimenter, hvor vi lavede nogle prototyper og øvede os i at blive bedre til at være bibliotek i fremtiden.

DER ER MANGE BYGNINGER, DER I GAMLE DAGE VAR BEREGNET TIL AT FÅ EN TIL AT FØLE SIG LILLE. VI SKULLE GØRE DET MODSATTE. VI SKULLE BYGGE NOGET FANTASTISK, STORT, RUMMELIGT OG ÅBENT, DER FIK MENNESKER TIL AT FØLE SIG STORE.

Det andet var kompetencedelen. Det har vi øvet os på siden 2003, hvor vi begyndte at arbejde meget bevidst med brugerinddragelse, bl.a sammen med nogle af vores gode partnere fra Aarhus Universitet i det her forandringsrum. På det tidspunkt prøvede vi rigtig mange metoder af, og vi samlede viden ind. Der er næsten religioner inden for brugerinddragelse, der findes rigtig mange forskellige ting, og vi tænkte, at vi måtte tage hele pakken for at finde ud af, hvad der virker på forskellige tidspunkter. Efterhånden kom vi længere ned i tragten og begyndte at arbejde ud fra Design Thinking principper. Vi fik en stor bevilling fra Bill og Melinda Gates Foundation i 2013 til at udvikle et Design Thinking toolkit for biblioteker. Det stod på skuldrene af det vi havde lavet, og vi udviklede det i samarbejde med Chicago Public Library og IDEO, som er nogle af bannerførerne bag den måde at arbejde på. Med det toolkit fik vi også mulighed for at tage ud og undervise andre biblioteker i at bruge det i deres udvikling. Det er noget, der ligger meget dybt i vores DNA. Det handler om hele tiden at være optaget af de brugere, der kommer ind ad døren eller ikke kommer ind ad døren. Hvad er det for nogle behov de har?

Astrid: Hvordan aflæser man de behov?

Marie: Der er rigtig mange forskellige processer, men vi spørger i høj grad vores borgere. Vi laver workshops med dem, vi laver kvalitative interviews, og vi tager hjem til dem, afhængig af hvad det er for et problem, vi prøver at løse eller hvad vi prøver at undersøge. Jeg tror i virkeligheden, det væsentlige i det er, at det ligger iboende i os. Det er en del af den identitet, vi har som sted, fordi vi har brugt det i så mange år. Lige om lidt åbner vi et nyt bibliotek i Gellerup, og der er også rigtig mange Design Thinking greb både blandt medarbejderne og borgerne. Det har været en fuldstændig integreret del af den udviklingsproces. Det handler i meget høj grad om en tilgang til verden. Vi tror på at der er andre, der har nogle gode svar. Det er ikke bare os der ved, hvordan verden skal se ud. Vi har brug for at være nysgerrige og undersøge for at kunne gøre det, der er relevant.

Astrid: Det er, som du selv var inde på, en ny måde at tænke biblioteker på. Det handler ikke om bøger, det handler om mennesker, og det handler om at være et sted for os alle sammen, og at vi skal føle os store. Har du oplevet at der har været noget modstand eller nogle udfordringer i den proces?

Marie: Bibliotekerne er et taknemmeligt sted for den type processer, for det ligger iboende i os altid at tage udgangspunkt i borgernes behov. I gamle dage gav det udslag i, hvilken bog man fik med hjem, i dag er det noget andet. Men det er klart, at det har givet nogle diskussioner om, hvordan vi arbejder med det, hvad vi skal bringe med i den rejse, og hvad vi ikke skal. Der har vi været gode til at bruge data og finde ud af hvilke behov der er. Jeg tror ikke, der har været stillet spørgsmålstejn ved, at det handlede om hvad borgerne havde brug for og ikke hvad vi synes de havde brug for. Det ligger iboende i biblioteksfolk. Jeg husker, at vi har haft mange gode diskussioner med vore rigtig dygtige arkitekter, fordi det er bøvlet, når man har en byggeproces og nogle deadlines, at man har en bygherre, der kommer og siger 'hov det ved vi for lidt om, vi er lige nødt til at lave en brugerinddragelsesproces', og de har tænkt 'hvorfor kan I ikke bare tage en beslutning om hvor de der stikkontakter skal være?'. Det øvede vi os sammen på, men de fik også en oplevelse af, at det gjorde deres design bedre.

DET HANDLER I MEGET HØJ
GRAD OM EN TILGANG TIL
VERDEN. VI TROR PÅ AT DER
ER ANDRE, DER HAR NOGLE
GODE SVAR.

Det er jo ikke sådan, når man laver brugerinddragelse, at man går ud og siger, 'hvad synes I, rød eller grøn?' og så siger de grøn, og så går vi med grøn. Det handler om at spørge om noget andet. Det handler om at vi qua vores faglighed skal transformere det over i noget andet.

Astrid: Hvad er det så for en slags spørgsmål, hvis ikke man skal spørge direkte?

Marie: Et af de allerførste store inddragelseforsøg, vi lavede, er meget godt opsummerende: Det var sammen med et lille arkitektfirma, der hedder KOLLISION, der udviklede et rullende bord i vores forvandlingsrum på det gamle bibliotek, hvor der var et kort over Danmark, et kort over Aarhus og et kort over verden. Så rullede man rundt med bordet over det her kort, og så var der små fremtidsfortællinger, som vi havde skabt som scenarier. Så havde vi borgere omkring bordet, der rykkede rundt og hørte på de historier, og så fik de spørgsmål som fx 'hvad for et sted kan du godt lide at være sammen med andre?', eller 'hvad er vigtigt, når du er alene?' - nogle ting der handler om det at være menneske. Så bad vi dem fortælle det til bordet, som lagrede historien så de næste der kom kunne høre, hvad de forrige brugere havde fortalt. Dengang var det jo super sindrigt teknisk sat op, og meget avanceret, men idéen er så utrolig rigtig og simpel. Det er et meget godt eksempel på det, som denne her proces har været, nemlig at bygge ovenpå hinandens idéer. Folk er eksperter på at være brugere med lige præcis deres



kontekst, så det handler om at spørge ind til det. Det handler også om at sortere i de input, så man får dem analyseret godt nok, og det tager lang tid.

Astrid: Er brugerinddragelse og brug af data bare noget, der ligger i bibliotekets DNA, eller har der været nogle bestemte personer i Aarhus, der satte det i gang? Hvad var gnisten, der fik det til at lyse op?

Marie: Hvis man vil lave store forandringer, enten organisatorisk eller i samfundet, skal man have en brændende platform, og så skal man give folk en følelse af empowerment. De to ting tilsammen og det at man nemt og hurtigt kan gøre nogle ting, det flytter enormt meget. Vi vidste, at lige om lidt har vi et nyt hovedbibliotek, vi har travlt, vi skal finde ud af hvad det skal være, vi ved det overhovedet ikke, vi ved bare, at det skal være noget andet. Det var en stemning, vi sammen fik skabt på et tidspunkt hvor der var en masse gode folk, der var kommet ind, som havde lyst til at eksperimentere, og så havde vi ledelsesopbakning. Så var der i Aarhus også en begyndende grøde i det med brugerinddragelse. Der var noget, der hed 'Aarhusmodellen for borgerinddragelse', som man også i Aarhus var ret tidlig med, som handlede om fællesråd. Den tog vi og udvidede den til at fylde hele processen med den rygdækning, som den politik kunne give os.

Nogle gange er der mange ting, der kommer sammen, og så bliver det godt. Det er svært at sige hvad det lige præcis var, men mange gode energier på én gang.

Astrid: Er der noget der har overrasket dig? Og hvad har du lært om jeres borgere?

Marie: Jeg bliver konstant overrasket over den generøsitet, der er hos mennesker. Den glæde og den villighed til at dele ud af viden og idéer og tanker. Det synes jeg, vi har oplevet hele vejen igennem byggeprocessen og udviklingen, men også i dag. Det begynder man hurtigt at næres ved og pejle efter.

Jeg har lært, at når man spørger folk, så svarer de. Det mener jeg positivt, også selvom de nogle gange siger noget, man ikke gider at høre. Det betyder noget for følelsen i et hus eller en organisation, at man involverer hele tiden. At have som en rygrad, at hver gang vi vil noget og forandre noget, kan det faktisk betale sig. Det er det der afgør, om man stadig er et sted, som mennesker har lyst til at komme.

Dengang vi åbnede, snakkede jeg med en mand som sad i en lænestol og kiggede ud over vandet. Jeg spurgte ham hvad han tænkte på, og han svarede "Nu har jeg boet i Aarhus i rigtig mange år, og jeg har ikke savnet biblioteket, men nu er det her, og nu kan jeg slet ikke forstå hvordan vi kunne leve uden". Så har man virkelig ramt noget. Hvis det bliver så naturlig en del af folks

HVIS MAN VIL LAVE STORE
FORANDRINGER, ENTEN
ORGANISATORISK ELLER
I SAMFUNDET, SKAL MAN
HAVE EN BRÆNDENDE
PLATFORM, OG SÅ SKAL MAN
GIVE FOLK EN FØLELSE AF
EMPOWERMENT. DE TO TING
TILSAMMEN OG DET AT MAN
NEMT OG HURTIGT KAN GØRE
NOGLE TING, DET FLYTTER
ENORMT MEGET.

bevidsthed så hurtigt, så er det fordi, de selv har været med til at skabe det. Så har man vundet. Det synes jeg er ret flot.

Astrid: Det er også flot, at det er så mange mennesker og så mange forskellige mennesker, både børnefamilier, unge, ældre...

Marie: Ja, og det er det, der er så vanvittigt fantastisk ved DOKK1, fordi vi fik lov til at bygge det op fra bunden. Biblioteker er det eneste rum vi har i vores samfund i dag, hvor du mødes på tværs af alder, etnicitet, politisk overbevisning, religiøs overbevisning eller uddannelsesbaggrund, som er et ikke-kommercielt rum. Der er ikke nogen der prøver at sælge dig noget, og du skal ikke betale entré. Faktisk er vi et åbent byrum, bare med tag på.

Astrid: Hvad ser du som den største udfordring i forhold til at kunne lytte til publikum i den nærmeste fremtid?

Marie: Lige nu har vi ører på stilke i forhold til at lytte. Jeg kan se et enormt stort behov og et ønske fra folk om at være sammen og om at lave aktiviteter sammen. Jeg kan samtidig se en tilbageholdenhed på nogle af de dele. Vi har været spændte på - med et så stort hus til så store aktivitet og så mange mennesker - om det nogensinde blev det samme igen. Derfor øvede vi os de sidste 2 år på at lave helt små intime aktiviteter i store rum. Faktisk var det en god øvelse for os, for når man har store rum, så har man en tendens til at have meget store armbevægelser, men det skal man ikke altid. Nogle gang skal man være helt lille. Jeg tror udfordringen bliver at blive ved med at have de store armbevægelser samtidig med, at vi også laver de helt små, nære og intime ting. Og at blive ved med at have opmærksomhed på, hvad der flytter sig nu. For ting flytter sig hele tiden.

Astrid: Er der noget du gerne vil tilføje?

Marie: Det er ikke en udfordring men en kæmpe gave, at bibliotekerne har fået meget stærkt fokus på demokratiudvikling. Demokrati er vanvittigt vigtigt for os at holde fast i, og her mener jeg ikke demokrati som politisk styreform, men som deltagelsesdemokrati. Vi arbejder meget intentionelt med hele tiden at styrke det via de forskellige aktiviteter. Vi har meget stærkt fokus på hvordan vi kan skabe debataktiviteter i et trygt rum, hvordan vi kan lave aktiviteter der bringer folk i grupperinger, der ikke plejer at være sammen, sammen, og hvordan vi får nedbrudt de bobler, vi går rundt i. Det er ikke kun digitale bobler, det gør vi også i vores fysiske liv. Det bliver mere og mere vigtigt og værdifuldt, og der skal bibliotekerne spille en meget stærk rolle, både på et stort sted som DOKK1 men også de små biblioteker rundt omkring.

LIGE NU HAR VI ØRER PÅ
STILKE I FORHOLD TIL AT
LYTTE. JEG KAN SE ET
ENORMT STORT BEHOV OG
ET ØNSKE FRA FOLK OM AT
VÆRE SAMMEN OG OM AT
LAVE AKTIVITETER SAMMEN.



ULRIK ØRUM-PETERSEN

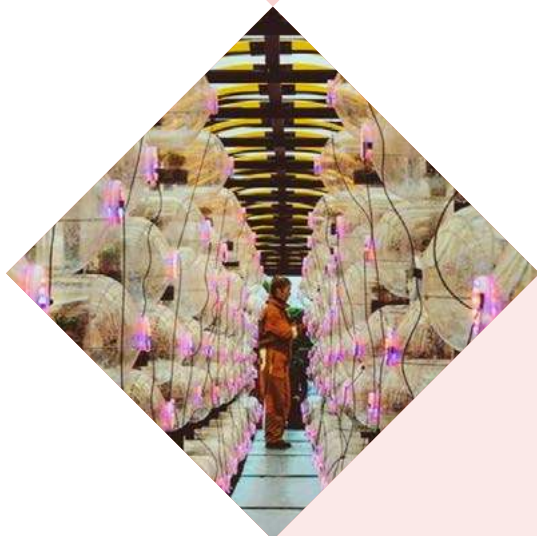


Lyt til
artiklen



Ulrik Ørum-Petersen arbejder som promoter for Live Nation, samtidig med at han er direktør og grundlægger af Heartland Festival ved Egeskov Slot. Bag sig har han en masse erfaring fra musik og festival branchen, hvor han både har arbejdet som promoter og entreprenør. Han er uddannet fra handelshøjskolen CBS i København.

Heartland Festival er en relativ ung festival, som blev grundlagt af Ulrik Ørum-Petersen i 2016. Egeskov Slot udgør en stor del af festivalens identitet, som både er inspireret af den fynske jord og et globalt udsyn. Det er en tværæstetisk festival, der blander musik, talks, mad og kunst.



VI ER EN FYNSK FESTIVAL, MEN VI ER EN FESTIVAL FOR HELE VERDEN

Ulrik Ørum-Pedersen arbejder til daglig med musik, koncerter og events som arrangør under Live Nation. Heartland Festival hører med til arbejdet, men det er som Ulrik Ørum-Petersens eget hjertebarn. Festivalen er vokset ud af Egeskov Slotshave, og det er visionen, at festivalens gæster skal smage på den fynske jord samtidig med, at de bliver klogere på verden.

Ulrik: Heartland Festival er hvad man i engelsk terminologi kalder en boutique festival. Det er en festival, der blander kulturelt indhold, så det er ikke en festival, man tager til for kun at se musik, som så mange andre, men det er en festival hvor man kan shoppe rundt i forskellige kulturformater. Vi valgte allerede for mange år siden, da vi startede op, vores egen lille opskrift; det er samtaler, det er mad, det er kunst, og det er musik, som er de fire ben vi indholdsmæssigt står på. Så er det femte ben vores atmosfære og vores lokation nede på Egeskov Slot. Den er helt unik, både nationalt men også i en global kontekst. Der er meget få steder i verden af den kaliber, hvor man får lov til at afholde så store events.

Astrid: Hvorfor skal vi have sådan en festival i Danmark?

Ulrik: Dengang vi startede, syntes jeg, der manglede en festival, hvor der var plads til mere fordybelse. Der var en trend på det tidspunkt, hvor festivaler skulle ligge bynært og det skulle være nemt og *convenient*. Det blev tit lidt flygtige oplevelser, hvor man var 3-4 timer på en festival, og så var man hjemme igen i sin egen seng. Der var også en tendens på det tidspunkt i England, og i Benelux særligt, omkring de her boutique-festivaler, hvor man blandede indhold, men i det gamle festivalformat vi kender fra Roskilde og Woodstock, hvor man tager væk i et antal dage, bor og er i oplevelsen. Jeg synes, det er det stærkeste festivalformat, der findes. At folk måske blev klogere på sin omverden og hinanden. Man tog hjem ikke kun med tømmermænd og en masse

DET ER DET STÆRKESTE
FESTIVALFORMAT, DER FINDES.
MAN TOG HJEM IKKE KUN MED
TØMMERMÆND OG EN MASSE
GODE KONCERTER I HUKOMMELSEN,
MEN MÅSKE LIDT RIGERE PÅ VIDEN
OG PÅ FÆLLESSKAB.

gode koncerter i hukommelsen, men måske lidt rigere på viden og på fællesskab. Det synes jeg simpelthen, der manglede. Så var det også at få lov til at lave noget nede i den slotspark, som jeg synes, personligt, var ret vildt. Det er de ting, som har været medvirkende til at festivalen fandt sit ståsted.

Astrid: Hvem kommer på Heartland?

Ulrik: Vi har en meget differentieret målgruppe og publikumsskare hos os. Det er en gruppe, der spænder fra studerende, ned til børnegruppen - vi har ret mange børn der kommer på festivalen - og så helt op til pensionister. De sidste 15 år er der også sket det, at mange af dem, som er vokset op med festivalformatet, og dem, der har gået på festival som unge, har genfundet glæden ved at tage på festival i en senere alder. Vi har en stor gruppe mennesker, der er over halvtreds, vi har en stor gruppe mennesker, der er under tredive, og så har vi den største gruppe, som er midt imellem tredive og halvtreds. Det er et meget stort aldersspænd, og der er nogenlunde lige fordeling af de tre grupper til stede. Der er også mange, der kommer på festivalen, hvor tre generationer tager derned på tværs. Der er en stor overvægt af folk, der bor i de større byer, men ellers er det geografisk spredt ud. Vi har cirka 35 procent, som kommer fra Fyn, 40 procent fra Sjælland og så har vi de sidste 25 procent fra Jylland og udlandet.

Astrid: Det er ret bred vidde og flere generationer. Hvad er fællesnævneren? Hvad er det, som kan tiltrække både unge og gamle på den måde?

Ulrik: Vi har gjort meget ud af, at det er en festival, der skal være behagelig at være på. Vi har indrettet vores festivalplads og omgivelserne dernede til at være noget andet end det, man kender fra mere ungdoms-agtige, musikdrevne festivaler. Vi har rigtig mange siddemøbler, åndehuller og oaser. Vi har deciderede oplevelser for børn; vi har et meget stort børneområde, som er produceret gennem mange år. Vi prøver at lave en festival, hvor der er noget for alle. Vi har mange sidde-restauranter, hvilket også er atypisk for festivaler, hvor vi har fire eller fem restauranter, hvor du kan sidde, booke et bord og spise din mad. Det er en festival, hvor convenience-delen er i højsædet og det gør, at den tiltrækker et publikum, der normalt ikke vil tage på festival, hvor man står i mudder i gummistøvler, ser koncert i seks timer og drikker bajer. Det er typisk vidensbegærlige mennesker. Folk, der interesserer sig for kultur og interagerer med kultur generelt på tværs af forskellige kulturelle områder. Det er folk, der interesserer sig for samfundet og for omverden. Det, synes jeg, er kendetegnende for dem.

DET ER EN FESTIVAL, HVOR
 CONVENIENCE-DELEN ER I
 HØJSÆDET OG DET GØR,
 AT DEN TILTRÆKKER ET
 PUBLIKUM, DER NORMALT
 IKKE VIL TAGÉ PÅ FESTIVAL,
 HVOR MAN STÅR I MUDDER
 I GUMMISTØVLER, SER
 KONCERT I SEKS TIMER OG
 DRIKKER BAJER.



"The Radish Arm Charm"
af designer Henrik Vibskov.

Astrid: Hvordan arbejder I for at appellere til folk, som er kulturkendere?

Ulrik: Vi har en indholdsstrategi for, hvad vi gerne vil med de forskellige områder. Vi vil gerne være de bedste i forhold til at formidle indhold og skabe oplevelser på de fire programområder. Vores talks-format, og det vi har skabt omkring det, appellerer til utroligt mange mennesker. Hver gang vi har et programnedslag, samles der på tværs af de to timer over 3.000 mennesker, der sidder samtidig og lytter. Det er ret unikt i den kontekst.

