



AFSENDT MED

E-post 21/4-06 9:18

Folketingets Kulturudvalg
Christiansborg
1240 København K

Kulturministeren
Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70
Fax : 33 91 33 88
E-mail : min@kum.dk
Web : www.kum.dk

21 APR. 2006

Udredning om museernes formidling

Formidlingsudvalget, der blev nedsat i april 2005 som opfølgning på aftale på kulturområdet om finansloven for 2005 og på punktet "Adgang til vores kulturarv" i regeringsgrundlaget "Nye mål" fra februar 2005, har afsluttet sit arbejde.

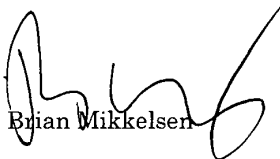
Til Kulturudvalgets orientering fremsendes hermed i 5 eksemplarer Udredning om museernes formidling af kulturarven.

Udredningen er i øjeblikket ved at blive trykt, og Kulturudvalget modtager naturligvis de trykte eksemplarer, når de foreligger.

Jeg vil gerne drøfte udredningen med udvalget på det møde i Kulturministeriet, der er planlagt den 26. april 2006 kl. 9-10 (om egnsteater).

Jeg kan i øvrigt oplyse, at jeg deltager i Kulturarvsstyrelsens årlige museumsmøde mandag den 24. april, hvor jeg vil komme ind på hovedindholdet af udredningen samt mine foreløbige overvejelser over, hvilke indsatsområder der kan prioriteres ved udmåntningen af puljen på 40,5 mio. kr. fra 2007.

Med venlig hilsen



Brian Mikkelsen

UDREDNING OM MUSEERNES FORMIDLING

Udvalgets indledning	4
1 Baggrunden for Formidlingsudvalgets arbejde	7
1.1 Det politiske grundlag for Formidlingsudvalgets arbejde	7
1.2 Udvalgets kommissorium	7
1.3 Udvalgets sammensætning	8
1.4 Afgrænsning af udredningens område	9
1.5 Museums- og formidlingsbegrebet	10
1.6 Museumsloven	11
2 Oversigt over udvalgets anbefalinger	13
Kapitel 3: Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes besøgende	13
Kapitel 4: Udvalgets anbefalinger om entré og gratis adgang	14
Kapitel 5: Udvalgets anbefalinger vedrørende udvikling af museernes udstillinger og andre formidlingsaktiviteter	14
Kapitel 6: Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes digitale formidlingsformer på internettet ...	16
Kapitel 7: Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museer og undervisning	16
Kapitel 8: Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museernes tilgængelighed	17
3 Museernes besøgende	19
3.1 Museernes besøgstal 1960-2004	19
3.1.1 Udviklingen i besøgstallet for forskellige museums-kategorier	20
3.1.2 Besøgstal uden for museerne	23
3.1.3 Besøgstal og geografi	23
3.1.4 Det enkelte museums geografiske besøgsprofil	25
3.1.5 Udvalgets drøftelser vedrørende udviklingen i museernes besøgstal	25
3.2 Hvem kommer på museerne	26
3.2.1 Kulturvaneundersøgelsen	26
3.2.2 Børn og unge på museum	28
3.3 Museernes publikumsundersøgelser	29
3.3.1 Udvalgets drøftelser af museernes publikumsundersøgelser	30
3.4 Hvem kommer ikke på museerne?	31
3.4.1 Erfaringer med ikke-brugere	31
3.4.2 Udvalgets drøftelser vedrørende ikke-brugere	33
3.5 Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes besøgende	33
4 Entré og gratis adgang	35
4.1 Baggrund og gældende ordning	35
4.2 Museernes entréindtægter og billetpriser	35
4.2.1 Rabatordninger for børn	37
4.2.2 Rabatordninger for andre grupper	38
4.3 Udvalgets drøftelser af argumenter for og imod gratis adgang på museer	38
4.4 Erfaringer med gratis adgang	39
4.4.1 Danske erfaringer med gratis adgang på museer	39
4.4.2 Udenlandske erfaringer med gratis adgang på museer	41
4.5 Indførelse af gratis adgang for børn og unge	42
4.5.1 Regeringens politik	42

4.5.2 Udvalgets overvejelser	42
4.6 Yderligere gratis adgang?.....	43
4.6.1 Regeringens politik.....	43
4.6.2 Udvalgets overvejelser.....	43
4.7 Udvalgets anbefalinger om entré og gratis adgang	43
5 Udvikling af museernes udstillinger og andre formidlingsaktiviteter	44
5.1 Museumsformidlingens funktion.....	44
5.1.1 Udvalgets drøftelser af formidlingens funktion	45
5.2 Museumsformidlingens mangfoldighed.....	46
5.2.1 Udvalgets drøftelser af formidlingens mangfoldighed.....	48
5.3 Koordinering af museernes formidling	48
5.3.1 Formidlingssamarbejde – lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.....	49
5.3.2 Samarbejde med andre offentlige institutioner og det private erhvervsliv	51
5.3.3 Udvalgets drøftelser af museernes koordinering og samarbejde	52
5.4 Inddragelse af brugergrupper.....	52
5.4.1 Brugere som medproducenter	52
5.4.2 Brugerens feedback som værktøj	53
5.4.3 Udenlandske erfaringer med fælles initiativer vedrørende museernes brugere	54
5.4.4 Udvalgets drøftelser af brugerinddragelse.....	55
5.5 Strategier for at nå nye og underrepræsenterede brugergrupper.....	56
5.5.1 Strategier over for unge	58
5.5.2 Strategier over for ikke-brugere blandt etniske minoriteter.....	60
5.5.3 Strategier over for andre med særlige behov.....	61
5.5.4 Udvalgets drøftelser af strategier for at nå nye og underrepræsenterede brugergrupper.....	62
5.6 Udstillingsmediet og formidlingens virkning	63
5.6.1 Blockbustere – de mest besøgte udstillinger.....	65
5.6.2 Udvalgets drøftelser af formidlingens virkning	66
5.7 Kvalificering af museernes formidling	67
5.7.1 Udvalgets drøftelser af museernes kvalificering af formidlingen	68
5.8 Formidlingsstrategier.....	69
5.8.1 Udvalgets drøftelser af formidlingsstrategier	70
5.9 Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes udstillinger og andre formidlingsaktiviteter.....	70
6 Digitale formidlingsformer på internettet.....	73
6.1 Internettet og cybermuseumologi	73
6.2 Digital formidling med Kulturministeriet som aktør	74
6.3 Eksempler på digitale formidlings- og udstillingsformer	75
6.4 Nye tendenser i digital museumsformidling	78
6.5 Hvad hæmmer museernes digitale formidling?	80
6.6 Udvalgets drøftelser af digitale formidlings- og udstillingsformer.....	81
6.7 Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes digitale formidling	82
7 Museer og undervisning	84
7.1 Undervisningstilbud på museer.....	85
7.1.1 Udenlandske erfaringer	85
7.1.2 Skoletjenesten på Sjælland.....	87
7.1.3 Undervisning på de statslige museer	88
7.1.4 Undervisning på statsanerkendte museer	89

7.1.5 Udvalgets drøftelser af museernes undervisningstilbud.....	90
7.2 Adgang til museernes digitale undervisningsressurser	91
7.2.1 Udvalgets drøftelser af museernes digitale undervisningsressurser	93
7.3 Skolers transport til museer	94
7.4 Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museer og undervisning	94
8 Museernes tilgængelighed	96
8.1 Museernes åbningstider	96
8.1.1 Mandagsåbent.....	97
8.1.2 Aftenåbent.....	97
8.1.3 Udvalgets drøftelser af museernes åbningstider.....	98
8.2 Museernes digitale tilgængelighed.....	99
8.2.1 Museernes hjemmesider.....	100
8.2.2 Samarbejdsprojekter om digital tilgængelighed.....	102
8.2.3 De nationale databaser for museerne.....	104
8.2.4 Udvalgets drøftelser af museernes digitale tilgængelighed.....	105
8.2.5 Teknisk tilgængelighed.....	106
8.2.6 Udvalgets drøftelser af teknisk tilgængelighed.....	107
8.3 Museernes markedsføring	107
8.3.1 Festivaler og fælles markedsføring	108
8.3.2 Udvalgets drøftelser af museernes markedsføring.....	109
8.4 Museernes informations- og serviceniveau	110
8.4.1 Udvalgets drøftelser af museernes informations- og serviceniveau	111
8.5 Tilgængelighed for fysisk handicappede	111
8.5.1 Udvalgets drøftelser af tilgængelighed for fysisk handicappede	113
8.6 Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museernes tilgængelighed	114
Bilag 1 Museernes økonomi.....	115
1.1 De statsanerkendte museers økonomi i 2003	116
1.2 Statslige museers samlede regnskab for 2003	118
1.3 Museernes egenindtjening.....	120
1.4 Ikke-offentlige tilskud til museumsvirksomhed	122
1.5 Indtægter for museer i andre lande.....	125
1.6 Udvalgets drøftelser af museernes økonomi	126

Udvalgets indledning

Denne rapport hviler på et udvalgssamarbejde mellem repræsentanter fra både kunstmuseer, kulturhistoriske museer og naturhistoriske museer. Den afspejler således allerede heri en mangfoldighed og kompleksitet i museumskulturen, som den intetsteds ønsker at se bort fra. At Danmark har et rigt museumsliv beroende på individuelle forskelle og lokale særtræk, er hævet over enhver tvivl, og de generelle anbefalinger, som udvalget i det følgende fremkommer med, har ikke til hensigt at ensrette, men udelukkende at tilbyde det brogede museale felt yderligere professionalisering, selvrefleksion og selvkritik med fokus på den formidling, der bringer institutionerne i berigende kontakt med sine brugere.

Ikke desto mindre siger det sig selv, at når rapporten overhovedet foreligger, skyldes det, at der kan være god grund til en øget selvbesindelse i museumslivet, herunder mobilisering af vilje til forandring i en række af de sammenhænge, som rapporten tydeliggør. Rapporten hviler således på den fundamentale præmis, at museer – betegnelsen til trods – ikke bør være uforanderlige bevaringssteder, men levende formidlingsammenhænge, hvor der også lyttes til de ændringer i modtagergruppernes forventninger, som tiden afføder.