Vi er den største samtale scene i Nordeuropa, som på en eller anden måde prøver at give perspektiv og indramme nogle af de megatrends og ting, der påvirker vores dagligdag. Det er overskriften for vores talks-indhold. Vi har en scene om nutiden, vores omgivelser og virkelighed, og så har vi en scene, der behandler fremtiden. Det appellerer til utroligt mange mennesker. Vi har også, i og med at vi er en festival, der prioriterer det meget højt, budgettet til at hive eksklusive navne ind på vores talks-scener. I vores musik-, mad- og kunstindhold prøver vi også at lave unikke ting, som appellerer til folk - ting, som sker i nuet og som noget man skal opleve. Hvis du ikke er på Heartland det ene år, er du gået glip af hvad, der er på de forskellige områder. Vi behandler og prioriterer dem lige og har de samme ambitioner for hvert område; det skal være af international klasse. Det arbejder vi ud fra med kurateringsstrategier for hvert enkelt område. Måden, hvorpå vi finder vores publikum, kommer af interessodemografier, og vi har markedsføringskampagner og målgruppeanalyser, som vi arbejder med til dagligt, men overordnet er det indholdet og pladsen, selve Heartland-oplevelsen, der driver vores publikum.

Astrid: Hvordan har I valgt og lavet afgrænsning til lige præcis de emner; musik, mad, kunst og talks?

Ulrik: Det var en afgræsningsøvelse. Vi havde alt muligt i spil. I de første oplæg, som jeg lavede, var der også filmvisninger, comedy og outdoor-aktiviteter. Men vi prøvede at koge det ind, da vi skulle i gang med at lancere det og fokusere på det, vi vil slå os op på, som vi synes, er sjovt at arbejde med. Vi havde rigtig mange bolde i luften og syntes, at de fire var mest interessante, og at vi her kunne lave noget unikt. Der var selvfølgelig også personlige interesser i det for os, der laver festivalen. I vores opstartsår var det her, vi mente, at vi alle kunne se os selv og bidrage konstruktivt til indholdsdelen.

VI ER DEN STØRSTE SAMTALESCENE I NORDEUROPA, SOM PRØVER AT GIVE PERSPEKTIV OG INDRAMME NOGLE AF DE MEGATRENDS OG TING, DER PÅVIRKER VORES DAGLIGDAG. VI HAR EN SCENE OM NUTIDEN, VORES OMGIVELSER OG VIRKELIGHED, OG SÅ HAR VI EN SCENE, DER BEHANDLER FREMTIDEN.

Astrid: Har I så fire forskellige kurateringsstrategier?

Ulrik: Vi har én samlet strategi, og så har hvert indholdsområde sin egen kurateringsstrategi, som skal tale ind i den samlede. Vores overordnede vision er, at Heartland skal give perspektiv på verden. Det er det, vi gerne vil, og hvert indholdsområde har sin egen måde at gøre det på. Vi har kuratorer ansat i hvert område med folk under sig, så vi arbejder egentlig med det som uafhængige programpunkter, der skal forsøge at snakke sammen i den udstrækning, det er muligt i løbet af festivalen.

VI VIL GERNE GØRE VORES
PUBLIKUM KLOGERE OG GIVE DEM
PERSPEKTIV PÅ DERES VERDEN,
OG SAMTIDIG SKAL DET OGSÅ
VÆRE SJOVT AT DELTAGE.
DET ER VORES OVERORDNEDE
VISION OG FORMÅL.

Astrid: Når man laver en festival, er der rigtig mange praktiske ting, der skal gå op i en højere enhed, og samtidig har I den her værdi om perspektiver på verden. Hvordan får I det til at spille sammen? Hvordan bliver den værdisætning en del af kurateringen?

Ulrik: Det gør den ved hele tiden at genbesøge vores vision og vores formål og sørge for, at vores medarbejdere er klædt på til det. Det er en blanding af at have en god organisation, som vi har arbejdet i mange år på at styrke, og at have en ramme for hvordan vi arbejder i løbet af året. Vi har en overordnet strategiproces, som vi færdiggjorde sidste år, der strækker sig fem år ind i fremtiden. Vores vision er ikke kun for vores indhold, men for hele festivalen og den oplevelse, folk skal have. Den proces er vi kommet godt i mål med, og vi har noget, som vi er stolte af, og som alle kan se sig selv i.

Vores overordnede vision er, at festivalen skal engagere os i verden. Det går på tværs af alle vores områder; om det er indhold eller dem, der bygger pladsen op eller laver andre ting i festivalen. Det handler om at lave et format, som engagerer vores gæster og mennesker i den verden, vi lever i. Ellers er vores formål at lave en samtidig kulturfestival, hvor folk mødes og udvikler sig i de fællesskaber og med det indhold, som vi har lavet til dem. Vi vil gerne gøre vores publikum klogere og give dem perspektiv på deres verden, og samtidig skal det også være sjovt at deltage. Det er vores overordnede vision og formål. Så har vi strategiske indsatsområder, i og med at vi er en kommerciel virksomhed, der skal generere et overskud. Vi er ikke almennyttige, som nogle andre festivaler er. Vi har områder, som vi arbejder med, som er alt fra den lokale forankring i området og bæredygtighed til gæstetilfredshed, som er nogle udvalgte områder, vi arbejder med, og har et helt strategidokument, som alle bruger som pejlemærke i deres daglige arbejde.

Astrid: Nu fremhæver du selv det her med lokalområdet, og at det skal være lokale ressourcer og lokale samarbejdspartnere, samtidig med at I hiver kunstnere og artister ind fra hele verden for at engagerer jeres publikummer i den

verden, de er en del af. Hvad sker der i det samspil mellem det lokale og det globale?

Ulrik: Vores udgangspunkt er, at vi er en fynsk festival, men vi er en festival for hele verden. Vi arbejder med en lokal strategi, hvor vi har udgangspunkt i det ophav, der er Midt- og Sydfyn, som vi er skabt i og er den fysiske virkelighed, som vi eksisterer i. Det gør også, at vi prioriterer lokale leverandører, partnere og råvarer. Vi har et billede af, at når man tager på Heartland og er på Fyn, så smager man mad og råvarer fra den jord, man betræder. Vi har for eksempel strategier for, hvor meget vores madboder skal købe ind af lokale råvarer, og hvordan vi kan source så vidt muligt fra lokale producenter. Det arbejder vi meget aktivt med og har opsatte målsætninger for det på alle vores områder. Det gør også, at man er særegen i verden; det er den lokale forankring. I og med Fyn traditionelt set er kendt for sine råvarer og kvaliteten af det, som gror i jorden, er det meget naturligt for os at præsentere det, når folk kommer fra hele Danmark eller hele verden til Heartland. Det er vi sindssygt stolte af, og det har været et forankringspunkt fra starten. Man skulle smage den jord, som man afholdt festivalen på. Det er også en meget moderne måde at tænke på i dag. Det er det samme, hvis man rejser til anden by, hvor man gerne vil smage råvarer og have de områder, man er i, ind under huden - det er hele den der terroir ting. Det har vi arbejdet meget med helt fra første år med målsætninger om, hvor stor andel af grøntsager, kød og leverandører, som skulle være fra nærområdet.

Astrid: Hvad er det, som er særligt ved Fyn? Hvorfor ikke Bornholm eller Anholt?

Ulrik: Nu ligger vi på Fyn, og det er ikke en tilfældighed. Det handler om at Egeskov Slot og Michael Ahlefeldt, som har slottet, har været en utrolig god samarbejdspartner at starte op med, har været åben for at stille sin jord til rådighed, og er også selv partner i festivalen. Heartland er skabt omkring Egeskov Slot og til Egeskov Slot. Derfor er det naturligt, at det er den virkelighed, vi arbejder i, og det er den terroir, som festivalen bygger på. Det kan man ikke bare ændre. Hvis man tog Heartland væk fra Egeskov, ville det være en helt anden festival og en helt anden historiefortælling. Heartland er synonym med Egeskov Slot, hvor slottet som attraktion og Heartland har krydsbefrugtet hinanden i snart seks år og gør, at begge parter bliver bedre, forhåbentlig til publikums gavn.

Astrid: Hvordan oplever du, at publikum tager imod det?

Ulrik: Fra starten har vi fået en wow-oplevelse fra folk, der kommer ned og ser, hvordan vi har iscenesat slotshaven. Det er meget imponerende, og det synes jeg stadigvæk selv, når jeg kommer derned. Det er få steder i verden, hvor man kan få lov at lave noget midt i en renæssancehave, som er 400 år gammel. Det er en

NÅR MAN TAGER PÅ
HEARTLAND OG ER PÅ FYN,
SÅ SMAGER MAN MAD OG
RÅVARER FRA DEN JORD,
MAN BETRÆDER.

Peter Kirkegaard



Egeskov Slot.

anden oplevelse, og det er en anden udfordring, at skulle lave en festival dér end at gøre det på en bar mark. Vi har atmosfære og afgrænsninger givet på forhånd, og vi skal prøve at lave oplevelser ind i noget som eksisterer, hvorimod mange festivaler bliver sådan nogle anti-steder, hvor du skal prøve at skabe atmosfære ind i noget, som bare er en bar mark. Derfor er vores opgave diametralt modsat, når vi laver festival. Vi skal prøve at fremhæve ting, som er området og arbejde ind i det. Det er både en kæmpe fordel, for der skal typisk ikke specielt meget til at få tingene til at se fantastiske ud, men kan også være en ulempe, da der er mange ting at tage højde for, når man arbejder i fredede miljøer.

Astrid: Når du kigger lidt fremad, hvad er målsætningen for format-, publikums- og programudviklingen?

Ulrik: Formatet er vi godt tilfredse med, og det, vi er i gang med nu, er at etablere festivalen. Det er vores femte afviklingsår, så vi er faktisk stadig et meget nyt event. Nu har vi haft to år, hvor vi har været på pause, men vi er stadig en ny begivenhed, og det tager rigtig lang tid at opbygge festivalformater, og brands generelt, og nå til det sted hvor Smukfest og Roskilde er. De har brugt 50 år på at nå dertil, hvor de er i dag, i forhold til at være i folks bevidsthed, som noget man bare skal til. At skabe traditioner og at få folk til at komme igen og tage deres venner med, det tager lang tid at bygge op, og det kræver en udholdenhed

og vedholdenhed i form af at kunne levere gode oplevelser, gode programmer og bygge ovenpå år efter år.

Vi har sat os nogle mål i forhold til at vækste festivalen og stabilisere vores organisation de næste fem år og håber på, at vi, når festivalen har sin 10 års fødselsdag, kan begynde at melde udsolgt på omkring 25.000 mennesker per dag. Vi arbejder på at forfine vores indhold og vores værditilbud til gæsterne og sørge for, at folk går glade derfra, og at vi har høj tilfredshedsrate hos mennesker, der besøger os. Hvis vi kan blive ved med det, og vi kan sørge for at have en stabil organisation med de samme mennesker, der lærer år efter år, har vi en chance for at blive en festival, der om 10-20 år sælger ud, så snart billetterne kommer på salg, og som er en tradition hos mange mennesker. Det er målet at nå dertil.

Astrid: Der er selvfølgelig sat en kæp i hjulet, som hedder corona, men hvis du kigger frem i den udvikling og vækst, som du snakker om, hvad ser du så som den største udfordring?

Ulrik: Når vi skal holde festival til sommer, er det tre år siden, at folk sidst har været på festival. Der er en generation af festivalgæster, frivillige og medarbejdere, som er gået glip af en masse erfaring. Derfor tror jeg, at den største udfordring er at komme op i gear som organisation, både hos frivillige og fastansatte, og om vi kan rekruttere og motivere nok mennesker til at afvikle arrangementer, og det er Heartland, men også Roskilde, Smukfest, Northside, Tinderbox.

Jeg håber, at publikum genfinder de her festivaler, når det hele åbner igen, og at det er noget, man har lyst til at tage på til sommer. At der ikke er en frygt i markedet for at skulle ud og socialisere i en festivalkontekst, det håber jeg er tilfældet. Jeg lavede selv en koncert med The Minds of 99 i sommer inde i Parken, hvor der var cirka 50.000 mennesker samlet i meget stor tæthed, og folk var meget trygge i det. Jeg håber, at vi snart er der igen, og at det bliver normen for de kommende festivalsæsoner. Jeg synes, at det er læringen fra andre lande, især i USA, at efterspørgslen er større på den anden side af nedlukningen. Folk har savnet det, og der er et undertryk på efterspørgslen af festivalmarkedet. Folk har flere penge mellem hænderne og mere lyst til at komme ud og fyre den af på den anden side. Der er en hel generation af unge mennesker, gymnasieelever og studerende, som er blevet frarøvet tre års sjov og ballade og socialt samvær i festivalkontekst. De fortjener at komme ud og opleve det. Jeg tror, vi står rigtig godt, både som branche og individuelt som Heartland. Men det må vi jo se, når det bliver sommer.

DET ER FÅ STEDER I VERDEN,
 HVOR MAN KAN FÅ LOV
 AT LAVE NOGET MIDT I EN
 RENÆSSANCEHAVE, SOM ER
 400 ÅR GAMMEL.





Det er blevet synligt for alle, hvorfor vi er så optagede af publikumsfokuseret arbejde. At det ikke bare er en fiks idé, og det er ikke bare noget, chefen drømmer om, når hun ikke ved, hvad hun ellers skal lave. At det faktisk er noget, som er helt inde i kernen af det, vi laver. Og at vores teater er kun noget værd, hvis det bliver set af et publikum. Det er intet værd uden det publikum.

METTE WOLF



Lyt til
artiklen



Mette Wolf har været teaterdirektør for Nørrebro Teater siden 2015. Hun er uddannet i dramaturgi fra Århus Universitet i 2001 og er desuden uddannet topledere i 2008 fra Copenhagen Coaching Center.

Nørrebro Teater, som blev indviet i 1886, ligger i hjertet af Nørrebro. Nørrebro Teater har en profil som morskabens teater, og nuværende direktør, Mette Wolf, som trådte til i 2015 har skrevet et manifest om, hvad det betyder for hende.



Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

NØRREBRO TEATER: PUBLIKUMSUDVIKLING VIRKER!

Mød direktøren på Nørrebro Teater, Mette Wolf, der har formået at vende en uønsket udvikling. Til trods for at være Nørrebro Teater så viste data fra 2015, at kun en lille del af publikum var fra den mangfoldige bydel i København. I dette interview reflekterer Mette Wolf over, hvordan data og publikumsudvikling har været afgørende for at skabe relationer til beboerne på Nørrebro, men også hvordan det arbejde har bragt alle afdelinger sammen omkring et fælles mål og givet dem respekt og forståelse for hinandens fagligheder.

Astrid: Vil du ikke starte med at fortælle lidt om Nørrebro Teater? Hvad er det for et sted, hvad er I sat i verden for og ikke mindst: Hvem er jeres publikum?

Mette: Nørrebro Teater er mellemstort teater i København, som er organiseret under det, der hedder Københavns Teater. Vi består af fire teatre i alt, hvor Nørrebro Teater er et af dem. De andre tre er Østerbro Teater, Betty Nansen Teatret og Folketeatret. Nørrebro Teater er statsstøttet, og vi har en profil, der i sidste ende er givet af kulturministeren. Paraplyen, der hedder Københavns Teater, har besluttet nogle profiler til de forskellige teatre. Nørrebro Teaters profil hedder "Moderne morskabsteater og musikteater". Det gør det til og med denne her sæson. Fra næste sæson hedder det "Underholdende og samtidsrelevante fortællinger med morskab, mening og kant". Profilen er selvfølgelig ret afgørende for, hvad det er for en type teater, man laver. Samtidig med at det betød noget da jeg søgte stillingen, for det viste hvad det her er for en type teater. Det er ikke her, jeg skal lave store tragiske psykologiske dramaer. Men det giver også lidt sig selv, profil eller ej, at når man har 620 pladser, som vi har her på Nørrebro Teater, at man er nødt til at lave et bredt og folkeligt repertoire, som kalder på et bredt publikum. Og der har morskabsgenren nok en mere magnetisk

DEN STORE KVALITET VED
NØRREBRO TEATER ER
NØRREBRO KVARTERET.
AT VI LIGGER PLACERET,
HVOR VI ER, AT VI HAR DEN
MANGFOLDIGHED, SOM VI HAR
OMKRING OS, OG AT TEATRET
OGSÅ HAR NOGET SKØNT
UPRÆTENTIØST OVER SIG,
NÅR MAN KOMMER IND PÅ DET.

effekt på et bredt publikum end nogle af de mere snævre tragedier og mere avancerede psykologiske dramaer. Dermed ikke sagt at det ikke avanceret, det vi laver. Men man kan sige, at vores brand er morskabsteater.

Astrid: I har også et manifest om at være morskabens teater, som du har skrevet.

DET ER LYKKEDES OS PÅ FEM
ÅR AT VENDE BILLEDET. I DAG
ER FLERTALLET AF VORES
PUBLIKUMMER, NÅR MAN
SER PÅ EN HEL SÆSON, FRA
NØRREBRO, SÅ VI HAR VENDT
DEN UDVIKLING.

Mette: Ja, jeg skrev et manifest, da jeg overtog teatret tilbage i 2015, som egentlig startede som en slags programerklæring for mig selv. Jeg havde selvfølgelig skrevet en ansøgning og været til de her ansættelsessamtaler, men jeg havde behov for at lave en programerklæring, som jeg kunne vise til personalet her. Jeg havde også lyst til at publikum skulle se det. Det er det her, det er nu, det er den retning, vi går i. Manifestet blev født ud af, at der er en ny kunstnerisk ledelse, nemlig mig, og at jeg havde en ny retning, og det havde jeg behov for at nedfælde på papir og give til publikum og give til medarbejdere.

Astrid: Center for Kunst og Interkultur og Nørrebro Teater kender hinanden gennem det arbejde vi har lavet med publikumsudvikling. Navnligt gennem det store EU Creative Europe projekt, som hedder ADESTE+, hvor vi udvikler metoder og strategier til at arbejde målrettet med brugerinddragelse og publikumsudvikling. Det er I de første i Danmark, der er med til. Vil du sige lidt om, hvorfor I besluttede jer for at sige ja til det, og hvorfor I gerne vil have det fokus?

Mette: Jeg har altid, før jeg kom på Nørrebro Teater, interesseret mig rigtig meget for publikumsudvikling og arbejdet med det. Også før man egentlig kaldte det publikumsudvikling. Og da jeg overtog teatret her, tænkte jeg meget over, at på det tidspunkt var andelen af publikummer fra Nørrebro utrolig lille. Der var flere fra Fyn og Jylland, der kom til teatret her, end der var folk fra Nørrebro. Samtidig synes jeg, at den store kvalitet ved Nørrebro Teater er Nørrebro kvarteret. At vi ligger placeret, hvor vi er, at vi har den mangfoldighed, som vi har omkring os, og at teatret også har noget skønt uprætentiøst over sig, når man kommer ind på det.

Vi har en meget stor institution, der ligger i et af Danmarks mest mangfoldige kvarterer med omkring 54 nationaliteter. Det er den bydel i København med de laveste indkomster. Folk her lever 6 år mindre end de gør i indre by, og det er det kvarter med færrest grønne kvadratmeter per indbygger. Så der er en masse ting, der interesserer mig i kvarteret. Det er et gammelt arbejderkvarter, og man har stor politisk bevidsthed på Nørrebro. Og så har man selvfølgelig også en masse sociale udfordringer.

Når vi nu får de her statsmidler, så er vi faktisk også forpligtet til, at de midler bliver tilgængelige for flest mulige. Jeg synes, det er vores ansvar, og der ligger en anden form for public service-forpligtelse med den statsstøtte. Derfor er publikumsudvikling noget, der altid har interesseret mig. Hvordan når man derhen hvor man gerne vil? Hvordan gør man teatret så tilgængeligt som muligt for flest mulige? Jeg har været i England på nogle studiebesøg tidligere og har selv opsnappet måder at gøre det på, men der har ikke været en decideret målrettet strategi og indsats, og det prøvede jeg at indføre, da jeg startede her. Først og fremmest på repertoiresiden ved at have nogle tilbud, der var lige så mangfoldige som bydelen. Men ADESTE+ gjorde, at vi kunne sætte os ned og være meget målrettet med det og være meget præcise omkring hvor vi gerne ville nå hen, og hvilke målgrupper vi føler vi er særligt forpligtet til at gøre en indsats over for. Dermed også hvilke målgrupper, vi ikke når. Det er lykkedes os på fem år at vende billedet. I dag er flertallet af vores publikummer, når man ser på en hel sæson, fra Nørrebro, så vi har vendt den udvikling. Men det er klart, at ADESTE+ har hjulpet med til at bevidstgøre os og nedfælde en meget klar strategi. Og så tilmed også giver nogle meget klare redskaber.

Astrid: Du siger meget 'vi' og 'vi i teatret', men det var jo dig, der tog beslutningen. Hvis du kigger tilbage på, da processen startede, hvordan har huset her og de medarbejdere taget imod det projekt og den proces?

Mette: Der er ingen tvivl om, at vi ikke kunne have de resultater i dag, hvis det ikke var fordi, vi havde gjort det her sammen. En ting er, at jeg kan have en teoretisk smart idé om, hvad der er godt både ud fra et idealistisk synspunkt omkring hvad er godt for os som statsstøttet teater, men også selvfølgelig forretningsmæssigt godt med en bred publikumsskare. Men at løfte det på den måde vi har gjort og at producere på den måde vi gør - at lave alle de her mange arrangementer, der kører sideløbende med de store forestillinger, og som er billigere i entré og derfor også har større appel til et nyt publikum - det er absolut kun noget, jeg kunne gøre, fordi huset her har været med til det og har lyst til at løfte den opgave. Det har hjulpet os, at vi har været igennem forskellige workshops via ADESTE+ det sidste halvandet år, for det har gjort, at vi endnu mere end vi allerede var før er et hus, der arbejder sammen om et fælles mål, nemlig at åbne det her hus og gøre det tilgængeligt for flest mulige. Både med det, vi laver på vores scene, men også i den måde, oplevelsen er på, når man kommer herind, og nogle gange også lang tid før man kommer herhen.

DET HAR HJULPET OS, AT VI HAR VÆRET IGennem FORSKELLIGE WORKSHOPS VIA ADESTE+ DET SIDSTE HALVANDET ÅR, FOR DET HAR GJORT, AT VI ENDNU MERE END VI ALLEREDE VAR FØR ER ET HUS, DER ARBEJDER SAMMEN OM ET FÆLLES MÅL



Astrid: Hvad er det for nogle ting, I gør nu, som I ikke gjorde før? Eller ting som I gør anderledes, end I gjorde før?

Mette: Jeg vil sige at det, vi først og fremmest gør rigtigt meget anderledes, det er måden, vi formidler vores ting på. Det er måden vi er afsender på. Vi er langt mere bevidste om hvem vi taler til. Vi formidler ikke det samme på den samme måde til alle, så vi er meget mere målrettet omkring hvem vi går efter.

SAMMEN KUNNE VI SÆTTE OS
NED OG SÆTTE ORD PÅ HVOR
VI VAR, OG AFDELINGERNE
FÅR ET FÆLLES SPROG, OG
DET VAR VIRKELIG GODT.

Vi er blevet meget klare på, hvordan vi højner og kvalitetssikrer folks oplevelse. Før ADESTE+ lavede vi også publikumsundersøgelser, men vi er blevet endnu mere klare på at bruge dem. Og det er altså ikke kun den lille afdeling, der sidder og laver de undersøgelser, der bruger dem. Det er lige så meget marketing, og det er vores forhus, og det er vores driftschef, og det er vores regissør, og det er det, fordi det hele tiden inkluderer mange ting. Når man spørger til, hvordan folks oplevelse er og prøver at dissekere den, så kan det jo være alt fra at man ikke ved hvorfor klokken ringer tre gange, og til de lange køer til toiletterne eller til at vores servicemails ikke var tydelige nok, eller at annoncerne var svære at afkode, eller at vores hjemmeside er umulig at navigere i. På den måde er der mange ting, og der har ADESTE+ og de her workshops gjort, at vi fik et sprog sammen. Sammen kunne vi sætte os ned og sætte ord på hvor vi var, og afdelingerne får et fælles sprog, og det var virkelig godt.

Astrid: Har der været nogle udfordringer? Har der været noget modstand? Har der været noget, der var svært, eller noget der var ubehageligt?

Mette: Vores store udfordring her er jo, at vi kun har én scene, og vi har en meget lille prøvesal. Der hvor vores kerneydelse er, altså dér, hvor vi tjener de flest penge, det er, når vi laver teaterforestillinger. Uden teaterforestillinger kunne vi slet ikke løbe rundt. Derfor er det jo også naturligt vores inderste kerne af forretningen. Samtidig har jeg også en vision om sammen med huset her at udvide den palette af ting, altså de varer, vi har på hylderne, og det har vi gjort ved, at vi har lavet sindssygt mange små arrangementer ved siden af. Det tager dels tid at opfinde dem og udvikle dem. Det tager tålmodighed i forhold til at lade dem vokse sig store nok til, at de bliver bæredygtige. Det kræver meget i fundraising. Det kræver meget i at tilrette ting på en anden måde. Vi er gode til at lave forestillinger, men vi er ikke nødvendigvis gode til at lave et impro comedy show eller en dagbogsoplæsning eller fællessang med en skuespiller, der er gæstestjerne. Så der er mange formater, vi skal opfinde. Det der har været svært, har været at gøre de ting, imens vi gør alt andet. Og i en periode, hvor der også har været et omprioriteringsbidrag. Så vi producerer sådan set crazy meget,

jeg tror vi har omkring 60 egenproduktioner på et år. Vi har vores forestillinger, som er et sted mellem tre og fire titler, men hvert enkelt arrangement er jo sin egen produktion, så vi producerer virkelig, virkelig meget, men vi får færre penge end for fem år siden. Det tror jeg egentlig er den største udfordring. Ikke kun i form af at få nogle budgetter til at nå sammen, men også i form af, at det er de samme mennesker, der skal udføre arbejdet. Altså dem, der laver forestillingen, som ved Gud også skal være af høj kvalitet, og som kræver meget, samtidig med at de skal lave de andre ting. Det tror jeg kun, vi har kunne lykkes med, fordi folk har kunne se den større mening i det. Havde vi nu forestillet os, at vi havde haft 60 udlejningsarrangementer på et år, som ikke havde noget med huset her at gøre, men som "bare" tjente kassen, så tror jeg sådan set, at der havde været meget større modstand, fordi hvorfor løbe så stærkt, når man ikke engang fagligt kunstnerisk får noget ud af det? Her får man jo rent faktisk noget ud af det. Man løber godt nok stadigvæk stærkt. Men vi laver også noget, som appellerer til en bredere publikumsskare, og som stadigvæk er af høj kvalitet, og som folder teatret ud på en anden måde, og som viser teateret fra nogle andre vinkler. Det oplever jeg absolut, at alle har lyst til at være med til.

DEN ARBEJDEN PÅ TVÆRS AF
AFDELINGER OG AT HAVE BLIK
FOR HINANDENS OMRÅDER,
MEN OGSÅ EKSPERTISE PÅ DE
OMRÅDER OG RESPEKT FOR
DET, DET ER HELT KLART NOGET,
DER ER BLEVET STYRKET
UNDER VORES WORKSHOP MED
ADESTE+, FORDI VI SÅD DER
ALLE AFDELINGERNE SAMMEN.

Astrid: Hvordan oplever du, at jeres publikum og jeres gæster tager imod det? Er det dit indtryk, at de kan mærke forskel?

Mette: Ja. Vi kan helt klart mærke det, når vi laver de her arrangementer af mindre formater, som er en gang om måneden. Det er ikke en teaterforestilling, men alle arrangementerne har et element af teater i sig, enten i form af en skuespiller eller en lyddesigner eller noget, der refererer ind i teatret. Selvom det måske handler om noget helt andet, gør det brug af teatrets værktøjer. De arrangementer har lavere billetpris. Det er ikke så dyrt at komme ind til dem, og det oplever vi i den grad er nemmere at få afsat end en teaterbillet. Og jeg tror, det har noget at gøre med prisen. Det viser vores undersøgelser sådan set også. Hvis du ikke er vant til at gå i teatret, så er 300 kroner for en teaterbillet mange penge. Du er mere villige til at smide 75 kroner. Vores håb er selvfølgelig, og det vi arbejder målrettet på er, at det nye publikum, vi får ind via de her arrangementer synes, at Nørrebro Teater er så fedt et sted at være, og de tænker "Wauw det er fedt at sidde inde i denne her sal. Hvad spiller de i øvrigt lige nu? Lad os købe en teaterbillet". Det er det, der er hele brobygningen i det. Men vi oplever faktisk lige så meget den anden vej, at vores teaterpublikum køber billetter til arrangementerne. Så jeg oplever, at der bliver taget super godt imod det, og alle vores arrangementer er kæmpe succeser.

Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup



Astrid: Det lyder virkelig godt. Nu siger du også, at der kommer nogle udfordringer i, at I har mere at lave for et mindre budget, samtidig med at I er i en periode med omskiftning. Selvom det er noget, som folk gerne vil, så er al forandring jo svær. Og så er der oven i købet kommet den ekstra udfordring, som hedder corona, som kommer udefra, som vi ikke har givet lov til. Hvad kræver det af dig som leder i dette teater?

Mette: Det kræver godt nok is i maven. Og så kræver det også en meget stålsat tro på, at vi nok skal klare den. At det nok skal gå, og vi skal nok løse det. Jeg har virkelig lært under corona at tage tingene, som de kommer. Det er nærmest blevet et mantra. Vi kan ikke forudsige noget. Hvad hvis vi pludselig skal lukke ned næste uge, eller der er en skuespiller, der bliver syg? Eller hvad gør vi med administration, og sidder vi for tæt? Alle de ting skal man tage op konstant. Det bliver man bare nødt til at tage, som det kommer. Og så løser vi det også. På mange måder har de her ADESTE+ workshops egentlig gjort, at vi er blevet enormt gode til at arbejde på tværs. Vi har en coronaarbejdsgruppe med mange forskellige afdelinger, der prøver at gribe alle de spørgsmål og tvivl, der må være. Skal jeg blive hjemme, hvis min datters veninde har Corona? Hvilket toilet må jeg bruge? Hvordan lukker vi publikum ud af salen i hold? Sådane nogle ting, som er meget praktiske ting. Og vi har en anden arbejdsgruppe, der sidder med

det, der har med os, der kommer her fast i huset at gøre. Den arbejden på tværs af afdelinger og at have blik for hinandens områder, men også ekspertise på de områder og respekt for det, det er helt klart noget, der er blevet styrket under vores workshop med ADESTE+, fordi vi sad der alle afdelingerne sammen.

JEG TROR STADIGVÆK,
DER ER EN PULJE AF
PUBLIKUMMER, SOM GERNE
VIL I TEATERET, MEN SOM
OPLEVER, AT DET KAN VÆRE
LUKKET LAND FOR DEM.

Astrid: Hvad var det ved de workshops, der har virket?

Mette: Der flere ting i det. For det første tror jeg, at det er blevet synligt for alle, hvorfor vi er så optaget af publikumsfokuseret arbejde. At det ikke bare er en fiks idé, og det er ikke bare noget, chefen drømmer om, når hun ikke ved, hvad hun ellers skal lave. At det faktisk er noget, som er helt inde i kernen af det, vi laver. Og at vores teater er kun noget værd, hvis det bliver set af et publikum. Det er intet værd uden det publikum. Hvis man virkelig tager det alvorligt, så er der nogle ting, man er nødt til at lave om. Det vi helt klart fik ud af det var, at man nu forstår hvorfor det meget publikumsfokuserede var vigtigt.

En anden ting, vi også fik ud af det, var at vi fik respekt for hinandens afdelinger. At det pludselig også gav mening, at en driftschef sad og havde nogle ideer om, hvordan publikums oplevelse kunne være, når de kom ind i huset her, fordi han rent faktisk ville kunne løse noget af det ved at sætte en sæbeautomat op et andet sted eller ved at sørge for, at toiletterne ser anderledes ud. Eller vores tonemester kunne komme med indspark til, hvordan vores kald bliver sagt til publikum. Alt sammen noget som gjorde, at der var sindssygt mange fede ideer i, at vi sad sammen.

Astrid: Vi er cirka halvvejs med ADESTE+, og hvem ved hvor langt vi er med corona. Hvis du prøver at kigge lidt fremad og gøre lidt status, hvor synes du så, at Nørrebro Teater befinder sig lige nu, og hvordan er jeres forhold til jeres publikum? Hvilke tanker gør jer om fremtiden?

Mette: Jeg synes, at Nørrebro Teater, hvis vi lige regner coronaen ud af det, står et sted, hvor vi egentlig mere og mere får den mangfoldighed i vores publikum, som vi ønsker os. Det gælder både alder og etnicitet og uddannelsesmæssig baggrund, og på den måde synes jeg, at vi dækker bredere, end vi gjorde tidligere. Hvis man ser samfundsgruppen over et, så er der nogle dele af publikum som vi ikke har fat i, og som jeg tror faktisk ikke engang ved, at vi er her og som ikke oplever os som et reelt tilbud. Nogle af dem tror jeg, man skal tage ud af ligningen og så sige, at dem får vi heller aldrig fat i. Altså lige meget hvad man gjorde ved mig, ville jeg jo heller ikke begynde at gå ind og se fodboldkampe. Vi er også forskellige. Men jeg tror stadigvæk, at der er en pulje

af publikummer, som gerne vil i teateret, men som oplever, at det kan være lukket land for dem. Det tror jeg ikke kun gælder Nørrebro Teater, men i det hele taget. Det er også opstået i takt med, at skolerne har færre penge til at indkøbe børneteater og dermed også færre penge til at uddanne et publikum. Det dannelsesprojekt, der ligger i det, hvor man virkelig appellerer til nogle, der skal opdage teatret først og fremmest, der tror jeg, at vi er et stykke fra mål endnu. Den måde, vi kan løfte på, er ved at opfinde formater og opfinde arrangementer og tiltag, som appellerer ned i det segment eller den gruppe.

Astrid: Hvad er drømmescenariet? Hvad er det, du ønsker, at folk skal forbinde Nørrebro Teater med?

Mette: Jeg håber virkelig, at man - når jeg er færdig med at være her - vil tænke Nørrebro Teater som et sted, hvor man kan regne med, at man bliver underholdt, og man ikke kommer til at kede sig. Men man bliver også skubbet til, og man bliver udfordret, og man får også noget at snakke om bagefter. At det er morskab med mening, at der er mening og kant i det, vi laver, og at vi faktisk gerne vil insistere på at mene noget med det, vi laver. Men også at det er et hus, der også føles som Nørrebro, når man kommer ind i det. At det ikke kun er Nørrebro ude på gaden, men at mangfoldigheden og det spraglede fortsætter ind i huset. Det er uprætentiøst, og man kan komme som den, man er.



adeste+



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union

ADESTE+ Audience DEVELOPMENT STRATEGIES for cultural organisations in Europe – er det største EU udviklingsprojekt inden for publikumsudvikling.

ADESTE+ har til formål at gøre publikum til omdrejningspunktet i institutionernes filosofi og praksis – en forudsætning for at øge væksten af publikum. Læs mere om projektet her: <https://www.adesteplus.eu/>

Jeg plejer at sige, at et museum er ikke et monument, og derfor skulle vi ikke stå som en mindesten for kvindebevægelsen, men sætte historien om den i spil.

JULIE ROKKJÆR BIRCH



Lyt til
artiklen



Julie Rokkjær Birch er uddannet inden for Nordisk sprog og litteratur og kunsthistorie fra Aarhus Universitet. Hun har stor museumserfaring fra AROS, Skagens Museum, Skovgaard Museet og kvindemuseet, og nu Museet for KØN, hvor hun har været direktør siden 2019.

Slots- og kulturstyrelsen anerkendte i maj 2016, at **KØN** – Gender Museum Denmark (dengang Kvindemuseet i Danmark) fik nyt ansvarsområde. Museet blev grundlagt i 1982, hvor kvinders kultur og historie var stærkt underbelyst. I de forløbne årtier har museet indsamlet væsentlig dokumentation for kvinders hverdagsliv såvel som kvinders aktive medvirken i samfundsudviklingen. Meget er sket siden i relationen mellem de to køn. Også mænds roller og funktion i samfundet har ændret sig markant. Kulturarven hviler sine steder på gamle opdelinger mellem køn og roller, mens nutiden forventer friere udfoldelse af alle køn. Derfor beskæftiger KØN sig nu mere bredt med kønnenes kulturhistorie og involverer alle på tværs af køn. (Fra museets hjemmeside).



Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

MUSEET KAN IKKE VÆRE ET MONUMENT

Mød direktøren på Museet for KØN, Julie Rokkjær Birch, som har styret slaget omkring museets navneskifte. Hvad ligger der bag beslutningen om at skifte navn, og hvordan tackler man som direktør at håndtere den interne organisationsforandring, samtidig med, at man er til stede i den offentlige kønsdebat? Og hvordan skaber man en platform hvor ældre og yngre generationer kan møde hinanden i en respektfuld dialog om emner, der er så følsomme som køn, identitet og rettigheder?

Astrid: Museet for KØN plejede at hedde Kvindemuseet, så selvom det er et gammelt og traditionsrigt museum, kan det også virke lidt som et nyt museum. Kan du ikke fortælle lidt om, hvad det er for et sted?

Julie: Der er sådan set ikke sket den store forandring her på museet, bare fordi vi har skiftet navn. Man kan sige, at museet er blevet større, og det er det siden 2016, hvor vi fik et udvidet ansvarsområde. Vi gik fra at have ansvar for kvinders liv og historie til at have ansvar for det bredere kønsforskningsfelt. Fordi vi nu hedder KØN og beskæftiger os med det brede kønshistoriske område, så betyder det ikke, at kvindehistorien er trådt i baggrunden. Tværtimod, kvinder er et køn, og kvindemuseet og kvindehistorien bor stadig her på museet på Domkirkepladsen i Aarhus. Det er grundlaget for det hele, og det er kvindebevægelsens fortjeneste, at vi overhovedet kan tale om køn på den måde, som vi gør i dag. Jeg er fuld af beundring over for de iværksætterkvinder, der med stor grad af aktivisme bankede det her museum op fra bunden. Der var en vilje og en insisteren på at fortælle kulturhistorien om kvinder, der ellers ikke var så synlige på museerne eller i historiebøgerne. Det har været et arbejde, som har dannet præcedens på andre museer i forhold til at huske kvinder i formidlingen af vores fælles historie. På den måde har museet her været modelmuseum og en inspiration og været dem, der har gået forrest. Den progressivitet holder vi fast i, og den aktivisme prøver jeg at dyrke i endnu højere grad den dag i dag. Jeg vil drive et museum, der hele tiden har et systemkritisk fokus og som kigger på de usynligheder eller gamle mønstre, som stadigvæk er på museerne, i historiebøgerne, i formidling af køn i medierne osv.

DET ER KVINDEBEVÆGELSENS
FORTJENESTE, AT VI
OVERHOVEDET KAN TALE
BREDT OM KØN PÅ DEN MÅDE,
SOM VI GØR I DAG.

Astrid: Hvad er det i vores tid, som gør det relevant at lave et navneskifte og et udvidet fokus?

Julie: Det udvidede ansvarsområde er sket som en helt naturlig konsekvens af, at fagfeltet har udvidet sig. Engang hed det på universitetet kvindestudier, i dag hedder det kønsstudier. Man favner bredere, man ser, at tingene hænger sammen, man ser, at vi er nødt til at tale om kønsroller, og hvad kønsroller betyder for os allesammen. Vi er nødt til også at tale om maskulinitet og manderoller, queer og andre kønsidentiteter, fordi tingene hænger sammen. Ligestilling er ikke kun en kvindesag - køn skaber forventninger og begrænsninger for os alle. Museer er heller ikke stillestående størrelser. Jeg plejer at sige, at et museum er ikke et monument, og derfor skulle vi ikke stå som en mindesten for kvindebevægelsen, men sætte historien om den i spil. Det her museum skal blive ved med at være relevant og blive ved med at tage diskussioner op med et historisk perspektiv. Relevansen står i fuld flor i de her år, hvor vi har #MeToo og ungdomsbevægelser, der går i front med en kæmpe stor grad af aktivisme, som jeg i hvert fald ikke kender fra min ungdom tilbage i start 00'erne. Vi lever i en bølgegang lige nu i forhold til køn og ligestilling, hvor der bliver lavet lovgivning, hvor der er en revolution med #MeToo og samtykkeopfattelser, som gør, at der er trukket en streg i sandet. Vores tid minder lidt om 70'ernes ungdoms- og kvindebevægelser, hvor der også blev talt klima, magt og ligestilling. Det er interessant at være en del af, og det er vigtigt, at museet her stadig er dem, der følger med de dagsordner med det faglige og historiske perspektiv i ryggen - og i øvrigt får det dokumenteret til eftertiden.

Astrid: Hvis vi taler om jeres publikum og jeres offentlighed, hvem er de så? Hvem taler I til? Hvem var jeres publikum, og hvem er nu jeres publikum?