Det styrende synspunkt for udvalgets analyser, kortlægninger og perspektivering har været en mere fundamental overvejelse over det ændrede dannelsesbegreb, som er blevet synligt gennem de sidste år. Dannelsesbegrebet er intimt forbundet med det formidlingsbegreb, som udvalget er sat til at udrede, og har, kort fortalt, ændret sig fra at være et monologisk begreb, hvor de museale eksperter hælder viden ud over deres uforberedte publikum, til at være et dialogisk eller interaktivt formidlingsbegreb, hvor det i højere grad handler om at deltage i en fælles erkendelsesproces. Hvorvidt der er tale om et regulært paradigmeskift, er af mindre betydning, så længe man reelt anerkender, at den museale formidling i dag i højere grad end tidligere må anskues i dette lys af fælles projekt mellem publikum og museum.

Et dannelsesbegreb eller formidlingsbegreb, der forskyder vægten fra den monologiske autoritet til dialogen med publikum, involverer overvejelser over kommunikationens kvaliteter. Fra et traditionelt, autoritært synspunkt kan man tale sit eget sprog uden at tænke på modtageren, medens en mere modtagerorienteret formidling uvægerligt må inddrage overvejelser over, hvorledes man når sine målgrupper. Målgruppen for det klassiske dannelsesbegreb betød i praksis konkret udelukkelse af en række befolkningsgrupper, som på forhånd var afskåret fra at indgå i det kommunikative fællesskab, som kulturinstitutionen etablerede i kraft af sin formidlingsmåde – primært på grund af manglende uddannelse.

Et nyt dannelsesbegreb tager således i højere grad udgangspunkt i forskellige befolkningsgruppers forskellige forudsætninger – ud fra det etiske synspunkt, at museet ikke alene har ansvaret for de mennesker, der besøger det, men også for dem, der ikke gør det. Det kan synes at være en voldsomt inkluderende forpligtelse og skal da også hovedsageligt forstås som en slags styrende ide for arbejdet i kulturinstitutionerne – en

ide, som skal sikre initiativer, der bringer museet og dets formidlingsformer i kontakt med andre end de allerede indviede. En konsekvens heraf er blandt andet, at man nemt kan forestille sig formidlingsformer, som ophæver den klassiske modsætning mellem oplevelse og vidensformidling, ganske enkelt fordi en ny internetbaseret kultur har sat nye normer for videnstilegnelse og oplevelse og forholdet herimellem.

Når udvalget overhovedet finder det væsentligt at udvide museernes formidlingsstrategier til at kunne omfatte flere og andre grupper end de allerede interesserede, og når udvalget tillige har brugt tid på den museale praksis og kravene til denne i en kulturanalytisk samtidsdiagnose, skyldes det naturligvis, at udvalget finder, at museerne stadig har en uhyre vigtig rolle at spille i den kulturelle udveksling og erkendelsesproduktion, som samfundet ikke bør være foruden.

Der ligger tanker om den enkelte borgers delagtighed og ansvar for samfundets kulturelle produktion og selvrefleksion bag udvalgets arbejde, tanker, som ikke fastsætter specifikke formidlingsmetoder, men bare fastholder feltet som væsentligt. Det er således heller ikke kærligheden til museer som sådan, der har drevet udvalgets arbejde, så meget som nødvendigheden af at insistere på den komplekse læring – sansning, erindring, refleksion, kritik – som museumsinstitutionen i vort samfund repræsenterer.

Læring er altid læring på en baggrund af forudsætninger. Der er meget, der taler for, at publikums forudsætninger har ændret sig over årene – og det kan efter udvalgets mening ikke være meningen, at museer, mere eller mindre nostalgisk, skal bortse herfra. Omvendt kan det heller ikke være meningen, at museerne skal lefle for allerede etablerede kulturvaner. Der er i museerne en kompetence og et engagement, som, hvis det bruges rigtigt, kan nå folk, hvor de er, og samtidig lægge noget til. Denne dobbelthed må være ethvert museums formidlingsideal.

Vi ser i disse år voldsomme mønsterændringer i eksempelvis den unge generations forudsætninger. Referencernes antal vokser drastisk i kraft af den informationsøgning, som internettet tilbyder. Der er ingen tvivl om, at dette forhold rummer nye udfordringer for museernes formidling. Det placerer dem i nye sammenhænge, hvor begreber som originalitet og autenticitet skal holdes op mod informationsteknologiens endeløse disponibilitet, men det er samtidig også chancen for museerne til at gøre en forskel i forhold til andre former for vidensformidling. Den forskel kan dog ikke opnås, hvis ikke museerne er fuldt ud bevidste om og opdaterede, hvad angår samtidens videnskulturelle, herunder sociale, struktur. For det er denne viden, der kan medvirke til, at museerne både kan definere og løse deres opgave i den differentierede virkelighed, som de er en del af.

Udvalget har efter bedste evne og erfaring forsøgt at spejle museernes formidlingsmæssige praksis og perspektiver i den aktuelle situation. Alene den ambition kan kaldes ny, idet det ikke længere gælder om at overlevere etablerede sandheder fra den museale institution til en undrende, videbegærlig eller modvillig offentlighed så meget som at søge medspillere til erkendelsesprocesser, der fremmer forståelsen af ligheder og forskelle mellem mennesker, generationer og epoker i samfundets historie.

Der er to væsentlige parametre, museerne kan bruge som pejlemærker for deres formidling: den sociale kompleksitet, der kendetegner deres bruger- og for så vidt også deres ikke-bruger-grupper, og den globale kompleksitet, som de internationalt orienterede museer gør opmærksom på med deres udstillings- og samlingspraksis. Begge dele er af afgørende betydning for et dansk museumsvesen, der ønsker at gøre os klogere på hinanden og på verden.

De anbefalinger, rapporten rummer, er tænkt som punkter, der kan stimulere dansk museumsliv til at påtage sig en forpligtelse over for det samtidige, hvad enten man arbejder med det ældste eller det yngste. De kan i medfør heraf heller ikke undgå at afspejle udvalgets egen samtidighedsfølelse, hvilket bør ses ikke som en begrænsning, men som et vidnesbyrd om det engagement i hele museumsinstitutionen, som samtlige af udvalgets medlemmer deler.

Peter Bavnhøj
Tinna Damgård-Sørensen
Lene Floris
Morten Hahn-Pedersen
Allis Helleland

Steen Hvass
Ane Hejlskov Larsen
Steen Kyed (formand)
Carsten U. Larsen
Jacob Salvig

Jette Sandahl
Jens Erik Sørensen
Poul Erik Tøjner
Poul Vestergaard

Marts 2006

1 Baggrunden for Formidlingsudvalgets arbejde

Kulturministeriet udgav i 2003 Udredning om bevaring af kulturarven. Udredningen blev fulgt op af en langsigtet kulturbevaringsplan med en finansiering på 40 mio. kr. årligt.

Med en langsigtet plan for bevaring af kulturarven er det næste naturlige skridt at sikre, at formidlingen af kulturarven sker på så inspirerende og vedkommende vis, at en stadig større del af befolkningen får interesse for museernes tilbud.

Museumsstatistik viser, at det samlede besøgstal på landets museer stagnerede i midten af 1990'erne på trods af nye institutioner på museumsområdet. Denne udvikling har så vidt vides ikke været genstand for en nærmere analyse og diskussion af årsagen. Stagnationen er dog i sig selv et væsentligt argument for at undersøge både museernes formidlingspraksis og befolkningens brug af museerne.

1.1 Det politiske grundlag for Formidlingsudvalgets arbejde

I forbindelse med indgåelse af aftale på kulturområdet om finansloven for 2005¹ blev det besluttet, at der skulle iværksættes et udredningsarbejde med henblik på at belyse museernes formidlingsindsats mv.

I regeringsgrundlaget "Nye mål" fra februar 2005 blev det under punktet "Adgang til vores kulturarv" fremhævet, at "regeringen vil styrke danskernes kendskab til den fælles kulturarv. Det skal ske ved fri entré til Nationalmuseet og Statens Museum for Kunsts permanente samlinger, gratis adgang til alle museer for børn og unge, forbedrede åbningstider og tilgængelighed, støtte til bedre formidling og attraktive udstillinger samt nyttiggørelse af museernes viden om kulturarven i undervisningsammenhæng."

Gratis adgang til de permanente samlinger på Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst samt for børn og unge på de statsanerkendte og øvrige statslige museer er gennemført med virkning fra 1. januar 2006 ved henholdsvis vedtagelse af finansloven for 2006 og ændring af museumsloven.

Som opfølgning på punktet "Adgang til vores kulturarv" i regeringsgrundlaget "Nye mål" fra februar 2005 nedsatte kulturministeren i april 2005 Formidlingsudvalget. Formålet med udvalget var at øge fokus på, hvordan formidlingen af kulturarven, herunder museernes samlinger, kan styrkes og dermed fremme en større brug af museernes tilbud.

1.2 Udvalgets kommissorium

¹ Aftalen blev indgået mellem regeringen (Venstre og Det Konservative Folkeparti), Dansk Folkeparti, Socialistisk Folkeparti, Det Radikale Venstre og Kristendemokraterne – og efterfølgende tiltrådt af Socialdemokraterne og Enhedslisten.

Udvalgets opgaver er at belyse forskellige aspekter af museernes formidlingsindsats, og hvordan der kan ske en styrkelse af formidlingen af kulturarven. Udvalget skal i henhold til kommissoriet kortlægge nuværende forhold og viden på området, herunder:

1. Udviklingen i antal besøgende

- Belyse sammensætningen af de besøgende
- Fordeling på faste samlinger og særudstillinger

2. Tilgængelighed

- Åbningstider
- Barrierer for besøg, herunder handicapforanstaltninger

3. Formidling

- Udstillingsindhold og -formers betydning for antal besøgende
- Erfaringer med nye udstillingskoncepter
- Anvendelse af it og internet mv. til formidling på og uden for museerne
- Nyttiggørelse af museernes viden om kulturarven i undervisningssammenhæng
- Forslag til centrale (Kulturarvsstyrelsen) og decentrale (museer) initiativer til styrkelse af formidlingen

4. Museernes økonomi

- Kortlægning af museernes økonomi, herunder fordelingen mellem tilskud og egenindtjening
- Erfaringer med indtjeningsmuligheder
- Entréindtægternes omfang og betydning for museernes økonomi
- Nationalmuseets og Statens Museum for Kunsts entréindtægter fra de permanente samlinger

5. Udenlandske erfaringer

- Erfaringer vedrørende udvalgte museers egenindtjening
- Erfaringer med indtjeningsmuligheder
- Erfaringer med forskellige udstillings- og formidlingsformer
- Erfaringer med centrale og decentrale initiativer til forbedret formidling.