Julie: Vi anskuer os selv som en platform. Vi arbejder on-location her i bygningen, og vi arbejder off-location ude i byen, når vi laver pop-up udstillinger og bevæger os ud i byrum her i landet. Derudover arbejder vi også online. Vi har således tre snitflader, hvor vi formidler kønnenes kulturhistorie. Hvis vi taler in-house publikum, kan vi se, at vi har haft et markant stigende yngre publikum. Efter det bredere fokusområde er trådt til, er 63% af vores publikum nu mellem 14 og 29 år, og det er altså eksklusiv skoleklasser. Jeg tror nok, gennemsnittet på de danske museer er 17% i den aldersgruppe. Derudover så ved vi, at 73% af vores gæster kommer, fordi de er videbegærlige. Det er en helt særlig niche, som vi kommer til at dyrke rigtig meget. Det er også mere kønsdiverst efterhånden. Vi har mange flere mænd blandt publikum og vi nærmer os gennemsnittet på

VORES TID MINDER LIDT OM 70'ERNES UNGDOMS- OG KVINDEBEVÆGELSER, HVOR DER OGSÅ BLEV TALT KLIMA, MAGT OG LIGESTILLING. DET ER INTERESSANT AT VÆRE EN DEL AF, OG DET ER VIGTIGT, AT MUSEET HER STADIG ER DEM, DER FØLGER MED DE DAGSORDNER MED DET FAGLIGE OG HISTORISKE PERSPEKTIV I RYGGEN - OG I ØVRIGT FÅR DET DOKUMENTERET TIL EFTERTIDEN.



GIRLS
JUST WANNA HAVE
FUN
FUNDAMENTAL
RIGHTS

LOVE
not h
MAKE
AME
GE

danske museer, når det handler om kønsrepræsentation. Når vi bevæger os ud i byrummet kan vi nå alle dem, der ikke normalt kommer på et museum, og det er også vigtigt, for man skal huske, at bare ordet 'museum' kan være en barriere, fordi man måske føler, man skal være særligt klædt på eller indviet, og når det så handler om ligestilling, så kan det være en endnu større barriere. Det at gå ud og tage temperaturen på kønsdebatten gør, at vi får nogle input fra og interagerer med et publikum, som vi slet ikke ville have oplevet in-house. Det tredje ben er online-området. Vi ved allesammen godt, at Facebook ikke er folkedybet - det er Facebook - men der er stadig nogle interessante dialoger, og vi er på de fleste sociale medier, har vores egen blog og deltager i den øvrige offentlige mediedebat. Det er vigtigt for os at differentiere mellem de forskellige interaktioner og hele tiden være nysgerrig på, hvad der sker i hver fraktion.

Vi taler bredt og vi taler til alle, og vi er et museum, der gerne vil bygge bro. Vi vil være et mødested for dialogen om køn, og vi kan kvalificere debatten med historiske perspektiver. Vi er ret heldige, at vi har sådan en platform i Danmark. Det er et sjældent syn på verdensplan. Det finder jeg personligt meget mening i at arbejde for. Spørgsmål om køn og identitet ligger folk på sinde, det fylder, og det er svært. Derfor søger man viden, man søger et holdepunkt, man søger et fundament for at kunne tale om de her ting. Det er noget, især de yngre generationer er optagede af, og det tror jeg, vil fortsætte. Generation Y og Z er optagede af det meningsfulde, de er optaget af identitet, menneskerettigheder, de er enormt politisk engagerede, så de er opsøgende omkring en platform som denne her. Det er også derfor, vi rent strategisk opererer med museet som en 'social hub'. Vi vil gerne være et sted, hvor man føler, at man kan komme og hænge ud, at der er en tryk base og en tyngde i forhold til at kunne tage diskussionerne og være nysgerrige og afsøgende med hinanden. Nysgerrighed er et vigtigt ord, når det handler om køn. At være nysgerrig på hinanden og være nysgerrig på, at vi kan have forskellige holdninger. Det er også vigtigt for os at sige, at vi behøver ikke være enige, det er dialogen, der er det vigtige.

VI TALER BREDT OG VI TALER
TIL ALLE, OG VI ER ET MUSEUM,
DER GERNE VIL BYGGE BRO. VI
VIL VÆRE ET MØDESTED FOR
DIALOGEN OM KØN, OG VI KAN
KVALIFICERE DEBATTEN MED
HISTORISKE PERSPEKTIVER.

Astrid: Kan I se en forskel i publikumssammensætningen efter navneskiftet?

Julie: Det er helt klart, at den synlighed, museet fik under navneskiftet, har givet et boost, men vi kunne se tendensen med unge længe før. Det er kommet med, at vi har skiftet ansvarsområde i 2016, og at vi har ændret vores *tone of voice*, altså vores markedsføring og offentlige stemme. Vores tilstedeværelse på sociale medier har desuden været skarp i flere år. Det er dog klart, at navneskiftet gjorde, at vi kom på kortet, og vores kendskabsrate i fx København er blevet meget høj i forhold til tidligere. Vi kan se, at trods corona, så ser det rigtig pænt ud med

besøgstillene. Vi havde publikumsrekord både i efteråret inden vi lukkede ned i december, og her i marts. Man skal dog huske at sige, at opbakningen til et museum er andet end publikumstal. Det kan også være den opbakning og det ambassadørskab, der kan være blandt ikke-gæster rundt omkring. Vi får mange henvendelser og forespørgsler om samarbejder og folk, der gerne vil blive klogere. Vi kan slet ikke imødekomme alt det, vi får ind, og det siger noget om vores relevans og den goodwill der er omkring det her sted, så jeg er enormt tilfreds og glad for beslutningen om navneskiftet som konsekvens af udvidelsen af forskningsfeltet. Det var et vigtigt signal.

Astrid: Der har været meget opmærksomhed på Facebook, også nogle kritiske røster, men som du selv siger, så er Facebook ikke nødvendigvis det samme som folkemassen. Hvordan oplever I, at jeres publikum egentlig har taget imod den forandring?

Julie: De allerfleste har taget rigtig godt imod det. Der har været noget kritik, og jeg må sige det rent ud: Det har også været en generationsting, og det kan jeg godt forstå. Den lidt ældre generation af kvinder, som var med i 70'ernes kvindebevægelse, har helt sikkert haft svært ved det, og det kan jeg virkelig godt forstå. Jeg har haft masser af samtaler med forskellige brugergrupper her på museet, og jeg forstår og anerkender de følelser, der er dukket op undervejs. Det smukke er, at mange af kritikerne stadigvæk kommer. Vi havde en nytårskur med vores KLUB-medlemmer, og der var et par stykker med, som virkelig opponerede under navneskiftet, men de kom til nytårskuren, og sagde, at de stadigvæk var uenige. Det var fedt, for så fik vi en snak om det. Der er så meget respekt og forståelse. Samtidig med at de er uenige og synes, det er ærgerligt, så kan de godt forstå bevæggrundene og synes jo, vi gør det godt. Det allervigtigste er, at vi holder fast i samtalen og respekten for hinanden og holder fast i mødet. Det er det, museer kan, og jeg tror museer bliver meget vigtige i fremtiden i denne her verden. Vi har brug for de her rum, de her fælles hjem, det her fælles erkendelsesmateriale, som museer er.

Astrid: Hvorfor tror du, der er den uenighed fra den generation? Er det fordi de føler, at der er noget, der bliver taget fra dem? Hvad er det der ligger i det, som kan gøre ondt?

Julie: Man skal huske på, at de kampe som blev kæmpet i 70'erne, det var store kampe om fri abort, barselsorlov, ligeløn, retten til at hedde sit eget navn, når man blev gift. Det var nogle meget grundlæggende ting. Der har også været en generationskløft i forhold til #MeToo, fordi kampen omkring #MeToo er en anderledes kamp. Det betyder ikke, den ikke er vigtig, men hvis man begynder at sammenligne med tidligere

GENERATION Y OG Z
ER OPTAGEDE AF DET
MENINGSFULDE, DE ER
OPTAGET AF IDENTITET OG
KØNSROLLER, DE ER ENORMT
POLITISK ENGAGEREDE, SÅ DE
ER OPSØGENDE OMkring EN
PLATFORM SOM DENNE HER.

TEGN DIT KØN

Tegn eller beskriv dit køn. Vær Kreativ! Hæng din tegning op i loftet
Draw or describe your gender. Be creative. Hang in the ceiling when done

DENMARK IS AWESOME!
This sort of discussing
exhibit would never
(never?) be shown
in the USA!

Kig på plakaten og lad dig inspirere.
Færdiggør kønstegnet så det passer
til dig

Look at the poster and be inspired.
Complete the gender symbol to suit you



kampe, så ser den måske ikke så vigtig ud. Man skal huske i de yngre generationer, at vi havde ikke kunnet begynde på en MeToo-diskussion, hvis ikke vi stod på skuldrene af tidligere generationers kampe. Museet og navnet har stået som et symbol på en kvindebevægelse, men jeg har holdt fast i min overbevisning om, at et museum ikke kan være et monument. Vi skal være en levende størrelse - en aktør i samfundet. Og så skal der bare helt grundlæggende være overensstemmelse mellem navn og ansvarsområde. Det betyder jo ikke, at vi ikke fortæller kvindehistorien og kvinders sejre. Det kan jeg love dig for, vi gør.

NYSGERRIGHED ER ET VIGTIGT ORD, NÅR DET HANDLER OM KØN. AT VÆRE NYSGERRIG PÅ HINANDEN OG VÆRE NYSGERRIG PÅ, AT VI KAN HAVE FORSKELLIGE HOLDNINGER. DET ER OGSÅ VIGTIGT FOR OS AT SIGE, AT VI BEHØVER IKKE VÆRE ENIGE, DET ER DIALOGEN, DER ER DET VIGTIGE.

En anden ting der har været svært i det generationelle, det er forståelsen af ord. De yngre generationer taler fuldstændig frit om kønsidentitet og kønsroller, og de har et sprog for det som en naturlighed, og de er ikke bange for det. De taler med en helt anden implicit forståelse af, hvad køn er for noget - at det berører alle. Det jeg oplevede hos ældre generationer var, at når de tænker på ordet 'køn' så tænker de ikke på 'kvinde'. Det var en overraskelse, for når jeg siger 'køn' så tænker jeg helt automatisk især 'kvinde' og 'ligestilling', men det som mange i den ældre generation hører er kun 'LGBTQ+' og identitetspolitik. Det var en øjenåbner for mig. Derfor blev modstanden, at de troede, at det nu blev til et LGBTQ+ museum eller til et minoritetsmuseum. Men nej: vi er ikke et minoritetsmuseum, vores opgave er tværtimod at have det brede blik på, hvad køn betyder for os allesammen og at formidle kvinders sejre, men også, at maskuliniteten også ligger under for nogle fastlåste kønsroller, og at alle de her ting ofte påvirker hinanden uhensigtsmæssigt, når det handler om lige muligheder.

Astrid: I en artikel i Berlingske skriver du, at 'i 2015 blev Kvindemuseet kvalitetsvurderet. Her fandt Slots- og kulturstyrelsen, at museets formålsbeskrivelse var ude af trit med museets vision'. Kan du tage os med tilbage til 2015 - hvad skete der da?

Julie: I 2015 sad der en anden ledelse på museet. Jeg var ansat, så jeg var med i processen. Der var kvalitetsvurdering, og det var helt tydeligt, at der var brug for det bredere perspektiv på køn, fordi forskningsfeltet havde udviklet sig, og der er nogle ting, der er blevet mere synlige. Museets vision om at anskueliggøre hvad køn betyder i samfundet harmonerede lidt ringe med et ord, som kun havde 'kvinde' i sig og et ansvarsområde som også kun beskrev kvindekønnet. I virkeligheden var det det store skifte for museet, at ansvarsområder blev ændret fra kvindehistorie til kønshistorie, og det skete altså allerede under den daværende ledelse i 2016. Det er hele museets grundlov, der blev lavet om, men det var først da vi under min ledelse gerne ville have navnet til at passe med det,

at hele diskussionen kom. Det siger nok i virkeligheden mest om, at navne tit er noget, der vækker følelser. I virkeligheden skal man være taknemmelig, for det betyder, at der er nogen, der har en relation til stedet, og at museet betyder en hel masse for folk.

Astrid: Hvordan har processen været indadtil?

Julie: Der er sket en intern organisering simultant med de forandringer, museet har undergået udadtil. Museet efterstræber at tage form som en organisme. Vi opererer mere smidigt, fordi der er en meget flad struktur, som er dybt inspireret af museets begyndelse, hvor det var en kollektiv måde, museet opererede på. Vi kører en enormt høj grad af selvstyring, en stor grad af teamsamarbejde. Min rolle er at sætte retningen og være museets stemme. Jeg kan kun beskrive det her hus som et varmt, omsorgsfuldt (og travlt!) sted med stor grad af sammenhold og vilje. Alle der er ansat her tager ansvar og har en meget stor vilje til at styrke viljen til ligestilling og gøre noget med mening. Det er det, der driver os.

Astrid: Så der har slet ikke været noget konflikt eller kontrovers omkring den forandring inde i organisationen? Har der været total enighed?

Julie: Nej slet ikke! Det ville også være skidt. For at være helt ærlig, så har jeg da heller ikke bare været helt skråsikker og cool. Jeg har også ladet mig selv tvivle. Vi har haft mange diskussioner her i huset, og det skal man. Vi har haft rigtig mange gode snakke, og der har været nogle, der var totalt med, nogle der var tvivlende, nogle der var bekymrede, og så var der en enkelt der var stik imod. Det var vigtigt for mig, at alt har været åbent. Alt har været noget, vi har talt om. Da vi begyndte at nærme os afslutningen, så var vi netop landet, fordi vi har haft en lang proces. Det er det, der er godt ved dialog, uenighed og friktion. Man får vendt hver eneste sten, og man får styrket sin argumentation. Jeg ønsker, at museet generelt kan være en platform for den fine, åbne lytten til hinanden. Det mangler tit i kønsdebatten. Det er svært nogle gange at sige sin mening, fordi den ikke bliver taget godt imod. Kønsdebatten er et hårdt sted at være, skulle jeg hilse og sige, man får nogle tæsk nogle gange, men det er vigtigt, at man får alle holdninger i spil.

NOGLE FRA DEN LIDT ÆLDRE
GENERATION AF KVINDER,
SOM VAR MED I 70'ERNES
KVINDEBEVÆGELSE, HAR HAFT
SVÆRT VED DET, OG DET KAN
JEG VIRKELIG GODT FORSTÅ.

Astrid: Hvad kræver det af dig at være leder på sådan en organisation?

Julie: Det kræver en høj grad af nærvær. Jeg føler mig allermest utilstrækkelig, når jeg ikke kan være så meget i huset og se folk i øjnene. Det kræver også, at man ikke er kontroloffreak, at man ikke føler, man skal vide alt eller være med i alle beslutninger. Det kræver, at man stoler på sine medarbejdere, og det kræver, at de stoler på en. De skal kunne have tillid til, at hvis de kommer med noget, som

er svært at snakke om, eller en kritik af ledelsen, så bliver det lyttet til. Det er vigtigt for alle ledere ikke at blive magtfuldkomne og tro, at man hele tiden ved bedre, for det gør man ikke. Friktion er for mig rigtig vigtig, og det er fedt, når folk kommer med noget kritik. Det er ikke sikkert, jeg følger det eller er enig, men på en eller anden måde får det mig lige til at vende alle mine egne sten en gang til.

Astrid: Hvis du kigger fremad, hvad er så det næste, og hvad er publikumstrategien?

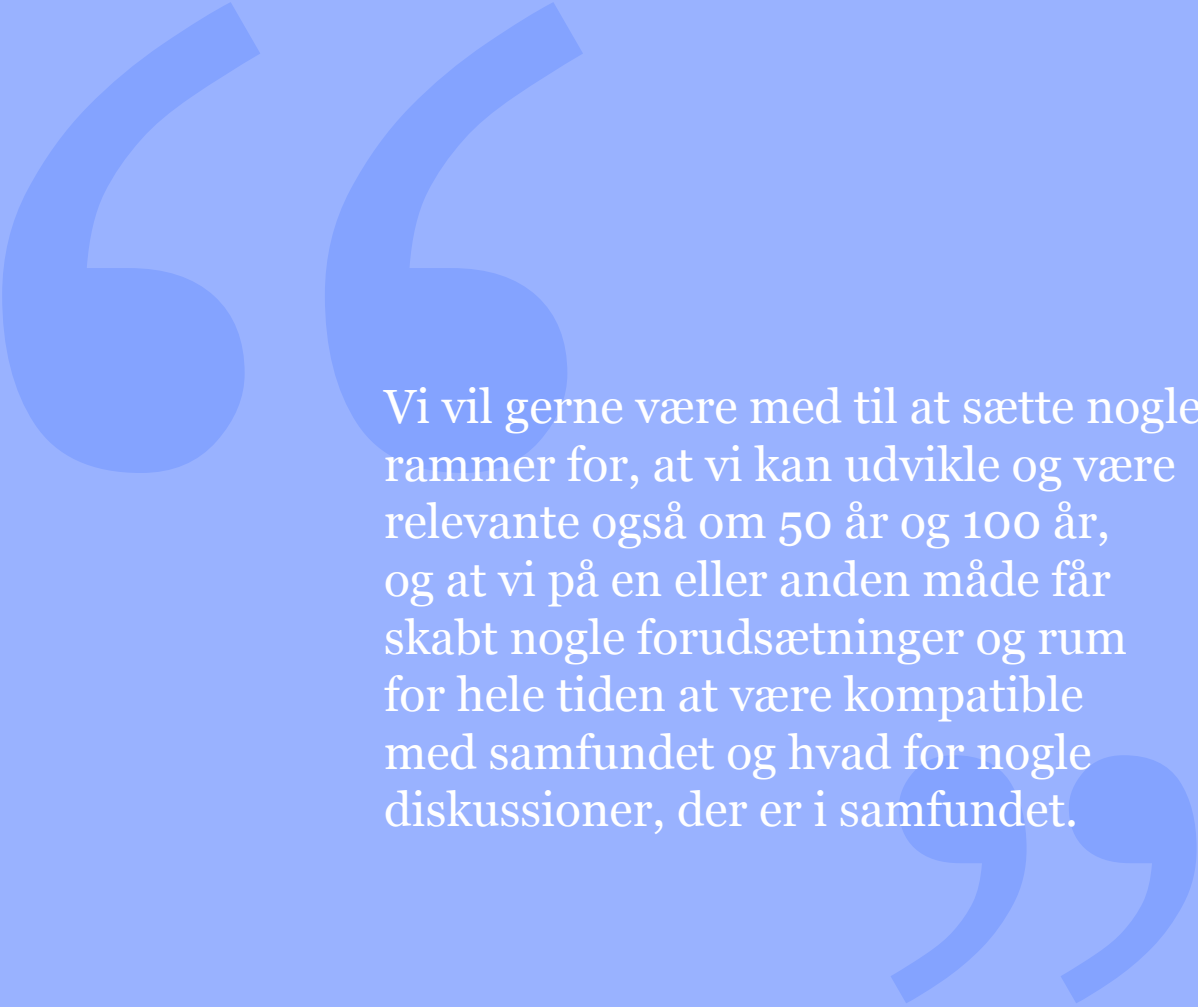
Julie: Publikumstrategien er at fortsætte ambitionen om at være public service og at være et levende hus. Strategien er fortsat, at vi skal være en del af kønsdebatten i Danmark, og vi skal være en platform for den kønsdebat. In-house vil vi have rigtig meget fokus på service og events. Ordet liv er måske det mest dækkende. Det skal være levende, det skal være et hus, der følger med. Hvis der sker et eller andet i kønsdebatten eller i samfundet, så er vi der, også til at sikre en eventuel indsamling, sådan at vi får dokumenteret den historie der skete i går til morgendagen.

Astrid: Hvad ser du som den største udfordring for at forblive relevant for nye og eksisterende brugergrupper sådan som verden ser ud lige nu?

Julie: Udfordringen er kampen for at følge med som en meget økonomisk sårbar institution. Det er en evig udfordring og bekymring, som er vigtig at formulere kulturpolitisk. Et museum er meget andet end lige det publikumsrettede. Grunden til at vi kan lave det substantielt fede til publikum er, at der en vidensbank og et materiale, der bliver holdt ved lige. Vi har omkring 30.000 genstande i vores samling, der skal registreres og konserveres, vi har et magasin, vi skal holde styr på, vi skal bedrive forskning og vi er under opsyn. Det er ikke umiddelbart synligt for publikum, men det er en vigtig forankring i diverse udstillinger. Hvis vi ikke dyrkede det nørdede, der gør museer til museer, så ville vi heller ikke kunne have publikumstilbud, der er særegne. Den dybe faglige forankring bliver desværre ofte glemt i hele snakken om tilskud og vigtigheden af institutioner, men måske skal vi til at dyrke det støvede lidt mere.