Analysen skal belyse tværgående problemstillinger og undersøge, om der er behov for styrket koordinering, fælles udvikling eller forskning, samt fremkomme med anbefalinger i forhold til forbedringer af museernes formidlingsindsats mv.

1.3 Udvalgets sammensætning

- Direktør Peter Bavnhøj, Dansk Landbrugsmuseum

- Fuldmægtig Birgitte Bjørnbak, Finansministeriet. Afløst af fuldmægtig Merete Rønmos Nielsen den 15. august 2005. Afløst af fuldmægtig Hanne Petersen den 6. februar 2006.
- Direktør Tinna Damgård-Sørensen, Vikingeskibsmuseet
- Museumsleder Lene Floris, leder af Holbæk Museum og formand for Organisationen Danske Museer
- Direktør Morten Hahn-Pedersen, Fiskeri- og Søfartsmuseet
- Direktør Allis Helleland, Statens Museum for Kunst
- Direktør Steen Hvass, Kulturarvsstyrelsen
- Lektor i museologi, mag.art. Ane Hejlskov Larsen, Center for museologi, Aarhus Universitet
- Afdelingschef Steen Kyed, Kulturministeriet (formand)
- Direktør Carsten U. Larsen, Nationalmuseet
- Direktør Jacob Salvig, Naturama
- Direktør Jette Sandahl, Världskulturmuseet i Göteborg
- Direktør Jens Erik Sørensen, ARoS Aarhus Kunstmuseum
- Direktør Poul Erik Tøjner, Louisiana
- Poul Vestergaard, leder af Skoletjenesten på Sjælland

Udvalget har holdt 7 møder.

Sekretariatsfunktionen har været varetaget af:

- Kontorchef Frank Rechendorff Møller, Kulturarvsstyrelsen
- Museumskonsulent Hanne Larsen, Kulturarvsstyrelsen
- Fuldmægtig Hanne Palsøe, Kulturministeriet. Afløst af fuldmægtig Malene Sthyr, Kulturministeriet, den 22. juni 2005.
- Kontorchef Niels-Jørgen Nielsen, Kulturministeriet

1.4 Afgrænsning af udredningens område

I regeringsgrundlaget er det museernes virksomhed, som omtales i forbindelse med målsætningen om, at regeringen vil styrke danskernes kendskab til den fælles kulturarv. I kommissoriet for udredningsarbejdet er det også museernes virksomhed, der er i fokus, og det fremgår, at udredningen primært skal tage udgangspunkt i statslige og statsstøttede museer.

Udredningsarbejdet har således primært været koncentreret om formidlingsindsatsen på de museer, der hører under Kulturministeriets budgetmæssige ressort. Kulturministeriet stiller i øvrigt Formidlingsudvalgets overvejelser og anbefalinger til rådighed for såvel andre ministerier som andre aktører på formidlingsområdet til inspiration.

Der kan endvidere være grund til at præcisere, at dette arbejdsgrundlag betyder, at udvalget ikke har beskæftiget sig med institutioner på kulturformidlingsområdet, der ikke har samlinger – og således ikke er omfattet af museumsbegrebet. Det drejer sig fx

om "videnspædagogiske aktivitetscentre", der er omfattet af en støtteordning under Undervisningsministeriet (fx Lejre Forsøgscenter og Experimentarium).

1.5 Museums- og formidlingsbegrebet

Det bestemmes i museumsloven, at museerne har 5 hovedopgaver: indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling. Formidlingsudvalget har fået til opgave at fokusere på én af disse opgaver, nemlig formidling. Formidlingsudvalget forudsætter i denne forbindelse, at de øvrige opgaver varetages i overensstemmelse med lovens krav, men udvalget konstaterer, at varetagelsen af de enkelte forpligtelser kan variere fra museum til museum.

Der er i udvalget enighed om, at der er en indbygget sammenhæng mellem de forskellige museumsfunktioner, således at for eksempel forskning er et fundament og en forudsætning for museets formidling. Med andre ord arbejder Formidlingsudvalget i denne henseende med det traditionelle museumsbegreb.

Formidlingsudvalget anvender imidlertid et alsidigt og rummeligt formidlingsbegreb, forstået således, at formidlingen ikke er begrænset til de aktiviteter, der foregår inde på museerne. For eksempel omfattes formidlingen af den faste kulturarv i kulturlandskabet, af naturhistorien i naturen og af kunsten i det offentlige rum gennem byvandring, besøg ved arkæologiske udgravninger, busture, publikationer, rundvisninger via håndholdte computere, foldere og foredrag "på stedet" også af det formidlingsbegreb, som udvalget har arbejdet med.

Formidlingsudvalget konstaterer, at der i Danmark er en mangfoldig museumsverden. Der er således en stor forskel med hensyn til museernes virksomhed, det økonomiske grundlag, samlinger og den tradition, de udspringer af. Dette er af stor betydning for udvalgets overvejelser og anbefalinger. Udvalgets forslag må således ses i lyset heraf, og en opfølgning af de konkrete forslag må tilpasses de enkelte museers særlige forudsætninger.

Museumsloven arbejder med 3 museumskategorier:

- de kulturhistoriske museer
- kunstmuseerne
- de naturhistoriske museer.

Det bemærkes, at der er nogle museer, der funktionsmæssigt går på tværs og således dækker to museumskategorier. Fra 1. januar 2006 er der et eksempel på et museum, der integrerer alle tre museumskategorier².

Udvalget har konstateret, at museernes forskellighed har konsekvenser, for så vidt angår formidlingsproblemstillinger som for eksempel publikumsoplevelsen og omfanget af kravet til iscenesættelse og formidling af værker/genstande.

² Museum Sønderjylland, der er en fusion af en række museer i regionen.

Denne forskellighed bør naturligvis ikke udelukke et tæt samarbejde mellem forskellige museums-kategorier, hvor dette er relevant, med hensyn til formidling, forskning m.v.. I denne forbindelse har udvalget – hvor der er fundet relevant – generelt lagt vægt på at anbefale det størst mulige samarbejde på tværs af museerne.

Formidling er et område, der er præget af en stadig udvikling. Den teknologiske udvikling og befolkningens efterspørgsel efter tidssvarende, fængende formidling ændrer sig hele tiden. Dette medfører, at der efter udvalgets opfattelse vil være et behov for fortsat at holde fokus på udviklingen på området med henblik på en løbende tilpasning af aktiviteterne til nye behov.

1.6 Museumsloven

Museumsloven³ med tilhørende bekendtgørelser sætter de lovgivningsmæssige rammer for virksomheden på de statsligt finansierede og de statsstøttede museer i Danmark. Den bevillingsmæssige ramme sættes af de årlige finanslove.

Lovens formål er at fremme museernes virksomhed og samarbejde med henblik på at sikre Danmarks kultur- og naturarv samt adgang til og viden om denne og dens samspil med verden omkring os. Museumsloven beskriver som nævnt tre kategorier af museer: de kulturhistoriske museer, kunstmuseerne og de naturhistoriske museer. Der er i loven udpeget et hovedmuseum for hvert område: Nationalmuseet er hovedmuseum på det kulturhistoriske område, Statens Museum for Kunst, er hovedmuseum for billedkunst og Statens Naturhistoriske Museum⁴ udfører hovedmuseumsopgaven inden for det naturhistoriske område. De statslige hovedmuseer yder museumsfaglig bistand til de øvrige statslige og statsanerkendte museer.

Der sondres mellem statslige og statsanerkendte museer. De statslige museer hører direkte under et ministerium (Kulturministeriet) og har deres bevilling på finansloven⁵.

Herudover kan kulturministeren – efter en faglig bedømmelse foretaget af Kulturarvsstyrelsen – statsanerkende et museum som tilskudsberettiget efter museumsloven, med henblik på at museet kan indgå med et ansvarsområde i det landsdækkende museums-samarbejde⁶. Der er i museumslovens § 14 oplyst en række vilkår, som et museum skal opfylde for at opnå og bevare tilskud efter museumsloven. Der er som udgangspunkt tale om tilskud efter den almindelige tilskudsordning i lovens § 15. Herudover kan

³ Lov nr. 473 af 7. juni 2001, ændret ved lov nr. 145 af 25. marts 2002, lov nr. 393 af 28. maj 2003, lov nr. 1213 af 27. december 2003, lov nr. 454 af 9. juni 2004, lov nr. 562 af 24. juni 2005 og lov nr. 1403 af 21. december 2005.

⁴ Museet består af Zoologisk Museum, Geologisk Museum, Botanisk Museum og Botanisk Have under Københavns Universitet. Museet hører ressortmæssigt under Ministeriet for Videnskab, Udvikling og Teknologi.

⁵ Der er følgende statslige museer under Kulturministeriet: Nationalmuseet, Statens Museum for Kunst, Ordrupgaardssamlingen, Den Hirschsprungske Samling, Dansk Jagt- og Skovbrugsmuseum, Dansk Landbrugsmuseum og Danmarks Forsvarshistoriske Museum.

⁶ En liste over statsanerkendte museer kan ses på Kulturarvsstyrelsens hjemmeside:
http://www.kulturarv.dk/kulturarv/danskemuseer/statsanerkendte_museer/index.jsp.

kulturministeren efter lovens § 16 yde et særligt driftstilskud til statsanerkendte museer, som udfører en virksomhed af særlig betydning, herunder i forbindelse med varetagelse af et museumsfagligt speciale. Godkendelse til at modtage et særligt driftstilskud efter § 16 forudsætter en faglig bedømmelse og indstilling fra Kulturarvsstyrelsen.

Endelig bemærkes det, at kulturministeren kan fravige tilskudsbestemmelserne i museumslovens §§ 15 og 16 i forbindelse med indgåelse af regionale kulturaftaler⁷.

⁷ Fra 1. januar 2007 betegnes disse aftaler som kulturaftaler med kommuner mv. som konsekvens af kommunalreformen.

2 Oversigt over udvalgets anbefalinger

Dette kapitel indeholder en oversigt over alle Formidlingsudvalgets anbefalinger. Anbefalingerne er oplyst i overensstemmelse med de enkelte kapitlers indhold og disposition. Der er således ikke tale om en prioriteret rækkefølge.

Formidlingsudvalgets anbefalinger fordeler sig med anbefalinger, der ikke kræver yderligere finansiering (for eksempel skærpet opmærksomhed på visse forhold samt tiltag, der bør indeholdes i museernes eksisterende, almindelige drift) og anbefalinger, der vil kunne danne grundlag for støttetiltag af forskellig karakter. Der kan blive tale om følgende støtteformer:

- Støtte til drift af institutioner af såvel permanent som midlertidig karakter.
- Skiftende puljer med særligt fokus på udvalgte formidlingsmæssige indsatsområder i de kommende år.
- Støtte til overordnede tværgående projekter.

En række anbefalinger er rettet til Kulturarvsstyrelsen. Dette er ikke nødvendigvis udtryk for, at styrelsen skal være det udførende organ. Det kan også være et udtryk for, at styrelsen udpeges som den ansvarlige myndighed (tovholder), for at et projekt gennemføres eventuelt i et andet regi.

Kapitel 3: Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes besøgende

Formidlingsudvalget har drøftet udviklingen i museernes besøgstal, forskellige befolkningsgruppers kulturvaner og sammensætningen af museernes brugere og ikke-brugere samt kvaliteten af de data om museernes brugere og ikke-brugere, der aktuelt er til rådighed. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 3, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen udarbejder et grundlag for en systematisk og differentieret publikumsstatistik, således at der kan tilvejebringes data, der kan bruges til nærmere analyser af besøgsudviklingen på forskellige grupper af museer.
- Kulturarvsstyrelsen foretager en særlig analyse af udviklingen i besøgstal og formidlingspraksis på de naturhistoriske museer, som kan danne grundlag for udarbejdelse af en strategi for en styrkelse af disse museers fremtidige formidling.
- Kulturarvsstyrelsen tager initiativ til at etablere grundlaget for publikumsundersøgelser på danske museer efter inspiration blandt andet fra det hollandske Museum-Monitor. Finansieringen af dette initiativ kan ske med bidrag fra såvel den ministerielle pulje til formidlingsinitiativer som med mindre (abonnements)bidrag fra museerne selv.

- Museerne etablerer et større kendskab til, hvilke grupper af befolkningen, der ikke besøger museerne. Desuden bør det undersøges, hvilke barrierer der gør sig gældende for ikke-brugere af danske museer. Kulturarvsstyrelsen bør tage et centralt initiativ til at udvikle en undersøgelsesmetode, som kan systematisere disse oplysninger til brug for hele museumsnetværket, men som også kan bruges af det enkelte museum til udvikling af strategier for at tiltrække særligt prioriterede publikumsgrupper på museet.

Kapitel 4: Udvalgets anbefalinger om entré og gratis adgang

Formidlingsudvalget har drøftet forhold vedrørende museernes entréindtægter og billetpriser samt spørgsmålet om gratis adgang til museer. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 4, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Aldersgrænsen for gratis adgang for børn og unge sættes til 18 år, svarende til myndighedsalderen.
- Kulturarvsstyrelsen følger udviklingen på de statsanerkendte museer, jf. lovovervågning af effekten af lovændringen på det statsanerkendte område, og tillige sammen med Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst vurderer følgerne af den ordning, der er indført for disse to museer.
- Kulturarvsstyrelsen følger andre danske initiativer og den internationale udvikling med gratis adgang.

Kapitel 5: Udvalgets anbefalinger vedrørende udvikling af museernes udstillinger og andre formidlingsaktiviteter

Formidlingsudvalget har drøftet forhold vedrørende museumsformidlingens funktion, virkning og mangfoldighed. Udvalget har desuden gjort sig overvejelser om kvalificering og udvikling af formidlingen – blandt andet ved inddragelse af brugergrupper – og formidlingsstrategier – dette for at museerne kan nå nye og underrepræsenterede brugergrupper. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 5, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Der bør - i et samarbejde mellem Kulturarvsstyrelsen og museerne - ske en højere grad af dokumentation af museernes forskellige forsøg eller initiativer med brugerinddragelse, så der kan sikres udveksling af erfaringer om brugerinddragelse mellem museerne. Internationale erfaringer og udviklinger af perspektiverne ved brugerinddragelse bør også inddrages.
- Der ydes tilskud til museernes udvikling af udstillingsmediet i dialog med brugerne. Her kan redskaber til brugerfeedback og forsøg med brugere som medproducenter

give ny viden og inspiration til museernes formidlingsvirksomhed. Der bør ske en systematisk dokumentation og vidensdeling af de iværksatte projekter.

- Der gives mulighed for at yde tilskud til museer, som - med udgangspunkt i analyser af ikke-brugere – eksperimenterer med at etablere nye typer museumstilbud, som kan tiltrække og engagere nye publikumsgrupper.
- Museerne fortsat udvikler tilbud og indretter udstillinger m.v., der retter sig mod brugergrupper med behov for særlige indretninger og hjælpemidler for at kunne opleve museumsudstillinger og museernes formidling i øvrigt.
- Der etableres et centralt udviklingsinitiativ i Kulturarvsstyrelsen for museernes formidling, der virker for udvikling af moderne museumsformidling og sikrer, at internationale erfaringer udbredes til de statslige og statsanerkendte museer i Danmark.
- Der ydes tilskud til undersøgelser af, hvad publikum oplever ved et museumsbesøg. Det gælder både besøg i udstillinger, digitale museumsbesøg og deltagelse i øvrige formidlingsaktiviteter på museet samt uden for museets mure.
- Der ydes tilskud til nye og eksperimenterende udstillingsformer og formidlingsprojekter. Tilskuddene forudsætter, at der sker en sammentænkning af forskellige digitale og fysiske formidlingsformer, samt at der sker en dokumentation af såvel det støttede formidlingsprojekt som projektets virkning og modtagelse hos museumspublikummet.
- Der ydes tilskud til de største museers udstillingsarbejde på internationalt niveau. Sådanne udstillinger, som hviler på en stor og krævende faglig indsats, ofte med kontakter til store museer i andre lande, og som tiltrækker et meget stort publikum (blockbusters), vurderes at have en afsmittende effekt på publikumsinteressen for museumsbesøg generelt.
- Der sikres et udbud af kurser, som kan kvalificere museumsformidlingen og give øgede formidlingskompetencer til museernes formidlingspersonale. Dette kan ske ved at yde støtte til særlige uddannelsesinitiativer, gerne etableret i samarbejde mellem universiteter, Museumshøjskolen og øvrige relevante uddannelsesinstitutioner fx de kunstneriske uddannelser på Kulturministeriets område.
- Forskning i museumsformidling styrkes blandt andet ved etablering af ph.d.-forløb i samarbejde mellem museer og universiteter, som kan øge den forskningsbaserede viden om museumsformidling til nytte for udviklingen af den konkrete museumsformidling.

Kapitel 6: Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes digitale formidlingsformer på internettet

Formidlingsudvalget har drøftet nye tendenser i digital museumsformidling, og hvordan man kan imødegå de forhold, der hæmmer udviklingen af museernes digitale formidling. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 6, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Der afsættes midler til at fremme udviklingen af den digitale museumsformidling, så museerne i højere grad kan eksperimentere med mediets særlige muligheder i kraft af internettets karakter af hypermedie, dets muligheder for at samle flere medier (multimedie) og dets muligheder for interaktivitet.
- Der ydes tilskud til at gennemføre samarbejdsprojekter om digital formidling, så det bliver mere overkommeligt for mindre museer at arbejde med digital formidling.
- Museerne styrker den digitale formidling til børn for at imødekomme børns store brug af nye medier og tilgodese de fremtidige museumsgæster.
- Kulturarvsstyrelsen etablerer national og international erfaringsudveksling samt kompetenceudvikling af museernes digitale formidling, dels for at fremme, at det digitale medies differentierende, engagerende og brugerinvolverende kvaliteter udnyttes fuldt ud, dels for at reducere omkostninger og tidsforbrug ved de enkelte museers digitale formidlingsprojekter.
- Der afsættes midler til, at Kulturarvsstyrelsen kan yde tilskud til brugerundersøgelser af digitale formidlingsinitiativer, der afdækker anvendelse og behov hos forskellige brugergrupper.
- Der afsættes midler til at iværksætte projekter, som afprøver sammenhængen mellem det virtuelle og det fysiske museumsrum, og som integrerer det digitale og det fysiske museumsbesøg.

Kapitel 7: Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museer og undervisning

Formidlingsudvalget har drøftet museernes undervisningstilbud på museer og adgangen til museernes digitale undervisningsressurser. Udvalget har desuden set på den nuværende organisering af museumsundervisningen, og på hvordan fremtidig koordinering og samarbejde imellem museerne om undervisningstilbud til uddannelsessystemet kan styrkes. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 7, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Der tages initiativ til en analyse af undervisningstilbuddene på museerne i hele landet, som kan lægges til grund for en styrkelse af museernes tilbud til undervis-

ningssektoren gennem koordinering og kvalificering af de enkelte tilbud i respekt for museernes forskellige ansvarsområder og traditioner. Det bør i forlængelse heraf overvejes, i hvilket omfang undervisningstilbudene på landets statslige og statsanerkendte museer i højere grad kan organiseres i fælles netværk, og samarbejdet om museumsundervisningen kan udvikles. I denne forbindelse anbefaler udvalget en landsdækkende organisering af samarbejdet mellem skoler og museer, der bygger på erfaringer fra de eksisterende skoletjenester, herunder Skoletjenesten på Sjælland. Det bør være frivilligt for museerne at deltage i en sådan ordning.

- Der prioriteres midler til udvikling af nye undervisningstilbud på museerne og til synliggørelse af museer som faglige resurser i undervisningen.
- Mængden af internetbaserede undervisningsressurser øges, og museernes samlinger og øvrige resurser i højere grad bliver tilgængelige og synlige på internettet via en fælles portal, så skoler kan inddrage museer i undervisningen på en mere effektiv måde.