DET ALLERVIGTIGSTE ER, AT VI HOLDER FAST I SAMTALEN OG RESPEKTEN FOR HINANDEN OG HOLDER FAST I MØDET. DET ER DET, MUSEER KAN, OG JEG TROR MUSEER BLIVER MEGET VIGTIGE I FREMTIDEN I DENNE HER VERDEN. VI HAR BRUG FOR DE HER RUM, DE HER FÆLLES HJEM, DET HER FÆLLES ERKENDELSESMATERIALE, SOM MUSEER ER.





Vi vil gerne være med til at sætte nogle rammer for, at vi kan udvikle og være relevante også om 50 år og 100 år, og at vi på en eller anden måde får skabt nogle forudsætninger og rum for hele tiden at være compatible med samfundet og hvad for nogle diskussioner, der er i samfundet.

KIRSE JUNGE-STEVNSBORG



Lyt til
artiklen



Kirse Junge-Stevnsborg har været direktør for Malmø Kunstmuseum siden 2019. Tidligere har hun været projektleder ved ART2030 og fra 2009 – 2018 arbejdede hun som Kunstnerisk leder af Den Frie Udstillingsbygning. Fra 2006 – 2009 arbejdede hun som direktør ved Gävle Konstcentrum og før som kurator ved Dunkers Kulturhus i Helsingborg, samt ved Center for Dansk Billedkunst, Galleri Nicolai Wallner og Tate Gallery i London.

Malmø Kunstmuseum er beliggende på renæssanceslottet Malmøhus Slot og rummer en af Sveriges største samlinger af nordisk kunst, kunsthåndværk og design fra 1500-tallet og frem til i dag. Det er dog kun en begrænset del af samlingen, der er udstillet i museet.



ET NYT MUSEUM MED MANGE DIMENSIONER

Malmø Kunstmuseum har en dansk direktør, Kirse Junge-Stevnsborg. Hun og museet har fået til opgave at repositionere museet i Malmø, for det duer ikke at have så meget kunst, der er så svært tilgængeligt. Men hvordan skal et nyt museum se ud i det 21. århundrede? Hvad skal det kunne, og hvem skal egentlig bestemme, hvordan kunst og kultur skal repræsenteres?

Kirse: Malmø Kunstmuseum er en institution med en rigtig stor kunstsamling men ret små lokaler. Tidligere har vi været en del af Malmø Museer, som vi nu er udskilt fra, men som vi bor sammen med. Vi er en del af Malmø kommune og vi hører under Kulturdirektøren i ledelsesgruppe sammen med bl.a. Malmø Museer og Malmø konsthall. Vi fået til opgave at udvikle vores indhold men også arbejde for at etablere nye rammer til kunsten. Vi skal skabe et nyt museum: Hvad skal det kunne og være? Hvad kan være relevant i den tid, som vi lever i nu, og hvordan sikrer vi, at det kunstmuseum og vores fantastiske kunstsamling, findes i fremtiden på en dagsordensættende måde for dels dem der bor i Malmø og dem, der kommer til Malmø.

Når vi tænker publikum, og når vi tænker hvordan man driver de her institutioner, så er der en stor forskel fra Danmark blandt andet med fundraising. Vi har nogle større forventninger om, at det skal være velfærdsstaten her i Sverige, der driver museerne og institutionerne, og privat fundraising er et tilskud til noget ekstra, man skal producere, hvor at det i Danmark for alle kulturinstitutioner er en forudsætning for overhovedet at overleve og eksistere, at man er stærk på fundraising og samarbejde. Der er vi mere velfærdsstatstyret her. Ikke at vi ikke fundraiser, for det gør vi, men det er mere unikke satsninger - i al fald på de lidt mindre institutioner, som os. Det er offentlige penge, som vi eksisterer på og derfor også bliver målt på, og derfor er publikumsudvikling og publikumstækning styret af det. Vi er et museum der er til for alle i Malmø.

Astrid: Lige nu på Malmø Kunstmuseum er der gang i en repositioneringsproces, en udvikling af museet. Men hvordan vil du karakterisere museets positionering lige nu?

Kirse: Hvis vi tænker publikumsfokus, så bor vi sammen med Malmø Museer, som er et universalmuseum fra 1841, og det betyder, at vores søstermuseum i dag har en stor bredde med renæssanceslot, med arkæologi,

VI HAR EN STOR
FANTASTISK
KUNSTSAMLING, MEN
LIGE NU VISER VI KUN 1%
AF DEN SAMLING.

med kulturhistorie, med science, med designudstillinger, og det er faktisk en af Sveriges største turistattraktioner. Vi ligger på toppen af det her ekstremt velkomne museum, som også er i en stor udviklingsfase nu, og som gør, at vi har ret bred divergens i publikum, men vi på Kunstmuseet bliver ofte forvekslet med Malmø Museum. Tanken med at adskille museerne for ca 40 år siden var, at man skulle have nye rammer til kunstmuseet, og det har der været politiske diskussioner om i rigtig mange år. Grunden til at det ikke er sket er, at Malmø i udgangspunktet er en by som har haft andre vigtige spørgsmål øverst på agendaen, hvor et kunstmuseum ikke har været prioritet, endskønt der har været stor opbakning også politisk. Men Malmø har også sociale prioriteringer højt og andre vigtige samfundspolitiske agendaer.

VI LIGGER PÅ TOPPEN AF DET HER EKSTREMT VELKOMNE MUSEUM, SOM OGSÅ ER I EN STOR UDVIKLINGSFASE NU, OG SOM GØR, AT VI HAR RET MEGET PUBLIKUM, MEN VI BLIVER FORVEKSLT MEGET MED MALMØ MUSEUM.

Astrid: Hvem er jeres publikum?

Kirse: Lige nu er vores publikum faktisk ret bred og ret divergeret. Måske er der områder i Malmø, som vi ikke når, men ellers når vi en mangfoldig kulturinteresseret gruppe her i Malmø, og vi når rigtig mange turister, og så har vi rigtig omfattende skoleprogrammer. Det er en del af velfærdstænkningen om hvordan og hvorfor vi er til, så vi har rigtig mange børn og unge her i skoleprogrammer.

Astrid: Kan du fortælle lidt om den samtale, I har med politikerne, og hvorfor der skal være et nyt museum?

Kirse: Vi har en stor fantastisk kunstsamling, men lige nu viser vi kun 1% af den samling. Vi arbejder for at lægge den digitalt ud også, men ellers er ønsket, at vi skal kunne vise vores samling - i al fald meget mere af den. Så er der nogle lokalemæssige udfordringer her, ikke kun at de ikke er store nok, men også at klimakrav er svære her i det gamle byggeri ved slottet og så er det vores synlighed og tilgængelighed som vi skal opdatere for at få museet ind i fremtiden. Hvad er det for nogle forventninger, man i dag har på et museum, både sikkerhedsmæssigt, klimamæssigt og tilgængelighedsmæssigt? Nu er vi blevet et kunststed helt oppe på toppen af slottet, man skal over broen og ind gennem det kulturhistoriske museum, før man kommer op til kunstmuseet, så ønsket er, at vi skal prøve at lave et museum, som er noget mere bibliotek for den visuelle kunst. Det er vores metafor, at vi skaber en institution som skal være integreret i byen og kunne blive mere besøgt af forskellige grupper her i byen og være til for mange. Noget af det, vi diskuterer i den visuelle kunstverden er, at vi på en måde er lige så vigtige som et bibliotek, men man får os ikke med hjem på samme måde. Alle børn og unge lever i en fuldstændig visuelt og billeddomineret verden, og hvis der er noget, vi ved noget om, så er det hvordan man læser billeder, og hvordan man har tænkt billeder tidligere. Vi har lige lavet et



program til 7. klasser om hvordan selfies blev lavet i 1700-tallet, for vi har en masse miniatureportrætter som viser, hvordan man positionerede sig med selfies dengang. Vi kan bruge historien og kunsthistorien og denne her fantastiske samling meget mere aktivt. Det kan vi med en lille del nu, men vi ville kunne gøre det meget mere, og det vil man gerne have fra politisk side.

Astrid: Hvad skal det nye museum så kunne?

Kirse: Det nye museum skal kunne flere ting. Vi skal kunne vise vores samlinger, så vi har brug for meget mere plads. Så skal vores nye museum også kunne skabe aktuelle debatter, diskussioner i samfundet, være til for både dem, der bor her og dem, der kommer hertil. Tanken er, at vi skal arbejde mere med denne her bibliotekstænkning, som handler om at eksperimentere og åbne op for, hvordan vi skaber historien sammen. Fra næste år arbejder vi på forskellige modeller og sætter eksperimenter i gang med dels at tænke hvor vi møder publikum, og hvordan vi møder publikum. Det kunne fx være et projekt at alle biblioteker, der ligger alle mulige steder i Malmø, kan have en kunstprofil og ikke bare en udsmykning. Det kan være en plads, hvor vi kan møde publikum på en anden måde, og det kan også være i digitale rum. Efter corona er vi blevet meget bedre til det, det tror jeg alle er, og har udviklet nogle ting, som vi kan tage med videre ind i fremtiden.

Astrid: Hvad er publikumsvisionen i det nye museum og i den nye positionering. Hvad for nogle mål har I for publikum og hvad for nogle værdier skal præge publikums møde med museet og med kunsten?

Kirse: Vi vil gerne være med til at sætte nogle rammer for, at vi kan udvikle og være relevante også om 50 år og 100 år, og at vi på en eller anden måde får skabt nogle forudsætninger og rum for hele tiden at være compatible med samfundet og hvad for nogle diskussioner, der er i samfundet. Derfor er det klart, at vi skal lytte mere til vores gæster og inddrage mere og finde gode veje til det. Vi er også i samtale med nogle kunstnere, som skal hjælpe os med at skabe nogle nytænkende modeller for, hvordan vi skal skabe tiltag, som vi ikke ved hvad er, men hvor vi udnytter vores unikhed som kunstinstitution, og vi kan tage kunstnere med på den rejse. Denne her biblioteksmetafor er den som også spejler byens politiske tænkning. Det skal være tilgængeligt, man skal føle sig inddraget, man skal kunne bruge det som et mere fleksibelt kundskabsmøderum.

Vi er også støttet af regionen, så vi er både kommunale og regionale, og regionen har fokus på, hvordan vi udvikler og deler viden. Det er også noget vi har som ambition i

NU ER VI BLEVET DET HER
KUNSTSTED HELT OPPE
PÅ TOPPEN AF SLOTTET,
MAN SKAL OVER BROEN
OG IND Gennem DET
KULTURHISTORISKE MUSEUM,
FØR MAN KOMMER OP TIL
KUNSTMUSEET, SÅ ØNSKET
ER, AT VI SKAL PRØVE AT
LAVE ET MUSEUM, SOM ER
LIDT MERE BIBLIOTEK FOR DEN
VISUELLE KUNST.

fremtiden. Vi har et seminar i dag, der handler om at arbejde lokalt. 'Dig where you stand' hedder det seminar, hvor man prøver at arbejde situeret, der hvor man er og tage det som forudsætning. Det er et internationalt seminar, så der kommer også blik for, hvordan man arbejder alle mulige andre steder med denne her situering. Vi vil også prøve med det nye museum, at det skal være holdbart, som man siger i Sverige, på alle måder, så det både er socialt relevant og bliver brugt hele tiden. Måske skal det ikke være lukket så meget. Vi skal ikke have et museum, der er lukket mere end halvdelen af tiden. Det kan også handle om miljømål og grøn holdbarhed, hvor det er vigtigt, at vi tænker meget langsigtet. Det er en udvikling, der går hurtigt, men måske kan man inkorporere nogle ting, der kan tilpasses. Vi har også haft nogle projekter og kunstnere med indover i forhold til, hvordan man fra kunstnerisk side kan være mere grønne og holdbar både indholdsmæssigt men også på hvordan vi agerer som museum, samtidig med at man er økonomisk holdbar. Det er sådan udfordringerne er, men vi bliver nødt til at indpasse os efter, hvordan verden er og ser ud. Kan vi bare sende en masse værker rundt i hele verden, eller er der ting vi kan gøre på en smartere måde? Hvordan kan vi være globale på en holdbar måde, uden at vi bruger jordens ressourcer og en masse penge på at sende ting rundt og være med til at nedbryde de budskaber, vi gerne vil løfte frem? Den diskussion vil vi gerne være med i. Vi har gode muligheder for at skabe et nyt museum og allerede nu tænke over at være en nyt museum, et museum der er relevant i vores samtid men også i vores fremtid. Jeg tror i det hele taget at vi som kulturområde lige nu er nødt til at gentænke os selv, det gælder på flere planer. Vi har bare lige nu, fordi vi skal lave et nyt museum, mulighed for virkelig at påvirke hvad det skal være for et museum og gøre research på gode modeller i hele verden, hvor vi kan tage de mest interessante og relevante aspekter med hos os.

Astrid: Så der er to processer i gang, der er selve den fysiske om at lave en ny bygning, som skal designes på en bestemt måde. Men så har I også en proces indadtil, at I måske allerede er et nyt museum. Kan du tale lidt om den proces?

Kirse: Processen med at skabe det her nye museum er baseret på, at vi vil prøve at møde og prøve at åbne museet mere op, i forhold til at vi findes på toppen af det kulturhistoriske museum. Men også at vi bliver mere tydelige, synlige, aktive engagerede i de nærområder i Malmø på forskellige steder. Det kan være i centrum, det kan være på stationen eller hovedgaden, men det her med at flytte os mere ud, det er også en opgave, vi har, som vi arbejder rigtig meget på for at blive et mere levende museum. Samtidig har vi store udstillinger her på slottet, hvor vi bor, som vi også skaber på nye måder og med flere tilgange, mere repræsentation, og mere bredde i hvad vi viser. Det er en process, der har været undervejs en del år nu, som vi skruer videre på i forhold til, hvordan samfundet ser ud. Det går rigtig hurtigt, også diskursen om hvordan man

ALLE BØRN OG UNGE LEVER I
 EN FULDSTÆNDIG VISUELT OG
 BILLEDDOMINERET VERDEN, OG
 HVIS DER ER NOGET, VI VED
 NOGET OM, SÅ ER DET HVORDAN
 MAN LÆSER BILLEDER, OG
 HVORDAN MAN HAR TÆNKT
 BILLEDER TIDLIGERE.



kommunikerer repræsentation. Det er ikke så lang tid siden at repræsentation var, at nu viser vi flere kvindelige kunstnere, eller nu viser man kunst fra perioder, hvor man måske ikke har så mange highlights. I Malmø arbejder vi også med at være på fremkant med antiracisme. Vi er ved at lave et antiracistisk monument, hvor vi er med inde over, og laver forskellige typer af projekter i offentlige rum. Vi og Malmø Kunsthall og kulturforvaltningen har en stor opgave med at udvikle tilgangen til det offentlige rum, og hvordan kunsten er der. Vi havde en stor udstilling, der hed (In)visible i anledning af World Pride, der handlede om queerness og queering the collection og nye blik med queer perspektiv. Vi har en udstilling der åbner nu om romaer og deres smykke tradition, som perspektiverer vores egen smyksesamling og hvor vi åbner op for diskussion af, hvorfor vi har købt de ting til samlingen, som vi har købt og ikke har købt? Hvad er det for et kunstsyn, menneskesyn og et kultursyn, som har været i andre perioder? Hvordan kan vi nuancere vores blik på vores historie, på kunsten og på vores samtid? Det har vi som opgave, som vi allerede nu eksperimenterer med. Det skal vi gøre på en relevant og respektfuld måde og medtage ekspertise og kompetencer inden for de områder, så vi snarere er ramme om andre stemmer, end at vi skal forsøge at fortælle en masse ekstra historier, som vi ikke har været ramme for og haft på museet. At give et mangfoldigt blik på museet, men også give rum og plads til mange stemmer er enormt vigtigt. I en by som Malmø, hvor der er så mange kulturer og også er en ung by, hvor rigtig mange mennesker kommer til, er det vigtigt, at vi er til stede mange steder på mange måder uden at tro, at vi kan fortælle alle historier selv. Jeg tænker, at publikum kan blive meget mere aktive. Vi har som ambition, at vi skal lave satellittænkninger og se, hvordan vi kan vidensproducere på relevante måder, så det ikke bliver reproduktion af måder at se og tænke på.

Astrid: Hele denne her proces med dels at blive et mere åbent rum, skabe et nyt hus og nye arbejdsmetoder, hvad kræver den af dig som leder?

Kirse: Den kræver en lydhørhed, og den kræver at man er lidt tålmodig. Det at have de svære samtaler og dialoger er vigtigt. Vi skal gøre det på de rigtige måder, så at man er fleksibel og villig til at tænke om og tænke nyt. Det kan være både for mig som leder men også medarbejderne, der sidder med projekterne, at ting kan tage nye former, og vi skal have rum for det og være beredt på de ting for at kunne være relevante.

Astrid: Hvordan ser den proces ud indadtil?

Kirse: Vi er ikke så stor en institution, men vi har nogle medarbejdere, som arbejder mere med de her spørgsmål, som kan guide os, og så har vi taget rigtig meget ekspertise ind udefra. Vi arbejder for at vi skal være ramme og give plads til

VI KAN BRUGE HISTORIEN OG
KUNSTHISTORIEN OG DENNE
HER FANTASTISKE SAMLING
MEGET MERE AKTIVT. DET KAN
VI MED EN LILLE DEL NU, MEN VI
VIL KUNNE GØRE DET MEGET
MERE, OG DET VIL MAN GERNE
HAVE FRA POLITISK SIDE.

grupper og perspektiv som vi ikke selv har ekspertise indenfor. Flere medarbejdere har også uddannelser inden for LGBTQ+ spørgsmål eller rettighedsspørgsmål, mangfoldighedstænkning, og alle i kulturforvaltningens ledelse går lige nu - det er 56 chefer på forskellige niveauer - på et kursus om mangfoldighedsledelse, hvor vi får redskaber og et diskussionsforum, hvor vi kan arbejde med de her ting.

Astrid: Hvad håber du, det nye museum vil give til lokalsamfundet og til Malmø?

Kirse: Jeg håber, at det bliver et sted, hvor der kan komme rigtig mange, og hvor vi kan vise vores kunst, gøre historien aktuel og have fokus på kunstens potentiale og relevans i for samfundsudviklingen. Det er målet. Det er vigtigt, at man har mulighed for at gå på opdagelse i kunsten. Vi har primært hovedfokus fra 1500-tallet og frem, en kæmpe modernismesamling, vi har kunsthåndværk og design, og vi har en stor nordisk samling fra 80'erne og frem, og vi køber også en del kunst løbende. Det med at møde kunsten og møde meget af kunsten på forskellige måder og se, hvordan hele billedkunstens udvikling kan give rigtig meget til i dag. Så håber jeg, at vi kommer til at få et nyt museum, som også kan blive unikt for Malmø, som kan blive et interessant møderumskoncept, hvor det kan blive brugt på en holdbar måde. Det er vigtigt, at man tænker mange dimensioner ind i det nye museum fra starten.

TANKEN ER, AT VI SKAL
ARBEJDE MERE MED DENNE
HER BIBLIOTEKSTÆNKNING,
SOM HANDLER OM AT
EKSPERIMENTERE OG ÅBNE
OP FOR, HVORDAN VI SKABER
HISTORIEN SAMMEN.

Astrid: Når du kigger på hvordan verden ser ud i dag, hvad tænker du så er den største udfordring i forhold til at lave denne her udvikling og repositionering?