Kapitel 8: Formidlingsudvalgets anbefalinger vedrørende museernes tilgængelighed

Formidlingsudvalget har drøftet museernes åbningstider, digitale og fysiske tilgængelighed, markedsføring og informations- og serviceniveau. Grundlaget for udvalgets drøftelser fremgår af kapitel 8, og drøftelserne fører til, at Formidlingsudvalget anbefaler følgende:

- Der afsættes midler til forsøg med ændrede eller udvidede åbningstider – blandt andet aftenåbning eller morgenåbent for institutioner og skoler. Her kan der for eksempel fokuseres på, at flere museer i fællesskab lancerer aftenåbent i et område og gennem markedsføring af tiltaget og ved særlige aftenarrangementer når ud til nye publikumsgrupper.
- Kulturarvsstyrelsen får til opgave at udvikle et standardværktøj til brugervenlig formidling af ”Museernes Samlinger”.
- Museerne i højere grad lever op til Statens retningslinjer for offentlige hjemmesiders og netsteders tilgængelighed.
- Museerne fortsat udvikler deres markedsføring og øger vidensdelingen og samarbejdet om markedsføringsstrategier og -redskaber, i erkendelse af at den stigende konkurrence om befolkningens fritid også fører til stigende markedsføringsomkostninger.
- Museerne fortsat udvikler deres publikumsservice ved at (videre)uddanne frontpersonalet, etablere tydelig information og skiltning samt i højere grad at tekste og be-

tjene publikum på flere sprog. Desuden kan Stjernemærkningsordningen ved Danske Turist Attraktioner benyttes til at forbedre tilgængeligheden.

- Museerne fortsat øger tilgængeligheden for fysisk handicappede ved at benytte retningslinjerne fra det tidligere Dansk Center for Tilgængelighed, som nu varetages af Statens Byggeforskningsinstitut, men også ved at foretage bedre skiltning og trinmarkering. Desuden anbefales museerne at benytte sig af Tilgængelighedsmærket, som er udarbejdet af foreningen Tilgængelighed for Alle.

3 Museernes besøgende

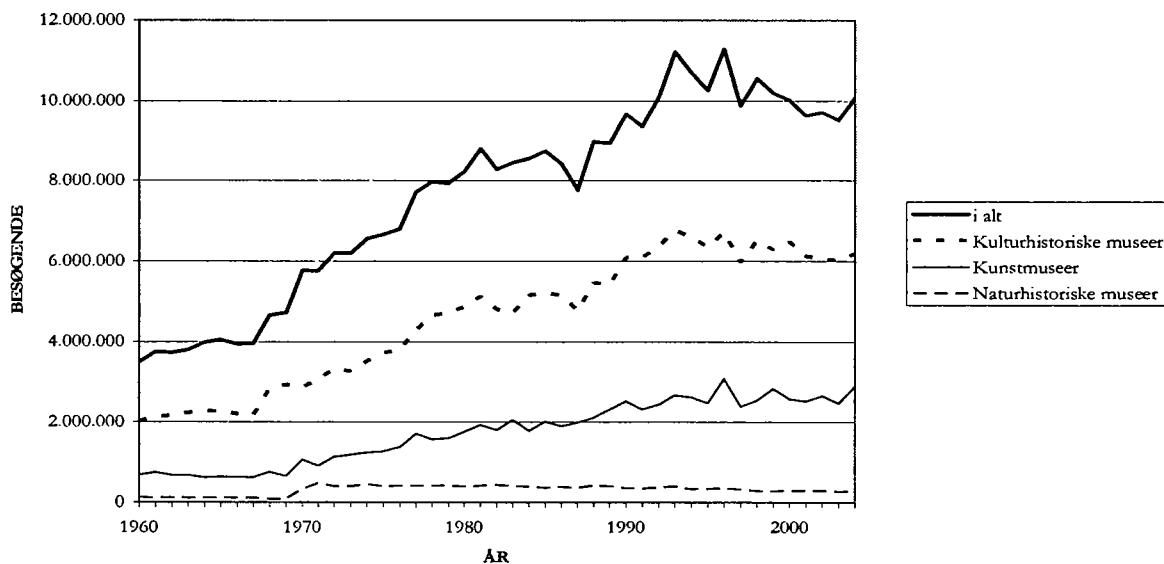
En målrettet indsats for at styrke formidlingen af kulturarven og fremme en større brug af museernes tilbud må tage afsæt i museernes besøgende og i kendskabet til, hvem der bruger – og hvem der ikke bruger – museerne.

Siden 1960 har Danmarks Statistik⁸ opgjort museernes besøgstal for Kulturministeriet. Besøgstallet opgøres årligt, og disse statistiske oplysninger udgør de eneste landsdækkende oplysninger, der findes om museernes publikum i Danmark. Museerne angiver de årlige besøgstal som en samlet sum af det enkelte museums besøgende. Men besøgstallet kan både indeholde besøgende i museets særudstillinger og permanente udstillinger, på frilandsmuseer samt publikum ved andre formidlingsaktiviteter, der afholdes af museet⁹. Det kan for eksempel være guidede vandringer i kultur- og naturlandskabet, historieformidlende sejladser og særarrangementer ved historiske bygninger, fortidsminder og kunstværker i det offentlige rum.

3.1 Museernes besøgstal 1960-2004

Figur 3.1

Museumsbesøgende fordelt på museumskategorier 1960-2004



⁸ I Dansk Kultur-statistik og i Statistiske Efterretninger har Danmarks Statistik for Kulturministeriet indsamlet og bearbejdet oplysninger om antallet af museer og deres besøgende fra 1960 og frem. Besøgstallet er angivet for museumskategorier (kunstmuseer, kultur- og naturhistoriske museer) fra 1960. Ikke alle eksisterende museer kom med i statistikken fra 1960, men er medtaget, efterhånden som man er blevet opmærksom på dem. Omvendt er antallet af museer medtaget i statistikken reduceret fra 280 til 258 mellem 1984 og 2004, hovedsagelig på grund af sammenlægninger. Desuden skal man være opmærksom på, at der er forholdsvis store årlige udsving i besøgstallet, der bl.a. afspejler periodevis lukninger af museer pga. ombygninger, særlig populære særudstillinger, vejret, antallet af turister mv.

⁹ Museerne har forskellige måder at opgøre besøgstallet på. For eksempel er det ikke alle museer, der medregner publikum ved byvandring og sejlture m.v. i det samlede besøgstal.

På figur 3.1 ses museernes samlede besøgstal, der viser en stigning fra 4-5 millioner i 1960'erne til omkring 10 millioner i begyndelsen af 1990'erne. I løbet af denne 30-årige periode har museerne således opnået en fordobling af besøgstallet.¹⁰

Der er flere forhold, som kan have indflydelse på væksten i besøgstallet. Der er dels tale om et øget udbud i form af flere og større museer med flere formidlingsaktiviteter og om en større efterspørgsel for eksempel i form af øget turisme og vækst i skolers museumsbesøg. Desuden kan det øgede besøgstal skyldes, at de dele af befolkningen, som bruger museerne, går oftere på museum, og at nye grupper af befolkningen er begyndt at bruge museerne.

Fra midten af 1990'erne er det samlede besøgstal stagneret. Stagnationen er sket trods en lang række udbygninger og forbedringer af museernes tilgængelighed og formidling i perioden.

3.1.1 Udviklingen i besøgstallet for forskellige museumskategorier

Nationalmuseets besøgstal er faldet fra et niveau omkring 1 million besøgende op gennem 1970'erne og første halvdel af 1980'erne til et niveau omkring 600.000 fra midten af 1990'erne og frem til i dag.

Besøgstallet for Statens Museum for Kunst har i perioden fra midten af 1980'erne til midten af 1990'erne ligget på et gennemsnit på omkring 200.000. Fra midten af 1990'erne og frem til 2004 har besøgstallet ligget på et gennemsnit på omkring 300.000 årlige besøg.

De naturhistoriske museers samlede besøgstal er fra 1970'erne gradvis faldet fra omkring 400.000 til omkring 300.000.

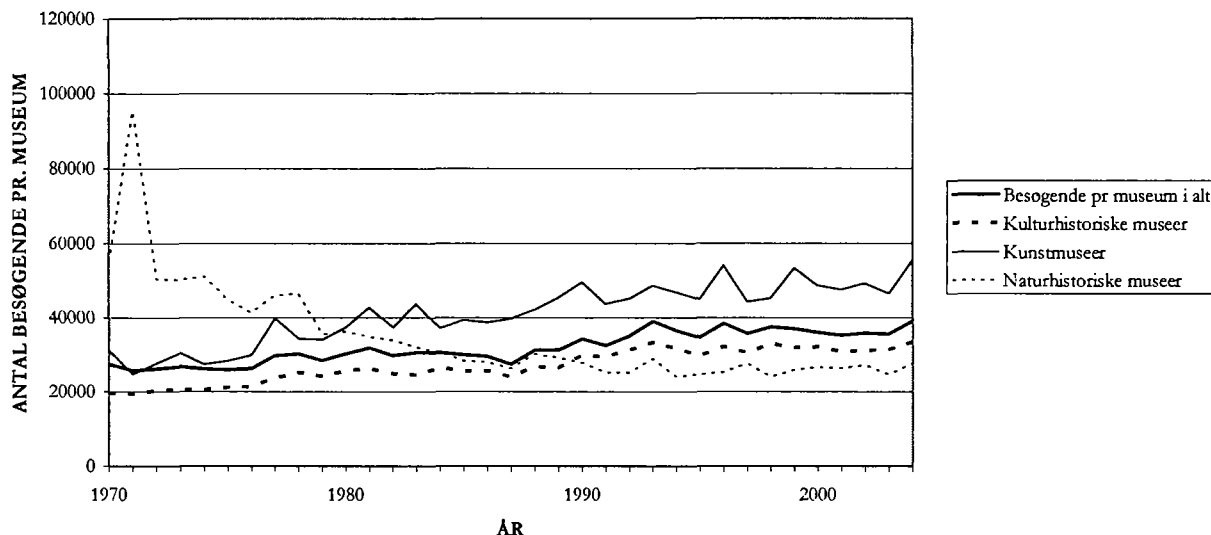
Ser man på det gennemsnitlige antal af besøgende pr. museum, er det steget fra 21.000 til 39.000 fra 1961 til 2004, jf. figur 3.2. Stigningen har været størst blandt kunstmuseerne: fra 31.000 pr. museum i 1970 til 55.000 i 2004. Blandt de kulturhistoriske museer er antallet af besøgende steget fra 20.000 i 1970 til 33.000 i 2004. Blandt de naturhistoriske museer er antallet af besøgende faldet fra 55.000 i 1970 til 28.000 i 2004, mens antallet af museer er vokset fra 6 til 10¹¹.

¹⁰ Der er overvejende tale om en reel vækst i besøgstallet i perioden. Men en del af stigningen kan dog forklares med, at statistikken gennem årene er blevet mere dækkende. For eksempel skyldes den voldsomme stigning i 1968 og 1970 delvis, at flere museer er medtaget. Fra 1961 til 1995 er antallet af museer således vokset fra 182 til 297. Den anvendte statistik omfatter både statslige museer, statsstøttede museer og andre museer. De ikke-statsstøttede museer, som tegner sig for ca. 10 % af besøgstallet, kan ikke umiddelbart udskilles af materialet.

¹¹ Af de 10 naturhistoriske museer hører de fem under museumslovens tilskudsbestemmelser. Derudover findes blandt andet naturhistoriske museer under Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling. I oplysningerne fra Danmarks Statistik fremgår det, at nogle museer har skiftet museumskategori fra

Figur 3.2

Gennemsnitlige besøgstal pr. museum 1970-2004



Sammenfattende peger udviklingen i museernes besøgstal på, at der fra midten af 1990'erne er sket en opbremsning i museumsbesøgenes vækst. Den lavere vækstrate har med forskellig intensitet berørt de fleste museer på tværs af museumsstørrelse og museumskategori. Flere faktorer kan spille ind på besøgstallet, herunder museernes resurser og prioriteringer samt konkurrence fra andre kulturområder m.v. Desuden kan det konstateres, at antallet af overnattende turister i Danmark er stagneret siden midten af 1990'erne¹². Besøgstallet for 2004 viser dog en fremgang i besøgstallet for alle museumskategorier, og dette er særlig markant for kunstmuseerne.

3.1.1.1 Særligt om de naturhistoriske museer

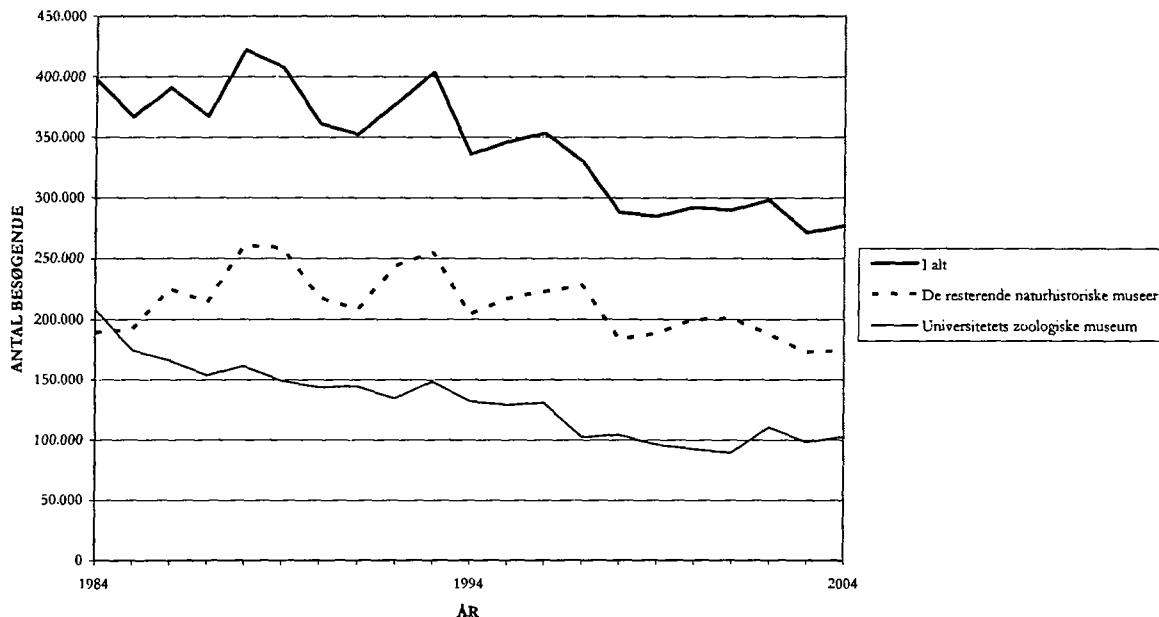
Museerne inden for det naturhistoriske område har også før 1990'erne haft et faldende besøgstal. Derfor gennemgås besøgsudviklingen på de naturhistoriske museer i de følgende afsnit.

statistikens start og til i dag. Et museum kan for eksempel tidligere have været opgjort som kulturhistorisk for nu at tælle med som et naturhistorisk museum.

¹² På www.danskturisme.dk ses overnatningstal for turister i Danmark. De samlede tal var i 1990 31 mio., i 1995 43 mio., i 2000 42 mio. og i 2004 42 mio. Overnatningstal for tyske turister har i perioden udviklet sig fra 10 mio. i 1990, 20 mio. i 1995, 16 mio. i 2000 til 14 mio. i 2004.

Figur 3.3

De Naturhistoriske museers besøgstal 1984-2004



På de naturhistoriske museer skyldes det vigende besøgstal især et markant faldende besøgstal på Statens Naturhistoriske Museums afdeling Zoologisk Museum¹³ fra 209.000 til 103.000 mellem 1984 og 2004. På figur 3.3 er de øvrige naturhistoriske museer slået sammen for overskuelighedens skyld, hvilket delvis udglatter forholdsvis store årlige udsving i besøgstallet på flere af museerne. Udsvingene kan skyldes særligt velbesøgte særudstillinger, hvilket antyder, at der er et stort publikumspotentiale til de naturhistoriske museers udstillinger.

Ud over Statens Naturhistoriske Museum eksisterer der fem naturhistoriske museer under museumsloven. Naturhistorisk Museum i Århus har fra 1984 til 2004 haft en besøgsnedgang fra ca. 66.000 til ca. 52.000. Svendborg Zoologiske Museum (nu Naturama) har i perioden haft en nedgang fra ca. 30.000 til ca. 15.000 besøgende (fra 1994 til 2003 har besøgstallet ligget på ca. 18.000)¹⁴. Midtsønderjyllands Museum har i perioden ligget på ca. 10.000 besøgende årligt med enkelte udsving på op til 55.000 besøgende i år med særligt velbesøgte udstillinger. Fur Museum er første gang medtaget i statistikkens i 1992, hvor museet besøgtes af godt 20.000, et tal der er steget til 34.000 i 2004. Endelig er besøgstallet på Østsjælland Museum steget fra godt 1.000 til godt 6.000 fra 1984 til 2004.

¹³ Statens Naturhistoriske Museum hører ikke under Kulturministeriets budgetmæssige ressortområde, men er indskrevet i museumsloven som hovedmuseum for den naturhistoriske museumskategori.

¹⁴ Naturama åbnede for publikum den 19. april 2005 og havde i resten af 2005 et besøgstal på ca. 60.000.

I de seneste år har to af de naturhistoriske museer taget særlige nye formidlingsinitiativer, som forventes at medvirke til en stigning i besøgstallene: Naturhistorisk Museum har med det digitale formidlingsprojekt "TaggedX" bidraget til nyskabelse inden for digital formidling på museer, og Naturama har med en ny udstillingsbygning benyttet innovative formidlingsformer i udstillingsmediet med moderne scenografiske virkemidler. Desuden har Midtsønderjyllands Museum skærpet det naturhistoriske fokus og etableret en ny udstillingsbygning ved Gram Lergrav, der er central for museets undersøgelser og formidling.

Statens Naturhistoriske Museum har aktuelt formuleret en ny udstillingsstrategi, der skal imødegå det faldende besøgstal. Museet ønsker at etablere nye permanente udstillinger, der i højere grad end tidligere lægger op til dialog med de besøgende og giver mulighed for, at de besøgende kan vælge deres egne oplevelser ved mødet med museets mange autentiske genstande¹⁵.

3.1.2 Besøgstal uden for museerne

I museernes besøgstal indgår også det antal publikum, som deltager i museernes formidling ved byvandring, sejlture samt cykel- og busture, som arrangeres og guides af museets medarbejdere. Mange museer, særligt de natur- og kulturhistoriske museer, benytter sig af formidling uden for udstillingerne og institutionerne i deres formidlingspraksis. Der er ikke i den foreliggende landsdækkende statistik nogen opgørelse af, hvor stor en del af det samlede besøgstal der vedrører disse aktiviteter uden for museernes mure. Nogle museer fortager imidlertid sådanne opgørelser i deres egne besøgsstatistikker.

For eksempel har Vikingskibsmuseet årligt en række sejlads i kopier af historiske skibe på Roskilde Fjord, og besøgstallet her var 11.338 i 2004, hvilket udgjorde 7,4 % af museets samlede besøgstal. Fiskeri- og Søfartsmuseet tog i 2004 8.950 besøgende med på kuttersejlad og naturvejlederarrangementer, hvilket svarer til 5,7 % af museets samlede besøgstal. Københavns Bymuseum har tradition for at formidle Københavns historiske udvikling ved tematiske byvandring og foredrag, og i 2004 udgjorde dette publikum 8,7 % af museets besøgstal (2.513 besøgende). På Fur Museum er en væsentlig del af formidlingsvirksomheden guidede ture til øens molerforekomster med formidling af naturhistorien og stedets tilgængelige fossiler, og 25,6 % af museets samlede besøgstal i 2004 stammer fra disse formidlingsaktiviteter (8.735 besøgende).

3.1.3 Besøgstal og geografi

Danmark har en decentral museumsstruktur med museer i alle dele af landet. Der er ikke i nævneværdig udstrækning et museumsmæssigt "skævt" Danmark, hvis antallet af museer tages som udgangspunkt. Det samme gælder, når man ser på besøgstallets

¹⁵ *Udstillingsstrategier på Zoologisk Museum*, 2005, Hanne Strager, i *Udstillingens idé og form*, Museologisk Skriftnserie, Københavns Universitet, red. Marie Riegels Melchior og Camilla Mordhorst.

fordeling mellem landsdelene. Hovedstadsområdet har dog særligt mange besøgende i kraft af de nationale museers placering i denne del af landet¹⁶.