Kirse: De her måder som billedkunstverden, og også en del andre i kulturverden, er organiseret i forhold til hvordan vi viser kunst, fragter kunst i hele verden, fragter kunstnere rundt, hvordan den globale scene er blevet så dominerende, hvordan det er blevet forsvarligt at blive ved med at arbejde på den måde, det synes jeg er en stor udfordring. Samtidig kan man lære ekstremt meget, man kan bruge perspektiver fra kunst, der er lavet et andet sted, tanker fra et andet sted, og udveksling med andre blikke og perspektiver, så den er så ekstremt dobbelt. Denne her ambivalens er nok den største udfordring. Hvordan bliver man forsvarbar, som man ville sige i Sverige, hvordan man synes, at det man laver betyder noget, fordi man sætter så mange aftryk i verden, også miljømæssigt, og hvordan de måder, vi tænker på ikke bliver affirmative. Der kan nogle gange skulle flere forsøg til, for at man lykkes med nogle af tingene, så det må man også give sig selv rum og tålmodighed til og ikke bare give op. Man må lige fortsætte lidt og se, om man ikke kan ramme der, hvor man både er super holdbar helt ind i den fjerne fremtid og samtidig super relevant, dagsordenssættende og interessant nu og her.



Det starter i Thy, og det slutter i Thy, men lige nu oplever vi også at fællesskabet vokser, og det har vokset sig større end Thy. Det viser også hvor festivalen er på vej hen.

IBEN STUBGAARD



Lyt til
artiklen



Iben Stubgaard er fra Odense, og hun er uddannet i performancedesign og plan, by og process fra Roskilde Universitet. Før hun blev ansat på Alive, har hun arbejdet på andre festivaler, såsom STRØM festival og Heartland festival.

Alive Festival startede i 2009 i Thisted, Thy, hvor den udsprang af et ungdomsråd i byen. Dengang var det en lille græsrodsfestival for lokale gæster, men i dag har den vokset sig til en stor velkendt festival med et professionelt sekretariat og gæster fra de største danske byer. Derfor mente sekretariatet, at det var på tide med nye kræfter, og de ansatte Iben Stubgaard som ny leder. Festivalen er meget mere end musik og øl, den rummer også kunst og udflugter rundt i Thy, som planlægges med stærke lokale partnere.



Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

I THY KAN VI NOGET HELT SÆRLIGT

Mød Iben Stubgaard, som har været festivalleder for Alive Festival siden 2020, men endnu har til gode at producere en festival. Hun er den første leder af Alive Festival, der ikke kommer fra Thy, hvilket siger lidt om, hvor den lille græsrodsfestival langt mod nord er på vej hen. Der er nemlig høje ambitioner og mange gode idéer, som Iben Stubgaard nu har fået til opgave at hjælpe godt på vej. Til rådighed har hun demokratiske foreningsværdier, et stærkt frivilligkorps, professionalisme, samt en fascination af Thy og det kreative fællesskab.

Iben: Som kulturinteresseret så er Alive det her eksempel på en festival som har en helt speciel ånd. Selv uden at have været der særligt meget, så kender jeg den bare. Min vej ind til Alive har egentlig været rimeligt normal, som det plejer at være, man søger et job, man kommer til samtale osv., men det sjove i det er, at jeg er den første, man har ansat, der ikke er fra Thy, hvilket siger lidt om hvor det er, festivalen er på vej hen lige nu. På et tidspunkt er man begyndt at tænke over at udvide sin horisont, fordi vi begynder at favne lidt mere bredt, og derfor kunne de godt tænke sig nogle andre slags kræfter ind i denne her festival.

Astrid: Jeg er selv fra Thy, jeg gik i 1.G på Thisted Gymnasium, og da var jeg medlem af det, der hedder URT - Ungdomsrådet i Thy, som er det ungdomsråd, Alive udspringer af. Jeg var på Alive Festival første gang i 2010, som var festivalens 2. år, men jeg har ikke været der siden 2013. Hvad er jeg gået glip af siden da?

Iben: Du er gået glip af en festival der er vokset helt vildt, på mange parametre. Det har været meget småt, og nu er det pludselig blevet en decideret festival med tre programben, som er musik, kunst og udflugter. På den måde har den også ændret sig ved at organisationen er blevet mere organiseret. Den har været meget sådan 'vi gør bare det her', og den der sådan lidt fandenivoldskhed, som jo er super fed, til at den er blevet mere 'vi gør det her i nogle lidt mere demokratiske ledelses- og fællesskabsprocesser, fordi vi også er blevet så mange'. Lige nu har vi 80 helårsfrivillige, som på ugentlig basis

**SOM KULTURINTERESSERET SÅ
ER ALIVE DET HER EKSEMPEL
PÅ EN FESTIVAL SOM HAR EN
HELT SPECIEL ÅND.**

Rico Lund Hald



arbejder med festivalen. Det gør også, at man bliver nødt til at ændre arbejdsgangene til at blive mere organiseret i ledelsen.

Astrid: Formatet er også ændret, som du sagde, der er flere ben, der er udflugter, og der er kunst. Formatudviklingen sker hele tiden. Hvordan arbejder i med det?

VI HAR FÅET SKABT EN GOD STRUKTUR, HVOR DE FRIVILLIGE FØLER, AT DET OGSÅ ER DERES FESTIVAL, FOR DE HAR VÆRET MED TIL AT SKABE DEN.

Iben: Først og fremmest så er en enorm vigtig faktor i Alive alle de frivillige. Det er derfra, alle idéerne opstår, så at vi har fået udvidet vores program til kunst og udflugter, det kommer fra, at der har været nogle frivillige, der har fået gode idéer. Vores rolle i sekretariatet er at understøtte de gode idéer og hjælpe de frivillige i gang. Vi tager bare imod alle de input som de frivillige har, og så hjælper vi med at føre dem ud og finde fonde til det, så det faktisk kan lade sig gøre. Det er sket over tid. 'Udflugter' har heddet 'dagsprogram', kunst har der været en lille smule af, så det er først fra 2020, at vi brandede programmet til at hedde "musik, kunst og udflugter". Det har altid været der, men det er først nu,

vi har kræfterne i form af et sekretariat til at gøre det til programben. Det er også det, Alive udspringer af, at man gerne vil inspirere og udfordre festivalformatet. Det kommer meget naturligt fra de mennesker, vi er i organisationen, at vi hele tiden arbejder med hvordan vi kan tænke festivalformatet anderledes.

Astrid: Hvad er det for nogle frivillige, og hvordan får man dem til at arbejde frivilligt hele året rundt?

Iben: Vi arbejder meget målrettet med hele tiden at have en inddragende frivillighed, og det gør vi ved, at de frivillige har rigtig meget ansvar. Vi siger, at man går til Alive, ligesom man kan gå til fodbold. Det man går til, skal også være sjovt, så det skal være sjovt at gå til Alive. De frivillige er fordelt i 13 fagfællesskaber, vi kalder det divisioner, hvor de står for stort set det hele på festivalen. Det er alt fra kommunikation til planlægning af udflugter til bar, madboder, pladsen, toiletter, det er det hele. Vi har fået skabt en god struktur, hvor de frivillige føler, at det også er deres festival, for de har været med til at skabe den. Vi taler meget med vores frivillige, vi bruger meget krudt på at pleje dem og sørge for, de har det godt, sådan helt ned på et basalt niveau, og grunden til vi har denne organisering er, at vi gerne vil arbejde med kreativt iværksætteri. Det vil vi gerne give de mennesker med videre, vi vil gerne uddanne unge projektledere, vi vil gerne vise dem, at man i Thy også kan lave kultur på højt niveau, og vi vil gerne vise de unge mennesker, at i Thy kan vi noget helt særligt. Vi arbejder meget aktivt med frivillighed og hvordan vi sørger for, at det er på deres motivationspræmis frem for hvad vi i sekretariatet godt kunne tænke os. Når vi går i afvikling her om lidt så bygger festivalen sig selv, har jeg lyst til at sige. Det er så fedt. De frivillige ved præcis hvad de skal gøre, de har fuldstændig tjek på det, og det har de, fordi de bliver ledet på en måde, der motiverer dem.

FØRST OG FREMMEST SÅ ER EN ENORM VIGTIG FAKTOR I ALIVE ALLE DE FRIVILLIGE. DET ER DERFRA, ALLE IDÉERNE OPSTÅR, SÅ AT VI HAR FÅET UDVIDET VORES PROGRAM TIL KUNST OG UDFLUGTER, DET KOMMER FRA, AT DER HAR VÆRET NOGLE FRIVILLIGE, DER HAR FÅET GODE IDÉER.

Astrid: Er de fra Thy, eller kommer de fra hele landet?

Iben: Havde du spurgt for 3-4 år siden, havde de nok primært været fra Thy allesammen, men vi har oplevet, at der kommer mere interesse udefra. Folk kender festivalen, folk skriver og siger, at de gerne vil være en del af festivalen. Det er stadig ikke så mange, vi er måske på 10% af de 80 helårsfrivillige som ikke er fra Thy, men det er stadig en ret spændende udvikling, at der kommer interesse fra storbyerne, som også er dem, vi henvender os til udover Thyboer og eksil-Thyboer. Det starter i Thy, og det slutter i Thy, men lige nu oplever vi også at fællesskabet vokser, og det har vokset sig større end Thy. Det viser også hvor festivalen er på vej hen. Vi har også vores lokalforeninger, som vi har i Thisted, og

som vi har i København, Aalborg og Århus, og den lokalforening vi har i Thisted, er den hvor de første starter med at gå til Alive. Det er der hvor de lister sig ind og banker på, og så står vi bare med åbne arme. Når de har gået på gymnasiet og skal videre ud i verden, tager en uddannelse måske, i Århus eller København, så fastholder vi dem ved at sige 'du kan bare blive medlem af lokalforeningen, der hvor du skal hen, og så kan du fortsætte med at være frivillig i Alive'. Dem, der bliver eksil-Thyboer, dem tager vi med videre, og så tager vi dem også med hjem igen, når der så skal laves Alive. En lille note til det er også, at vi oplever, at eksil-Thyboer tager flere med. De går ud og er ambassadører for Thy, og så tager de 3-4 studievenner med, som også gerne vil være med, og på den måde så udvikler fællesskabet sig.

Astrid: På samme måde får I vel også meget publikum fra de store byer. Hvad er det så, de møder, når de kommer til Thy? Hvad er det for nogle udflugter og formater som er så unikke for området?

Iben: Vi siger, at vi vælger det allerbedste fra Thy og viser frem. Vi gør det på to måder. Vi ved, at vi har et publikum som kommer fra Thy, og vi ved, at vi har et publikum, som kommer til Thy for første gang. Så vi skal lave nogle udflugter, der kan have den lokale og den nye gæst. Måden vi gør det på er, at vi tager et velkendt sted, det kunne være Hanstholm, så laver vi en udflugt der. Så gør vi også noget som gør, at der for de lokale vil være noget nyt. Bl.a. er der åbnet en ny restaurant 'Restaurant Medvind' som vi naturligvis laver et samarbejde med, og så kan man komme ud og lave sin egen frokost. Det ville du nok ikke normalt kunne, som beboer i Thy, men det kan du, når der er Alive Festival. Vi prøver at kombinere noget velkendt med noget nyt, så det involverer begge parter. Sådan arbejder vi rigtig meget med vores udflugter. Vi viser Thy fra den bedste side og udfordrer festivalformatet og formatet for byen og gør det til en anderledes oplevelse af at være i Thy. Det er meget bevidst.

Astrid: Hvordan tager lokalsamfundet imod Alive, og dem, der kommer til Thy?

Iben: De tager rigtig godt imod det. Vi arbejder meget lokalt. Stort set alt hvad vi gør er med lokalt øjemed. Selvfølgelig har vi øl fra Thisted Bryghus, selvfølgelig er det nogle lokale partnere, der leveres forskellige varer, og det er lokale partnere, der er med på udflugter. Vi har lokale partnere i alt hvad vi kan. Det er vores tankegang. Det er i vores interesse, at festivalen er med til at brande Thy og skaber værdi for Thy. Ved at vi viser Thy frem for potentielle nye, så giver det de lokale noget igen i form af nogle nye, som normalt ikke ville være kommet hertil, men som kommer på grund af Alive. Der er også rigtig mange gode

VI VISER THY FRA DEN
BEDSTE SIDE OG UDFORDRER
FESTIVALFORMATET OG
FORMATET FOR BYEN OG
GØR DET TIL EN ANDERLEDES
OPLEVELSE AF AT VÆRE I
THY. DET ER MEGET BEVIDST.



erhvervsaktører, som det giver mening for os at arbejde med. Det er heller ikke så længe siden, SMK fik en afdeling i Thy, så der sker også nogle ting i Thy nu, som giver god mening for festivalen og omvendt. Selvfølgelig skal vi lave et samarbejde med SMK Thy, fordi vi har nogle af de samme værdier, vi vil gerne skabe kultur og vise Thy frem. Det er en af essenserne i Alive. Vi kalder os selv nogle gange et showroom for Thy, hvor de lokale erhvervsaktører kan få lov at få en lille stand inde. Det giver super god mening.

VI KALDER OS SELV NOGLE
GANGE ET SHOWROOM
FOR THY, HVOR DE LOKALE
ERHVERVSAKTØRER KAN
FÅ LOV AT FÅ EN LILLE
STAND INDE. DET GIVER
SUPER GOD MENING.

Astrid: Det giver mig lyst til at spørge om to ting. For det første siger du, at I vil godt være med til at lave kultur. På jeres hjemmeside står der også meget smukt: "Det handler om det øjeblik hvor kultur opstår". Det andet var det med at showcase og vise Thy og stedets ånd. Kan du tale om de to ting?

Iben: Jeg tror meget det er mødet. Altså mødet mellem Thy og resten af Danmark. Jeg ved ikke, om man skal kalde det et clash, men det her med at der kommer en masse mennesker fra storbyerne til Thy og møder Thy, det er det møde, vi synes er virkelig interessant. At vi kan lave noget, der både er interessant for folk i Thy og for storbyen. Vi kan lave et kulturmøde på den måde, noget som i princippet er for alle. Alle kan være med til det her, og det må de, og det skal de. Og vi vil også gerne blive endnu bedre til at tiltrække fra alle mulige steder, for det er det, formatet kan. Vi kan samle på ét sted.

Astrid: Og hvad er Thys ånd? Hvad er det, der er unikt og særligt ved stedet?

Iben: Det er det, som jeg endnu skal lære at prøve at forklare, fordi jeg er ikke vokset op der, men jeg har været der og mærket den. Det er faktisk utrolig svært at beskrive, men man kan bare mærke den. Det er en ånd af fællesskab og en kærlighed til egnen som er helt speciel, som jeg ikke har oplevet nogle andre steder. Heller ikke hvor jeg selv er fra, eller hvor jeg er nu. Det er kun i Thy, jeg har oplevet denne her kærlighed og lysten til at blive ved med at vende tilbage til der, hvor man kommer fra. Vores frivillige, der er fra Thy, bliver ved med at vende tilbage år for år. De kommer hjem, laver Alive Festival, tager tilbage til København eller hvorend de bor. De kommer hjem til Thy for at lave festival på grund af deres kærlighed til egnen. Det er meget fascinerende, og jeg tror, det kommer af det fællesskab, som man har formået at skabe omkring festivalen, også som gæst. Der er meget denne her intime atmosfære. Vi arbejder også med, at skulle festivalen vokse, så er det meget essentielt for os, at den bliver ved med at have denne her intime sfære af, at du godt lidt ved hvem alle er. Man kan lige få en sludder i baren med en Thybo - en Thybo og en Københavner, der møder hinanden. Det kan godt være, vi kommer forskellige steder fra, men lige her på Alive der er vi allesammen

- vi er ikke den samme - men vi er her for det samme, vi er i denne her ånd. Den er vildt svær at beskrive. Igen har jeg bare lyst til at sige, at man skal komme op og opleve det.

Astrid: Hvad kommer du så med som ny Thybo, eller ny festivalleder?

Iben: Jeg kommer med nogle professionelle værktøjer ind i det. Jeg har arbejdet rigtig meget med festivaler, og jeg har arbejdet rigtig meget med frivillige. Jeg kommer som den uddannede faglige person, men jeg kommer også med en fascination. Jeg prøver virkelig at give dem den respekt de fortjener og siger: "I er altså nået dertil, hvor I tiltrækker professionelle kandidatuddannede og københavnere til Thy. Det er sejt." Så jeg kommer ind og fortæller og viser de her folk, hvor fedt de gør det. Jeg er her bare for at hjælpe dem videre. De er allerede godt på vej, men jeg er her for at styrke organisationen rent professionelt. Det er ikke noget med, at Alive skal til at ændre sin organisering, det skal køre på præcis samme måde. Vi er meget stolte af vores struktur. Nogle vil mene, at det kan være ret besværligt at arbejde på denne her måde, og det kan det da også, men vi synes helt sikkert, det er den måde, der giver bedst mening at arbejde aktivt med frivillighed og fællesskaber og at uddanne folk til at blive kulturentreprenører, men også bare give dem nogle værktøjer til når de skal videre. Det er ikke fordi, at når man har været frivillig eller er frivillig på Alive, at man nødvendigvis bliver kulturentreprenør, man kan sagtens bruge det til en anden uddannelse eller noget andet i sit liv, det er slet ikke det. Organisationens har helt klart en ambition om at nå nye højder, nu hvor vi endelig kan komme tilbage. Den er klar til at flyve afsted, og det skal jeg hjælpe den med.

JEG VED IKKE, OM MAN SKAL
KALDE DET ET CLASH, MEN
DET HER MED AT DER KOMMER
EN MASSE MENNESKER FRA
STORBYERNE TIL THY OG
MØDER THY, DET ER DET
MØDE, VI SYNES ER VIRKELIG
INTERESSANT.

Astrid: Hvad er det næste, der skal ske for Alive?

Iben: Vi skal have endnu flere folk til Thy. Festivalen skal vokse i publikummer. Vi vil rigtig gerne vise Thy frem til flere, fordi det har vi plads til. Vores program lige nu og den måde vi gør det på og det, vi præsenterer, er så godt, så det vi mangler, det er flere mennesker. Det er en udvidelse af et i forvejen rigtig godt brand, der bare skal vokse sig større. Det er ikke fordi vi har en ambition om at festivalen skal blive kæmpe stor, men den skal vokse i gæster. Det kan vi godt, det er der potentiale for. Det er også noget af det, jeg arbejder med: Hvordan kan vi udbrede brandet omkring Alive? Hvordan når vi længere ud? Det skal ikke bare være København og Århus, nu skal vi simpelthen skubbe flere i vores retning, og det tror vi også på, vi kan.



Astrid: Hvad er den største udfordring i forhold til at vise Thy frem til Danmark og få flere til at engagere sig og komme til festivalen?

Iben: Der vil altid være mange udfordringer, og jeg tror, vi har sværest ved at kommunikere vores udflugter. Jeg tror på, at det er dem, der skal være med til at sælge festivalen fremover. Det er ikke en festival hvor du bare skal op og høre musik og drikke en masse øl. Det er en aktiv festival, og det tror jeg kan tiltrække et helt særligt publikum. Du kan komme op og blive underholdt hele dagen af forskellige ting. Du skal ikke stå og høre 20 koncerter hver dag, du skal måske høre 3, og før det har du været ude og surfe, og du har været ude at sanke med Thisted Bryghus, og før det har du kigget på en kunstinstitution, vi har lavet. Folk skal guides igennem hele Thy over tre dage. Vi skal op og igang. Du må godt have lidt tømmermænd, men vi sørger for, at dine tømmermænd bliver kureret ude ved Vesterhavet. Der bliver du blæst godt igennem, og så kommer du tilbage til festivalpladsen, og så er du klar til at høre noget musik og drikke nogle øl. Vi skal være bedre til at kommunikere vores program og hvad det kan tilbyde til gæsterne. Det tror jeg, er vores største udfordring: At få fortalt folk hvor unikt det her er. Det er nemt, når folk har været der, så forstår de det, og så kommer de igen. Men den med nye gæster, den er svær.

DET ER EN ÅND AF
FÆLLESSKAB OG EN
KÆRLIGHED TIL EGNEN SOM
ER HELT SPECIEL, SOM JEG
IKKE HAR OPLEVET NOGLE
ANDRE STEDER.

Astrid: Er der noget du selv har lyst til at sige her til sidst?

Iben: Jeg har lyst til at sige, at jeg kan blive ved med at snakke om denne her festival, fordi den er så interessant, og fordi den også taler ind i meget af det, der også foregår i Thy lige nu. Det er ikke kun Alive Festival, der blomstrer, det er hele Thy, og det er ikke kun vores fortjeneste. Vi kan mærke fællesskabet, at vi gør det her sammen. Jeg har ikke oplevet før på andre festivaler eller lignende at man støtter hinanden så meget og så gerne vil hinanden. Det er derfor, vi kan lave de her samarbejder, det er fordi folk vil hinanden, og de vil Thy. Jeg har lyst til at sige, at det er ikke nemt, men folk er meget samarbejdsvillige, de vil hinanden og folk vil Thy, det er super unikt for et område i Danmark. Det må jeg sige.



CLAUS KJELD JENSEN



Lyt til
artiklen



Claus Kjeld Jensen er ph.D i forhistorisk arkæologi og har de sidste 15 år været direktør for Vardemuseerne. Han er desuden formand for Organisationen Danske Museer og for NAPA, Nordens Institut i Grønland.

Vardemuseerne er en gruppe af museer i det yderste Vestjylland, hvor de driver 10 forskellige formidlingssteder, som er meget forskellige og har meget forskellige publikummer. Udover museerne driver de også en stor naturformidlingsenhed, hvor de har guidede ture i landskabet og en stor arkæologisk enhed, der laver udgravninger i landskabet.



MAN SKAL TAGE SIT PUBLIKUM ALVORLIGT

Man kan ikke tale om det nye museum FLUGT uden også at snakke om Tirpitz. Derfor skal du nu møde direktøren for begge museer, Claus Kjeld Jensen, som i løbet af arbejdet med Tirpitz gjorde sig erfaringer med at henvende sig til publikum på en måde, som tager publikum alvorligt. Museet FLUGT skal være for alle dem, der både er vant til at gå på museum og dem, der ikke er, for vi har nemlig alle noget at vinde ved at gå lidt mere på museum.

Astrid: For mig var det ret nyt, at der skulle komme det her FLUGT museum. Det er ikke mere end et par måneder siden, jeg opsnusede det, men jeg tænker, processen har været i gang længere end det, og det skal vi snakke om. Kan du ikke starte med at fortælle om The Big Why? Hvad skal vi med et flygtningemuseum - hvorfor er det ikke nogle historier, vi kan fortælle på allerede eksisterende museer?

Claus: Det kunne man i princippet også have gjort, men det er der ikke nogen, der gør. Der findes ikke noget museum i verden - mig bekendt - der er dedikeret til emnet flugt og flygtninge. Når vi har valgt at gøre det nu og i Oksbøl, så er der to grunde til det.

Danmarkshistoriens største flygtningelejr lå her i Oksbøl fra 1945-1949, og det er en historie, der også er ukendt for de fleste danskere. Der kom 250.000 tyske flygtninge til Danmark i løbet af tre måneder i 1945, og den største lejr lå i Oksbøl. Det er den historiske grund til at vi laver et museum i Oksbøl. Grunden til, at vi gør det nu, er, at spørgsmålet om flugt og flygtninge er endnu større i dag end i 1945. Vi har lige rundet 100 millioner mennesker på verdensplan, som enten er på flugt eller er internt fordrevne. Det er et emne, der i allerhøjeste grad er relevant at behandle på et museum, og hvis man skulle gøre det et sted i Danmark, var der næppe noget sted, det var mere oplagt at gøre det end i Oksbøl, hvor vi har sporene af denne her store lejr. Vi kan fortælle en helt dagsaktuel dramatisk historie i en historisk autentisk ramme.

VI BLIVER MOMBAREDERET
MED FAKE NEWS OG
EN FULDSTÆNDIG
FRAGMENTATION AF VERDEN,
OG DET SOM MUSEER KAN,
NÅR DE GØR SIG UMAGE, ER
AT FÅ VERDEN TIL AT HÆNGE
SAMMEN IGEN.

Rasmus Hjortsø



Så er der en grund, der ligger under det, hvorfor vi overhovedet arbejder med museer på Vardemuseerne. Det er en grundlæggende tro på, at museer er vigtige, og en tro på, at de aldrig har været mere vigtige i Danmarkshistorien, end de er lige nu, fordi som borger i det her land eller som borger i verden kan man meget nemt få det indtryk, at verden ikke hænger sammen. Vi bliver bombarderet med fake news og en fuldstændig fragmentation af verden, og det som museer kan, når de gør sig umage, er at få verden til at hænge sammen igen. Når man træder ind på et museum, kan man forstå, at der er en sammenhæng i verden, og jeg som gæst kan finde min plads. Vi ser på museerne som fysiske mødesteder, hvor man kan møde hinanden på tværs af alder og sociale status og i virkeligheden også nationalitet og personlige interesser. Man kan komme ind og møde hinanden og møde en masse emner, som man måske ikke kendte i forvejen, men som man kan blive beriget på.

Vi kommer til at skabe rammer for både foredrag og debatarrangementer og mini-folkemøder, hvor vi gerne vil invitere til at debattere det emne, som vi nu har lavet museum om.

VI KAN FORTÆLLE EN HELT
DAGSAKTUEL DRAMATISK
HISTORIE I EN HISTORISK
AUTENTISK RAMME.

Astrid: Og så har man bygget nyt - eller tilbygget nyt - ovenikøbet med BIG Bjarke Ingels Group, som er så store og verdenskendte. Hvilke overvejelser har der ligget i selve byggeriet?

Claus: Her trækker vi på nogle erfaringer, vi gjorde os, da vi byggede Tirpitz, som vi åbnede for 5 år siden, hvor det også var BIG, der stod for arkitekturen. Tirpitz blev i sin tid bygget til de folk, der aldrig går på museum. Vi ville gerne skabe et museum som tog gæsten alvorligt, også de gæster, der ikke normalt kommer på et museum, og der fandt vi ud af, at der er tre ting, der konstituerer den gode museumsoplevelse for vores gæster: Det ene er, at formidlingen tager gæsten alvorligt, at man laver en interessant, relevant, aktuel og vedkommende formidling til gæsten og taler i et sprog, som gæsten forstår og kan tage ind. Arkitekturen er det andet. At skabe et rum, som er rart at være i, som åbner dine sanser og dit sind for indtryk, som gør dit sind modtageligt for en fortælling. Det tredje element, som desværre stadigvæk bliver glemt mange steder, er værtskabet. Vores værter er uddannede og trænedes til at være gode værter, de sætter fokus på at byde gæsten velkommen og undervejs i besøget sørger de for, at gæsten har det godt, og når de går igen spørger de, om de har haft en god dag. Det er noget, museer ekstremt sent er kommet til at opfatte som en væsentlig del af museumsoplevelsen, men jeg garanterer for, at hvis værten var sur eller toilettet beskidt, så er det det, gæsten husker, når de går, og ikke hvor god formidlingen egentlig var.

AT SKABE ET RUM, SOM ER
RART AT VÆRE I, SOM ÅBNER
DINE SANSER FOR INDTRYK
OG DIT SIND, SOM GØR DIT
SIND MODTAGELIGT FOR EN
FORTÆLLING.

Den største del af museet FLUGT var oprindeligt bygget som hospital i den store flygtningelejr. De to store længer har vi sat i stand, så de nu er blevet til store rum, og det er BIG der har tegnet den ombygning, og så har de tegnet en uendelig smuk tilbygning, som er en foyer, og den er af BIG tænkt helt genialt. Når man kommer udefra, virker den helt lukket og utilnærmelig. De fleste føler sig måske overrasket over at møde sådan en lukket rustød væg, som bare har et hul, man kan gå ind i, men når man så træder ind i foyeren, så kommer man ind i noget, der minder om en katedral af lys og lyst fyrretræ - et virkelig smukt højloftet rum, hvor dagslyset strømmer ind. Kontrasten mellem det ydre og det indre er lavet helt bevidst for at have denne her fornemmelse af, at man træder ind i en verden, der er lukket, ligesom flygtningelejren i Oksbøl var med pigtrådshegn, men så snart man kommer ind, er det fuldt af lys og håb, som i virkeligheden er den følelse, vi gerne vil give vores gæster. Den overraskelse, man får rent fysisk, når man træder ind i det lyse rum, er med til at åbne gæsternes sind og gøre dem modtagelige for det, de nu skal videre på. Det nogle barske historier, vi fortæller, men vi tror på, at vi kan fortælle flere alvorlige og hårde historier ved at skabe smukke rum at fortælle dem i, og at vores gæster kan tage mere ind, når vi gør os umage med arkitekturen.



Astrid: Hvilke overvejelser og dilemmaer har der ligget i udformningen af museet?

Claus: Da vi begyndte at snakke om det her for 10-15 år siden, var det råd vi fik af stort set alle vores kolleger i museumsbranchen: Lad være! Lad være med at tage fat i et emne som det her, for man kan næsten ikke undgå at falde i en politisk grøft, hvor debatten er hård og uforsonlig. Vores holdning var så, at hvis det virkelig kunne afstedkomme så meget debat, hvis man synes det var så svært, så var der god grund til at gøre det, fordi det måtte jo betyde, at emnet var relevant.

Den store transformation af os som virksomhed skete i virkeligheden i arbejdet med Tirpitz, fordi den helt store forskel, Tirpitz har betydet for Vardemuseerne, er, at vi seriøst tog vores gæster alvorligt. Vi brugte to år på at interviewe dem, der ikke gik på museum for at høre hvad der skulle til, for at de kom. Det fokus på gæsterne og på målgruppen har været en kæmpe læring. Det betaler sig at tage gæsterne alvorligt, det giver flere besøgende og mere glade gæster, når man har gjort sig umage. Der er virkelig mange museumsudstillinger, der bliver lavet til mennesker med en akademisk humanistisk uddannelse, fordi vi gerne vil have ros fra vores kolleger. Da vi lavede Tirpitz, valgte vi at sige, at vi tager huggene fra vores kolleger, hvis bare vores gæster er glade. 95% af vores gæster elsker det og 5% hader det, men så længe fordelingen er sådan, og folk ikke er ligeglade, så er vi faktisk ret glade. Det var den læring, vi tog med, da vi skulle lave FLUGT - det værste der kunne ske var, at FLUGT blev et ligegyldigt museum. Ved siden af klimaudfordringerne så er flygtningespørgsmålet måske det største spørgsmål i verden lige nu. Samtidig ville vi gerne bygge et museum, som ikke var fyldt med tal og statistikker. Når vi hører om flugt og flygtninge i dag, så er det gerne noget med 100 tusinder eller millioner, altså det er store tal og ansigtsløse masser, som er skræmmende, men vi vil gerne fortælle, at der er mennesker bag de tal. Derfor er hele formidlingen i FLUGT baseret på personlige beretninger. Det at samle de personlige beretninger fra flygtninge eller folk, der tidligere har været flygtninge, det at få deres historie fortalt er en anden svær opgave, fordi hvordan gør man det på en måde, som er respektfuld over for dem, der deler deres historie, og hvordan sikrer man, at de bliver repræsenteret på en god måde, som de kan se sig selv i?

Noget andet er spørgsmålet om den offentlige debat omkring flygtninge - hvordan håndterer vi det? Det er et emne, der har stor politisk opmærksomhed og mange delte meninger. Hvordan fortæller vi denne her historie, sådan at vi ikke kun fortæller den ene side af historien? Det er frygteligt at være flygtninge, og det er et kæmpe problem for dem, der er på flugt lige nu, men det er også et stort problem at modtage flygtninge, hvis man er et modtagerland og skal modtage mange flygtninge. Hvordan formidler vi det? Der har vi i udstillingen fokuseret på

DET NOGLE BARSKE
HISTORIER, VI FORTÆLLER,
MEN VI TROR PÅ, AT VI KAN
FORTÆLLE FLERE ALVORLIGE
OG HÅRDE HISTORIER VED
AT SKABE SMUKKE RUM AT
FORTÆLLE DEM I.

at fortælle historien fra flere forskellige sider, så vi forhåbentlig har en nuanceret fremstilling af det. Så har vi givet mulighed for, at vores gæster kan give deres mening til kende. Vi har sat en stemmeboks op i udstillingen med en række spørgsmål, og så kan man hænge sine svar op uden på boksen bagefter, så andre gæster kan se.

DET AT SAMLE DE
PERSONLIGE BERETNINGER
FRA FLYGTNINGE ELLER FOLK,
DER TIDLIGERE HAR VÆRET
FLYGTNINGE, DET AT FÅ
DERES HISTORIE FORTALT ER
EN ANDEN SVÆR OPGAVE.

Et andet stort emne har været, hvor dramatisk og drabeligt vi skal vise billeder. Skal vi vise billeder af døde børn, der ligger i Middelhavet, og skal vi vise billeder fra 1945 fra Østfronten? Hvordan fortæller vi denne her historie sådan, at flest mulige tager den ind og ikke bare lukker øjnene for det?

Astrid: Når man laver et helt nyt museum, og når det er sådan et svært emne at tage op, hvad kræver det af dig som leder?

Claus: Det kræver først og fremmest en enorm naivitet og tro på, at det umulige kan lade sig gøre, og så selvfølgelig en klar vision om, hvad det her det skal blive til. Så kræver det, at man får sat et hold, som er det rigtige til at kunne løse de opgaver. Fra museets egne medarbejdere til arkitekter, udstillingsdesignere, folk der har bygget det, og jeg synes det har været helt fænomenalt at fornemme et engagement og en stolthed fra alle. En stolthed over at være med til at lave det her vigtige sted, at man har troet på, at det her er et sted, som betyder noget. Det

John Randeris



er afgørende vigtigt, at man kan være med til at skabe den tro på projektet, sådan at der er 300 mennesker, der virkelig har gjort en kæmpe indsats.

Astrid: Hvem er det så, der skal komme på museet, hvad skal de have ud af det, og hvilken rolle skal de selv spille i det?

Claus: Vi har stadigvæk lavet et museum, som også henvender sig til folk, som ikke normalt kommer på museum. Vi har brugt en del af de samme greb fra Tirpitz i at gøre det nemt. Lange tekster er fx noget af det mest ekskluderende for mennesker, der ikke normalt går på museum, og i øvrigt er det heller ikke så mange af de museumsvante, der faktisk læser teksterne. Vi har en forventning om, at der også kommer flere museumsvante her, til gengæld er det ikke for så små børn. Så tror vi, der kommer rigtig mange tyske gæster, for det er en stor tysk historie det her, og generelt tror vi, der kommer et meget voksent publikum hertil. Vi har en forventning om, at der kommer rigtig mange skoleklasser med ældre skoleelever, altså udskolings elever og ungdomsuddannelser, så derfor har vi forberedt faciliteter til undervisningen.

Vi forventer at de vil bidrage helt konkret til udstillingen med deres egne holdninger til emnet, at de får lyst til at tale med hinanden, når de er derude, og at de får lyst til at deltage i de arrangementer som vil være derude med foredrag, debatarrangementer og mini-folkemøder, hvor vi kan snakke demokrati, menneskerettigheder og flugtspørgsmål. Vi har nogle fine udendørsfaciliteter, hvor vi kan være op til 2.000 mennesker på en meget smuk og solrig plæne, plus at vi har indendørs faciliteter til undervisning og konferencer, så vi håber, at vores gæster vil komme og deltage livligt.

DET BETALER SIG AT TAGE
GÆSTERNE ALVORLIGT, DET
GIVER FLERE BESØGENDE OG
MERE GLADE GÆSTER, NÅR
MAN HAR GJORT SIG UMAGE.

Så håber vi, og det kan vi jo mærke, at flygtninge vil henvende sig, så vi kan blive ved med at samle historier, både de aktuelle som de ukrainske flygtninge og folk andre steder fra, men også mennesker, der måske har gemt på en flygtningehistorie tilbage fra 50'erne eller 60'erne eller 70'erne, som har brug for at komme af med den historie. Noget af det mest rørende fra indvielsesdagen var at se, hvor mange flygtninge, der meget generøst havde delt deres historier med museet, og hvordan de blev meget rørt over at se, at den historie, de havde gemt på - nogen siden 1945 - nu var blevet synlig for andre. Det at de følte, at deres historie var blevet en del af en offentlig historie på et museum det var virkelig rørende.

Astrid: Hvis vi kigger lidt fremad, hvad vil I gerne have ud af denne her proces, og hvor vil I gerne placere jer i museumslandskabet?

Claus: Vi håber, vi kan skabe et relevant museum, som bliver ved med at være relevant, som er et sted man søger hen til, og som bliver ved med at holde liv i en samtale omkring flugt og flygtninge, fordi vi tror på den demokratiske

John Randeris



samtale. Vi tror på, at det er vigtigt, at vi mødes og udveksler syn og synspunkter. Så håber vi helt generelt, at man vil se på Vardemuseerne som et sted, hvor gæsterne er velkomne, at det er et sted, man har lyst til at tage hen, fordi man bliver godt behandlet, og man fik noget ud af at bruge sine timer på et museum. Så håber jeg, at vi vil være med til at skubbe på det danske museumslandskab, så vi på museerne bliver stadig bedre til at tage vores gæster alvorligt, at vi bliver stadig bedre til at være relevante i vores samtid. Jeg tror på museums mangfoldighed, museerne skal for Guds skyld være forskellige, det er vigtigt, at vi fortæller historierne forskelligt, og vi henvender os til forskellige målgrupper og publikum. Vi skal blive ved med at tage vores gæster mere alvorligt. Jeg har en drøm om, at det skal være mere end 50% af danskerne der skal gå på museum, for jeg mener, vi er relevante for en langt større del.

VI HAR STADIGVÆK LAVET
ET MUSEUM, SOM OGSÅ
HENVENDER SIG TIL FOLK,
SOM IKKE NORMALT KOMMER
PÅ MUSEUM.

Astrid: Hvordan tager man sit publikum alvorligt?

Claus: Det gør man på flere forskellige måder, men helt grundlæggende skal man indse som museum, at det ikke er for kollegernes skyld, man gør det her, det er for nogle andres skyld. Det er godt at interessere sig for borgerne - hvad er det egentlig, de interesserer sig for, hvordan taler man til dem, hvordan

Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

rammer man dem, hvilke vinkler kunne være interessante? Der findes ingen museer, der rammer alle mennesker i verden, vi er forskellige, så jeg synes, der er noget klogt i at forsøge at sigte mod et bestemt publikum. Man skal gøre sig umage, man skal sørge for at lave museumsudstillinger, som er relevante i 2022, som ikke er museumsudstillinger, der ligeså godt kunne have været i lavet i 1985, men som er noget, der virkelig sætter noget på spil i dag, så vores gæster føler, at de får noget med sig, som de kan bruge i morgen.

NOGET AF DET MEST RØRENDE FRA INDVIELSESDAGEN VAR AT SE, HVOR MANGE FLYGTNINGE, DER MEGET GENERØST HAVDE DELT DERES HISTORIER MED MUSEET, OG HVORDAN DE BLEV MEGET RØRT OVER AT SE, AT DEN HISTORIE, DE HAVDE GEMT PÅ - NOGEN SIDEN 1945 - NU VAR BLEVET SYNLIG FOR ANDRE.

Astrid: Hvad er den største udfordring i forhold til at fortælle flygtninges historie i dag?

Claus: Der er flere. Den ene er selvfølgelig at blive ved med at være aktuel, altså blive ved med at samle historier ind. Vi må nok erkende, at den ukrainske flygtningestrøm ikke er den sidste, så hvordan bliver vi ved med at samle og formidle historier?

Det er også et stort emne i FLUGT, hvordan vi får skabt de rum til debatarrangementer og mini-folkemøder. Den del er en del af en løbende drift, hvor vi skal finde vores ben og vores rolle og finde ud af, hvad vi kan, og hvad kan vi trække af gæster. Det har vi gjort os en del tanker om, men vi kan først rigtig komme i gang, når vi ser hvordan gæsterne bevæger sig rundt i huset, og hvad huset egentlig kan.

En enkelt ting til sidst, det er en debat, der foregår lige nu i den danske museumsverden om at ændre på medarbejdersammensætningen. Det har vi også gjort de sidste 20 år, for vi har brug for andet end en humanistisk akademiker til at drive museet, vi har brug for nye fagligheder på museerne. Museerne har været under stor forandring, og det betyder, at der kommer nye faggrupper ind, og det er helt nødvendigt, at vi trækker folk ind, der kan håndtere gæsterne og forbedre deres oplevelse, og som har bedre forstand på en forretningsudvikling og den økonomiske side, hvilket man ikke lærer noget om i historieundervisning eller arkæologistudiet. Den samlede gæsteoplevelse har krævet og kræver stadig nye medarbejdergrupper på museet, og det er en stor forandringsproces, som måske er den allerstørste hurdle. Der kommer behov for andre personalegrupper, som vi ikke har haft før, og det er vigtigt at indse det.



SIGNE LOPDRUP



Lyt til
artiklen



Signe Lopdrup har været direktør for Roskilde Festival Gruppen, som bl.a. laver Roskilde Festival, siden 2012.