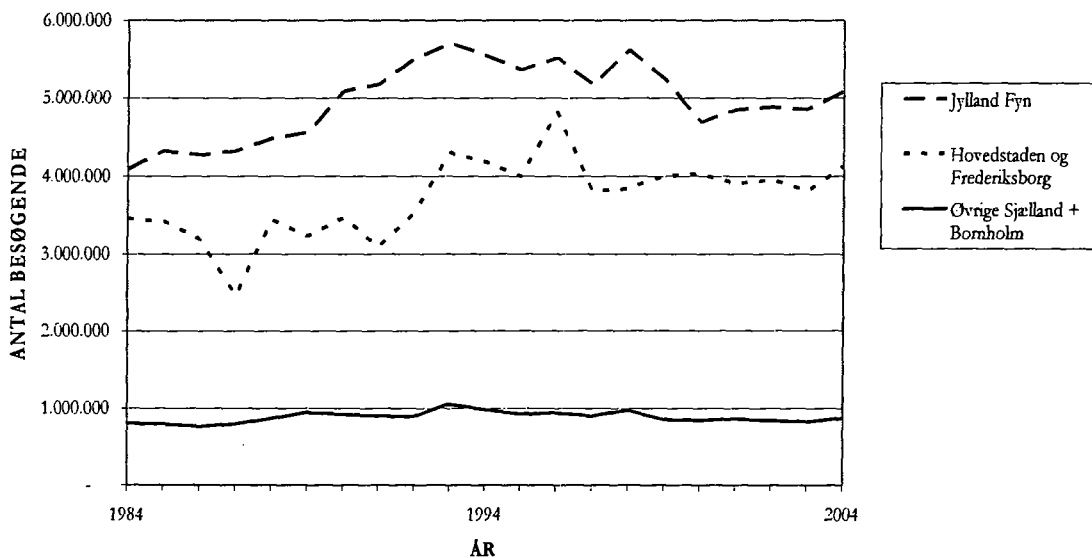
Besøgstallet er generelt højest i områder med store byer, mens det er lavest i udkantsområder med de mindre byer.

I forhold til museernes samlede besøgstal i 2004 ses det, at:

- 47 % af landets samlede museumspublikum besøgte museer i Jylland og Fyn, hvor andelen af det samlede befolkningstal er 50,6 %.
- 41 % af landets samlede museumspublikum besøgte museer i hovedstadsområdet og Frederiksborg Amt, hvor andelen af det samlede befolkningstal er 22,5 %.
- 9 % af landets samlede museumspublikum besøgte museer på Sjælland uden for hovedstadsområdet, hvor andelen af det samlede befolkningstal er 15,7 %.

Figur 3.4

Museernes besøgstal opgjort regionalt 1984-2004



Som det ses af figur 3.4, er besøgstallet i det vestlige Danmark (Jylland og Fyn) steget med ca. 1 mio. (24 %) fra ca. 4 til ca. 5 mio. besøgende fra 1984 til 2004. I hovedstadsområdet og Frederiksborg Amt er besøgstallet steget med ca. 0,7 mio. (18 %) fra 3,5 mio. til ca. 4,1 mio. På det øvrige Sjælland med øerne og Bornholm er besøgstallet steget med ca. 0,1 mio. (8 %) fra ca. 0,8 mio. til ca. 0,9 mio.

¹⁶ De statslige tilskud til de store nationale museer (Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst) betyder, at det samlede offentlige tilskud til museumsdrift er større i hovedstadsområdet end i den øvrige del af landet. Det gælder også, når tilskuddet sættes i forhold til antallet af besøgende.

3.1.4 Det enkelte museums geografiske besøgsprofil

Museernes publikum kommer ikke alene fra lokalområdet eller fra regionen, men også fra andre dele af landet og fra udlandet. Der findes imidlertid ikke nogen samlet opgørelse over de enkelte museers geografiske publikumsprofiler, og der er store forskelle på sådanne profiler fra museum til museum.

Nogle museer undersøger dog dette aspekt. Eksempelvis kan det nævnes, at 7 % af de besøgende på det nyåbnede ARoS Aarhus Kunstmuseum kom fra udlandet i 2004, 60 % kom fra Århus Amt, 15 % fra Sjælland og 11 % fra det øvrige Jylland.

På Nationalmuseet viste en publikumsundersøgelse i vinteren 2003, at 19 % af de besøgende kom fra udlandet, 53 % kom fra hovedstadsområdet og 28 % fra det øvrige Danmark.

På Vikingskibsmuseet var hele 65 % af de besøgende udlændinge i 2004, 22 % kom fra Roskilde, hovedstaden eller Nordsjælland, 7 % fra det øvrige Sjælland, og 7 % kom fra Fyn og Jylland.

Endelig viser en publikumsanalyse på Fiskeri- og Søfartsmuseet i 2004, at 44 % af de besøgende var udlændinge.

Langt fra alle museer undersøger og dokumenterer den geografiske profil for museets besøgende. Men viden om publikumsgeografi kan være nyttig i arbejdet med formidling. En indsigt i publikums sproglige og kulturelle baggrunde kan bruges i forhold til museernes markedsføring og overvejelser om formidlingsinitiativer.

Der er ikke i udredningen foretaget en sammenligning med museernes besøgstal i andre lande, fordi principperne for museumsstatistik varierer meget de forskellige lande imellem og derfor ikke er egnede til at danne grundlag for sammenligning. Der arbejdes dog med en præcisering og udbygning af den danske kulturstatistik, herunder museumsstatistikken, af en projektgruppe nedsat af Kulturministeriet.¹⁷

3.1.5 Udvalgets drøftelser vedrørende udviklingen i museernes besøgstal

Udvalget finder, at der bør skelnes mellem museernes udviklingspotentiale, i forhold til om man ønsker at øge besøgstallet, om man ønsker at få flere (af den samme type) museumsgæster eller flere forskellige grupper af befolkningen på museum. Altså om det alene er en besøgstigning i absolutte tal, der ønskes, eller om denne stigning også ønskes udtrykt i forhold til en bredere publikumssammensætning.

¹⁷ Kulturministeriets departement har primo 2004 besluttet at udvikle kulturstatistikken. Det omfattende og ambitiøse udviklingsarbejde indledes med en planfase, hvor de konkrete krav til statistisk information, lagring, formidling og mulige datakilder beskrives og en implementeringsplan udarbejdes. Der er i april 2005 igangsat et projekt, hvis formål er udarbejdelse af den samlede kulturstatistiske plan for hele ministeriets ressort.

Efter udvalgets opfattelse viser den lavere vækst i besøgstallet siden midten 1990'erne, at der er behov for at tilpasse museernes formidling til de ændringer, som i disse år sker med befolkningens kulturvaner. På baggrund af regeringens ønske om at prioritere indsatsen på det naturvidenskabelige område finder udvalget de naturhistoriske museers mere begrænsede og vigende besøgstal bekymrende.

Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen udarbejder et grundlag for en systematisk og differentieret publikumsstatistik, således at der kan tilvejebringes data, der kan bruges til nærmere analyser af besøgsudviklingen på forskellige grupper af museer.

Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen foretager en særlig analyse af udviklingen i besøgstal og formidlingspraksis på de naturhistoriske museer, som kan danne grundlag for udarbejdelse af en strategi for en styrkelse af disse museers fremtidige formidling.

3.2 Hvem kommer på museerne

At fremme en større brug af museerne er ikke kun et spørgsmål om at få flere besøgende, men også om at få en større andel af befolkningen og flere forskellige dele af befolkningen til at besøge museerne.

3.2.1 Kulturvaneundersøgelsen

Kulturministeriet har finansieret kulturvaneundersøgelsen *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004*, der blandt andet belyser, hvor mange danskere der besøger museerne.¹⁸ Undersøgelsen giver også en pejling på, hvad der karakteriserer de besøgende. Der skelnes mellem kunstmuseer/kunstudstillinger og ”andre slags museer” (kulturhistoriske og naturhistoriske), men der skelnes ikke mellem statslige, statsanerkendte og ikke statsanerkendte museer.

I 2004 har 35 % af befolkningen over 15 år besøgt et kunstmuseum/kunstudstilling inden for det seneste år.

De øvrige (natur- og kulturhistoriske museer) har inden for det seneste år haft besøg af 32 % af den voksne befolkning jf. tabel 3.5.

Samlet set viser kulturvaneundersøgelsen, at 43 % af befolkningen over 15 år har været på et museum (inklusive kunstudstillinger) inden for det seneste år.

Et tilbageblik på de tidligere undersøgelser af danskernes kultur- og fritidsaktiviteter viser en tydelig stigning i antallet af museumsgæster fra den første undersøgelse i 1964 og frem til 1993, hvor antallet af besøgende har nået sin foreløbige kulmination. Tallene

¹⁸ Trine Bille, Torben Fridberg, Svend Storgaard og Erik Wulff: *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004*.

fra de to første undersøgelser er ikke direkte sammenlignelige med de øvrige, da der i disse første undersøgelser blev spurgt til, om man havde været på museumsbesøg i denne sæson. Undersøgelsen fra 1993 konkluderer dog, at der ikke er tvivl om den generelle tendens til, at der kommer en stigende andel af befolkningen på museerne siden midt i 1960'erne.¹⁹

Tabel 3.5: Andele af befolkningen over 15, som har været på museum inden for det sidste år, fra 1987 til 2004.

%	Kunstmuseum/kunstudstillinger	Andre slags museer
2004	35	32
1998	37	41
1993	44	44
1987	38	36

Sammenligner man med øvrige kulturområder som litteratur, musik, aviser og blade, biblioteker, teater, arkiver, kirken og aftenskoler, følger udviklingen siden 1990'erne i andelen af den voksne befolkning, der går på museum, en generel tendens. Der er altså ikke tale om en isoleret tendens for museumsområdet. Hvor de gennemførte kulturvaneundersøgelser fra 1964 til omkring 1987 viser en væsentlig vækst i befolkningens benyttelse af de fleste kulturaktiviteter, viser de seneste undersøgelser ikke samme kraftige stigning på mange af kulturområderne. Til sammenligning med beslægtede områder fremhæver kulturvaneundersøgelsen, at der er en svag tendens til, at færre kommer på biblioteket en gang om måneden, mens et næsten uændret antal går i teatret.