Før da var hun direktør for Copenhagen Jazz Festival. Desuden sidder hun med i en række bestyrelser, bl.a. for Dreyers Fond, Rytmask Musikkonservatorium, Statens Museum for Kunst, Golden Days mm.

For Roskilde Gruppen er **Roskilde Festival** den største aktivitet, men derudover har de også en rådgivnings- og udlejningsvirksomhed, hvor de bidrager til andres arrangementsudvikling. De sætter deres fagligheder i spil uden for Roskilde Festival ved at udvikle andre typer af events og aktiviteter, bl.a. Roskilde Festival Højskole.

Festivalen startede som en velgørende begivenhed i 1971, hvor det blev udviklet af to gymnasieelever, som blev bakket op af både Roskilde Kommune og det øvrige lokalsamfund.



Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirse Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

FRIVILLIGT ENGAGEMENT, ENTREPRENØRSKAB OG VILDE DRØMME

Mød Signe Lopdrup, direktør for Roskilde Festival, Nordeuropas største festival samt almennyttig forening. Festivalen bygger på idéer om velgørenhed og fællesskaber, som springer ud af 1970'ernes sociale bevægelser, og samtidig spejder den ud i fremtiden for at give unge en platform for at skabe en bedre verden. Hvordan organiserer man så stor en festival, når den i så høj grad er baseret på frivillighed? Og hvor står festivalen lige nu efter en coronapræget '50 års' jubilæum?

Signe: Roskilde Festival er opstået på baggrund af en vild idé som to gymnasieelever fik. Det var to gymnasieelever, som gik på et lokalt gymnasium i Roskilde, som havde været engageret politisk og arrangeret en del forskellige mindre events på deres gymnasium for at samle ind til højere formål. De var meget engagerede i borgerretsbevægelsen og den kamp, der var for ligestilling og lige ret på det tidspunkt. Derudover havde den ene været udstationeret og boet med sine forældre på vestkysten i USA og oplevet nogle af de store samlinger af især unge mennesker, som udløb af ungdomsbevægelsen tilbage i 70'erne, så da han kom hjem igen sagde han til sin ven, "Kunne det ikke være sjovt hvis vi prøvede at lave en musikfestival?" Det gik de to i gang med, og det er dem, der stod bag den første begivenhed.

Det kom ret meget bag på dem, hvor mange mennesker, der kom, så den var ikke ligefrem dimensioneret eller gennemtænkt til, at der faktisk kom op imod 10.000. Der var mange ting, som kunne være gået bedre for dem, men det interessante var den opbakning, der var, både fra de unge, der kom, men også og selvom der var store udfordringer med alt fra affald og mad og alt muligt andet, en meget stærk lokal opbakning. Der var en lokal fond, der gik ind og bakkede dem op, da det var en økonomisk katastrofe. Den fond, som hedder Roskildefonden, er faktisk den, som Roskilde Festival stadigvæk er forankret i. Nu er det blevet til en almennyttig forening, og ligesom de to unge dengang arrangerede begivenheden som en indsamlingsbegivenhed, hvor de ville understøtte Angela Davis' frihedskamp, så er vi stadig en indsamlingsvirksomhed og en almennyttig forening, der har til formål og styrke og udvikle muligheder for børn og unge. Når vi afholder Roskilde Festival, så gør vi det for at samle

HVIS MAN SKAL SIGE NOGET
OM EN IDENTITET, DER
ER UDSPRUNGET AF DEN
BEGYNDELSE, VI HAR HAFT,
SÅ ER DET UNGE, SOM SER
MULIGHEDER FOR AT GØRE ET
FORSKEL SAMMEN.



Kristin Luhaers



ind til vores formål, og vi uddeler 100% af vores overskud. Hvis man skal sige noget om en identitet der er udsprunget af den begyndelse, vi har haft, så er det unge, som ser muligheder for at gøre en forskel sammen. Det er en begivenhed, der stadigvæk hviler på et fundament af frivilligt engagement, entreprenørskab og vilde drømme om at skabe en bedre verden.

Astrid: Hvilke dialoger vil I gerne have med jeres publikum, og hvordan kommer det til udtryk?

Signe: Unge står og kigger ind i fremtiden, så vi skal pejle fremtiden, og det betyder, at vi skal være dygtige til at mærke og se hvad det er for nogle agendaer, tendenser og væsentlige spørgsmål, som optager unge i dag. Vi er optagede af både at få den viden og den fornemmelse, når vi laver festival, dvs. være i dialog med vores publikum, mens vi er samlet i vores festivalfællesskab på pladsen, men vi er også optagede af at give unge en stærk platform og forstærke unges stemmer i vores samfund.

Astrid: Når koncerterne starter så er der de her videoer om ansvarlig druk, og jeg ved, der har været tiltag i år med armbånd for overgreb. Ligger der også et element af noget opdragelse?

Signe: Det er svært at bruge et begreb som opdragelse. Jeg synes, at der påhviler en et ansvar,

VI ER OPTAGEDE AF
AT UDVIKLE VORES
ORGANISERING SÅDAN, AT
MAN HAR MULIGHED FOR AT
VÆRE MED, OGSÅ SELVOM
MAN MÅSKE HAR NOGLE
SÆRLIGE BEHOV.

når man samler så mange mennesker, også når vi mødes omkring at feste og fejre frirummet. Man skal huske, at Roskilde Festival er en by, det er ikke et kulturarrangement, man indløser billet til og går ind og ser en forestilling og går hjem igen. Man bor og lever sammen i 8 dage i byen Roskilde Festival, og derfor har vi et særligt ansvar for at sikre, at vi har gode og trygge kulturer og rammer i vores by, og derfor er vi optagede af at starte de samtaler, som er væsentlige i forhold til at sikre, at vores deltagere har mulighed for at tage ansvar for det fællesskab og det frirum, de er en del af.

UNGE STÅR OG KIGGER IND I FREMTIDEN, SÅ VI SKAL PEJLE FREMTIDEN, OG DET BETYDER, AT VI SKAL VÆRE DYGTIGE TIL AT MÆRKE OG SE HVAD DET ER FOR NOGLE AGENDAER, TENDENSER OG VÆSENTLIGE SPØRGSMÅL, SOM OPTAGER UNGE I DAG.

Astrid: Når det står på, er Roskilde Festival i praksis en af Danmarks største byer, langt hen ad vejen drevet af frivillighed. Kan du fortælle lidt om, hvordan I arbejder og organiserer det frivilligkorps?

Signe: Vi er ca 2.000 ildsjæle, som laver Roskilde Festival året rundt. Vi har en organisering, hvor vi på det højeste ledelsesniveau har frivillige ildsjæle med i ledelsesteams for de forskellige funktionsområder, og så organiserer vi via foreningen Roskilde Festival 10.000 frivillige derudover. Vi har også næsten 20.000 frivillige som er organiseret via vores samarbejdspartnere, som er andre foreninger. Derfor kan man sige, at vores organisering er bundet op omkring 5 funktionsområder, som har både frivillige og ansatte i deres ledelsesteams, som samarbejder omkring rekruttering og udvikling af deres organiseringer og med tilknyttede foreninger som samarbejdspartnere på forskellige typer af opgaveløsning. Vi er en harmonikaorganisation, hvor vi gennem hele året er et sted mellem 1500 og 2000, og så udvider vi os helt kolossalt når festivalen er i afvikling, hvor vi engagerer de mange. Det væsentlige er, at Roskilde Festival hviler på et fundament af frivillighed, og at frivilligheden er en del af DNA'et og hele forudsætningen for at vi fornyer os og udvikler os som vi gør. Frivillighed handler om engagement og at skabe noget, der giver mening, og derfor har vi en utrolig stærk udviklingsmotor i Roskilde Festival, fordi vi ikke bliver satte i vores organisering, og vores engagement er baseret på midlertidighed og foranderlighed og skal dermed tænkes forfra hvert år.

Astrid: Hvad kræver det af dig som direktør at have denne her type af organisation med så mange frivillige?

Signe: Det er en særlig måde at arbejde på forstået på den måde, at når vi udvikler vores begivenhed og vores organisation, så handler det mest om at give muligheden for, at man kan være med. Hvis man arbejder med en ansat organisation, så er man meget lean i forhold til ressourceforbrug osv., men der ser vi vores arbejde sådan, at vi skaber muligheder med vores måde at drive organisationen på. Vi er optagede



af at udvikle vores organisering sådan, at man har mulighed for at være med, også selvom man måske har nogle særlige behov. Vi bruger vores proces og det at lave og drive vores arbejde hen imod vores begivenhed som en del af vores almennyttige virke. Vi løfter opgaver, det kan fx være at give rum for psykisk sårbare unge til at være med og få oplevelser af at lykkes sammen med andre og skabe noget på vores platform, eller det kan være at inkludere nogle fællesskaber, som ikke normalt er en del af Roskilde Festival som fx kunne være minoritetsetniske unge, som vi traditionelt ikke har været en kulturbegivenhed for. Der har vi en meget stor styrke i, at man ikke bare kan købe en billet og være med, men at man sådan set også kan være medskabende af festivalen og løfte særlige opgaver og blive en del af vores begivenhed via fællesskaber, man i forvejen er en del af. Det vel mest prægnante ved vores metode er, at vores måde at organisere og løfte denne her begivenhed sammen også er en del af vores almennyttige virke og den måde, vi gør en forskel i verden på.

Astrid: Roskilde Festival udsprang af nogle gymnasieelevers idé tilbage i 70'erne, og nu er det blevet denne her kæmpe store velorganiserede og velgørende organisation, som hele tiden genopfinder sig selv. Hvor står I som festival lige nu?

Signe: Vi står i en helt særlig situation, hvor vi har gennemgået den største krise, festivalen nogensinde har været i. Coronanedlukningerne har en ekstra dimension, når hele DNA'et i vores måde at arbejde på er at samle mennesker i fællesskaber omkring at gøre en forskel. Det at vi ikke har kunnet samles har været et virkelig hårdt slag, og det trods alt at forsøge at holde samling på organisationen har været et kæmpe arbejde de sidste tre år. Det er to festivalsaflysninger, men det er tre år, vi ikke har kunnet være rigtig aktive og kunne samle folk om at gøre det, de allerhelst vil gøre sammen. Vi skal huske, at det også har været en særlig festival på den måde, at det først var i februar, at vi for alvor kunne skifte gear. Det var ikke før det, at vi var afklarede med vores kompensationsordninger, og der var stadigvæk nedlukninger i Danmark i januar. På den måde har denne her festival været helt særlig og været en festival, som vi har arbejdet på længe men dog kun teoretisk, og nu skulle vi så udkomme på meget kort tid, hvor vi skulle kapacitetsopbygge hele vores organisation igen. Vores ildsjæle har vi kunnet tage med os hele vejen, hvilket har været en kæmpe styrke, men vi har haft svært ved at rekruttere de sidste op til festivalen, så vi har været færre end vi plejer. Noget af det skyldes, at det største kit i en frivillig organisation som vores er fællesskaberne - også de små fællesskaber - og rigtig meget rekruttering foregår ved, at frivillige anbefaler andre at komme med, derfor betyder det noget, at man har været sat på pause i tre år.

Vi er lykkedes med endelig at få lavet vore Roskilde Festival nr. 50, og det er gået på alle mulige måder utrolig godt, og vi er lykkedes med at lave en festival, som

DET VEL MEST PRÆGNANTE
VED VORES METODE
ER, AT VORES MÅDE AT
ORGANISERE OG LØFTE
DENNE HER BEGIVENHED
SAMMEN OGSÅ ER EN DEL AF
VORES ALMENNYTTIGE VIRKE
OG DEN MÅDE VI GØR EN
FORSKEL I VERDEN PÅ.

Rasmus Kongsgaard



er aktuel, og som var til tiden. På trods af nedlukninger, på trods af at vi har haft programindhold, som vi har taget med os helt tilbage fra 2020, så har vi formået at programlægge og reaktivere vores scener og platforme med nyt indhold, som har mødt sin tid. Det kan godt være, vi har været på pause, men verden har ikke været det. Tiden er gået, selvom vi ikke har kunnet mødes. Derfor har det været vigtigt for os at pejle dagsordner, som er væsentlige og som optager den unge generation, som var på festival nu, og det er i den grad klodens fremtid og klima, som også optager os som organisation nærmest mere end noget andet. Hele vores formål er at arbejde med unges muligheder, og det, at der er en planet til dem er vel den væsentligste opgave, vi som organisation kan give os selv at tage ansvar for. En ting er, at vi selv gør alt hvad vi kan for at minimere vores aftryk, når vi laver festival, men noget andet er også, hvordan vi kan inspirere unge til at tage et klimamæssigt ansvar.

DET ER 2 FESTIVALSAFLYSNINGER,
 MEN DET ER TRE ÅR VI IKKE HAR
 KUNNET VÆRE RIGTIG AKTIVE OG
 KUNNE SAMLE FOLK OM AT GØRE
 DET, DE ALLERHELEST VIL GØRE
 SAMMEN.

Vi kommer lige ud af en verdenskrise, og så røg Europa ind i en meget alvorlig ny krise, det har vi også været meget optagede af. Hvordan kan vi understøtte samtaler omkring menneskerettigheder og solidaritet i vores samfund? Vi har også formået at få ukrainske kunstnere på vores scener og det ukrainske ungdomshus på vores debatplatforme. Det er helt væsentligt for os, at vi møder de unge, der hvor de faktisk samler sig i nye bevægelser og er optagede af, hvordan vi skaber en bedre verden i fremtiden.

Indhold
Anne-Louise Sommer
Anna Malzer
Karen Grøn
Kristian Krog
Marie Østergaard
Ulrik Ørum-Petersen
Mette Wolf
Julie Rokkjær Birch
Kirise Junge Stevnsborg
Iben Stubgaard
Claus Kjeld Jensen
Signe Lopdrup

Så har vi oplevet en festival, hvor man godt har kunnet mærke, at man har savnet fællesskaberne. Vi synes, der er blevet taget et større ansvar for fællesskaberne både i forhold til oprydning osv. fra vores deltageres side, men også i forhold til hvordan man er sammen, og vi har faktisk oplevet en mere fredelig og mere kærlig festival end nogensinde. Vi oplever faktisk, at vi står over for en form for paradigmeskifte, hvor unge tager et andet ansvar og siger fra over for noget af det, de har oplevet som misbrug af ressourcer, og vi oplever, at de er mere inkluderende, mere sociale, og optagede af at give rum til flere forskellige i deres fællesskaber, det er virkelig positivt.

Astrid: Hvad er det næste, der skal ske for Roskilde Festival?

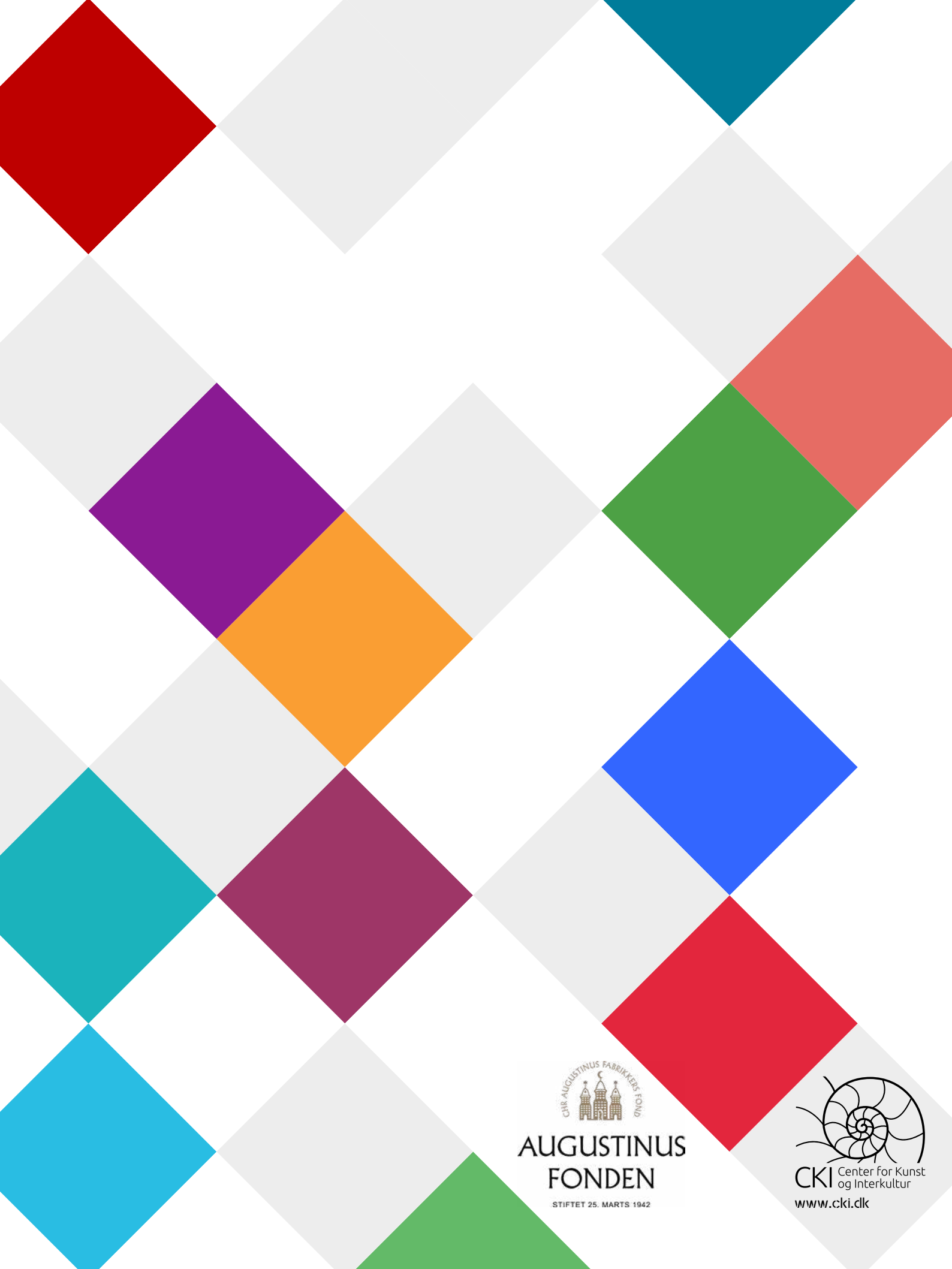
Signe: Når vi kigger ind i fremtiden, så vil det stadig fylde rigtig meget, hvordan vi kan arbejde med at sætte et mindre negativt aftryk, når vi laver festival, hvordan vi kan få vores deltagere til at gå med os der, og hvordan vi kan udvikle vores fællesskaber til at rumme flere og være mere mangfoldige, end de er i dag. Vi vil blive ved med at pejle fremtiden og så forhåbentlig lave et program, hvor vi stimulerer det nysgerrige - at man vil blive ved med at tage på Roskilde Festival, når man vil opleve det, man ikke vidste, at man allerede elskede.

Astrid: Hvad ser du som den største udfordring for at blive ved med at udvikle sig som organisation og som festival?

Signe: Vi taler om internt, hvordan vi understøtter unges engagement og også hvordan vi som organisation rummer unges engagement og møder unge i deres engagement som organisation for at sikre vores frivillighed fremadrettet. Vi ser nogle tendenser, som ikke er nye og som ikke bare er fra i år, men vi synes, det er spændende, at unge samler sig som de gør i nogle bevægelser omkring nogle særlige emner, som optager dem. Vi er optagede af som organisation at kunne møde det på en spændende måde, forstået sådan, at vi jo generelt hører om civilsamfund, at det er sværere at engagere frivillige gennem mange år, end det har været historisk set. Vi tror, at det er fordi vi som frivillige organisationer skal møde de unge anderledes i deres engagement, og det kunne fx være, at man var tydeligere på den forskel, man gør sammen. Vi kigger på, om man i stedet for at engagere sig ned i en bestemt rolle med et bestemt antal timer og en bestemt organisatorisk placering i højere grad kunne engagere sig omkring sager eller dagsordner, hvor man kan lægge sit engagement på mange forskellige måder i organisationen.

VI TROR, AT DET ER
FORDI VI SOM FRIVILLIGE
ORGANISATIONER SKAL
MØDE DE UNGE ANDERLEDES I
DERES ENGAGEMENT, OG DET
KUNNE FX VÆRE, AT MAN VAR
TYDELIGERE PÅ DEN FORSKEL,
MAN GØR SAMMEN.





**AUGUSTINUS
FONDEN**

STIFTET 25. MARTS 1942



CKI Center for Kunst
og Interkultur

www.cki.dk