Kulturvaneundersøgelsen viser dog en fortsat stigning i befolkningens interesse for sport og motion, at flere går i biografen, og at de elektroniske medier er i markant fremgang, hvilket ikke mindst hænger sammen med væksten i antallet af computere og brug af internettet.

Generelt kan det tages som udtryk for, at der er stigende konkurrence om befolkningens fritid.

Til at indikere, hvem der besøger museerne, anvender undersøgelsen fra 2004 en statistisk sandsynlighedsmodel. Fælles for alle typer museer peger undersøgelsen på følgende tendenser for, hvem der kommer mest på museum:

- Ældre mere end yngre
- Kvinder mere end mænd
- Moderne livsstilssegmenter mere end traditionelle livsstilssegmenter
- Folk med længere uddannelse mere end folk med kortere uddannelse.

¹⁹ Torben Fridberg: *Kultur- og fritidsaktiviteter 1993*, Socialforskningsinstituttet 1994.

I Norge og Sverige laver man undersøgelser, der minder meget om den danske kulturvaneundersøgelse. *Norsk Kulturbarometer* er fra 2004, og i Sverige har man senest i 2002 lavet *Kulturbarometern*. Så vidt tallene er sammenlignelige, ser de tre lande ud til at ligne hinanden meget med hensyn til, hvor mange der kommer, og hvem det er. Antallet af besøgende på museerne i forhold til befolkningstallet er stort set det samme. I alle tre lande er der overvægt af kvindelige besøgende på kunstmuseerne, Børn er i alle lande hyppige besøgende, og besøgsfrekvensen stiger i takt med længden af uddannelse. Ligeledes hænger graden af urbanisering sammen med mængden af besøg. I den svenske undersøgelse er det desuden påpeget, at personer, der har besøgt andre museer, i højere grad kommer på kunstmuseer.

3.2.2 Børn og unge på museum

Kulturvaneundersøgelsen viser, at 44 % af børn og unge i Danmark har været på kunstmuseum/kunstudstilling inden for det seneste år i 2004. Det er især de yngste børn, de 7-9 årige, som ikke besøger museer. På "andre slags museer" (kultur- og naturhistoriske museer) har 47 % været på besøg inden for det seneste år.

Samlet har 61 % af de danske børn været på et museum inden for det seneste år.

Selvom der ikke er de store forskelle mellem aldersgrupperne, har der dog været lidt flere besøgende blandt de yngste børn på de natur- og kulturhistoriske museer. I de tidligere kulturvaneundersøgelser før 1998 er der ikke oplysninger om børn og unges museumsbesøg.

Tabel 3.6: Andele af børn og unge under 15 år, der har været på museum inden for det sidste halve år, 1998-2004

%	Kunstmuseum/ kunstudstilling	Andre slags museer
2004	44	47
1998	30	48

Børn og unge i alderen 7-15 år er oftere på museum end den voksne befolkning, hvilket givetvis hænger sammen med skolernes tradition for at besøge museerne. 65 % af de børn og unge, der inden for det seneste år har besøgt et museum, har besøgt det i forbindelse med skolebesøg. 56 % af de børn og unge, der har besøgt et museum inden for det seneste år, har besøgt det sammen med forældre, mens søskende og bedsteforældre også ofte er med. Kulturvaneundersøgelsen anslår, at sandsynligheden for, at børn har været på museum inden for det seneste år, hænger sammen med forældrenes aktiviteter, uddannelsesniveau og urbaniseringsgrad.

I varierende omfang har museerne mange særlige tilbud, der er målrettet børn og unge.

Midtsønderjyllands Museum har et tilbud om "fossiljagt" i Gram Lergrav, hvor børn og unge kan grave i leret og finde 6 mio. år gamle fossiler og højtænder m.v., som efterfølgende renses og bestemmes i museets skolestue.

ARoS Aarhus Kunstmuseum har en række faste tilbud under betegnelsen AROS Junior. Det indeholder dels særligt formidlede udstillinger, der – rettet mod denne målgruppe – forholder sig til museets særudstillinger, dels et juniorværksted, som giver mulighed for undersøgelse af kunstens teknikker og udtryksformer under museets vejledning. Museet tilbyder desuden "Fortælle-tæppet", der er et særligt formidlingstilbud til de 3-6-årige, og som er blevet fremhævet i flere sammenhænge for vægten på dialog med de små børn.

Museet for Holbæk og Omegn har tradition for at knytte museets genstande sammen med eventyr, historier og sagn i fortællinger henvendt til børnehøjsbørn. Her benyttes den mundtlige fortælling som et kunstnerisk og kulturhistorisk udtryksmiddel, der formidler kulturarven i børnehøjde – senest i projektet "Fortællinger i Tid og Rum".

3.3 Museernes publikumsundersøgelser

En række museer – især de større – gennemfører publikumsundersøgelser til belysning af de besøgendes sammensætning for så vidt angår køn, alder, bopæl, karakter af besøget og socialgruppe (indtægt, job, uddannelse m.v.).

En del af disse undersøgelser er anvendt af Annette Vasström og Lene Floris i bogen "På Museum" fra 1999, som har udvalgt Nationalmuseet, Arbejdermuseet, Langelands Museum og Frilandsmuseet som casestudies. Den viser bl.a., at hovedparten af de besøgende på Arbejdermuseet er organiseret inden for LO-området (64 %), at ca. 35 % af de voksne kun har en afgangseksamen fra folkeskolen, og at kun få har en uddannelse fra universitetet. Mens en publikumsundersøgelse, der omfattede to permanente udstillinger på Nationalmuseet, viste, at over halvdelen af de voksne besøgende havde studenter- eller hf-eksamen. Men der var også en tydelig forskel mellem de to udstillingers publikum. Der var flere med en kort uddannelse, som så den etnografiske udstilling Jordens Folk (43 %) end den arkæologiske udstilling Danmarks Oldtid (33 %). På Langelands Museum havde ca. 25 % af de besøgende udelukkende en folkeskoleuddannelse.

I Danmark findes der ikke landsdækkende systematiske undersøgelser af museernes publikum, og der eksisterer heller ikke en koordinering af museernes publikumsundersøgelser, hvorfor de gennemføres efter vidt forskellige koncepter – ofte med fokus på markedsføringsaspekter. Det betyder, at det er vanskeligt at sammenligne resultaterne og dermed at sætte dem ind i en landsdækkende sammenhæng.

Der er behov for et øget og nuanceret kendskab til museernes publikum, som kan danne grundlag for analyser og initiativer over for publikum.

I Holland findes MuseumMonitor, der er et program for fælles publikumsundersøgelser. Programmet blev sat i gang i 2003 på initiativ af den Hollandske Museumsforening²⁰. Museerne modtager en halvårlig rapport om deres eget museum og et nyhedsbrev, der redegør for generelle tendenser. Hertil kommer en årlig rapport, som præsenterer alle indsamlede informationer fra museerne og sammenholder dem med oplysninger fra den nationale statistik.

Undersøgelserne gennemføres af et anerkendt markedsundersøgelsesinstitut. For hvert museum aftales, hvor hyppigt stikprøven skal foretages, og hvor stor den skal være.

Spørgeskemaet består af 25 spørgsmål, hvoraf ca. 60 % gælder den besøgendes adfærd: om de kommer alene eller i en gruppe, besøgets længde, hvordan de er kommet til museet, hvor ofte de besøger museet, målet med besøget, hvor mange penge der bruges, og hvorfra de kender museet. Ca. 30 % af spørgsmålene gælder brugertilfredshed, tilfredsheden med samlingen, formidlingen, parkeringsforhold, butik, café, egnethed for børn og andre grupper. De sidste 10 % gælder socioøkonomiske spørgsmål som postnummer, alder, køn, uddannelse, etnicitet og nationalitet.

Museerne får gennem de systematiske undersøgelser opsamlet viden om de besøgendes oplevelse af museernes service og information om befolkningens generelle forbrugsvaner, der kan anvendes i museernes markedsføring. Desuden kan de enkelte museer udnytte oplysningerne til evaluering af museernes formidlingstiltag. MuseumMonitor kan give en samlet viden om museernes publikum, som kan danne grundlag for større analyser af museernes publikum.

3.3.1 Udvalgets drøftelser af museernes publikumsundersøgelser

Udvalget har drøftet behovet for, at der gennemføres flere, mere ensartede og dermed sammenlignelige publikumsundersøgelser. Det er udvalgets opfattelse, at der savnes en mere differentieret statistik over museernes publikumssammensætning. Det er vigtigt for museerne at have et differentieret billede af publikum, som kan befordre en bevidst holdning til, hvem museernes henvender sig til.

Udvalget finder desuden, at kulturvaneundersøgelsens generelle opdeling af statistikken i "kunstmuseer" og "andre museer" begrænser Kulturvaneundersøgelsens anvendelighed på museumsområdet. Det understreger behovet for, at der skabes sammenhæng mellem den landsdækkende museumsstatistik, kulturvaneundersøgelsen og løbende publikumsundersøgelser.

²⁰ Det hollandske program kan ses på <http://www.museummonitor.nl/>. Programmet blev lanceret i 2003, hvor 32 museer deltog. Målet er at få flere museer til at deltage. Prisen for at deltage er stigende efter museets størrelse fra ca. 17.000 kr. pr. år for museer med under 50.000 besøgende til 34.000 kr. for museer med over 500.000 besøgende.

Det er udvalgets opfattelse, at et fælles undersøgelsesværktøj vil være af stor værdi for museerne selv, og at det kan bruges til at generere mere systematisk viden om museernes formidling og museernes besøgende som input til udvikling af centrale initiativer samt bidrage til prioritering af den kulturpolitiske indsats på museumsområdet.

Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen tager initiativ til at etablere grundlaget for publikumsundersøgelser på danske museer efter inspiration blandt andet fra det hollandske MuseumMonitor. Finansieringen af dette initiativ kan ske med bidrag fra såvel den ministerielle pulje til formidlingsinitiativer som med mindre (abonnements)bidrag fra museerne selv.

3.4 Hvem kommer ikke på museerne?

De fleste undersøgelser af publikum handler om de gæster, som kommer på museerne. Imidlertid er der en ganske stor del af befolkningen, som aldrig kommer på museum. Ifølge kulturvaneundersøgelsen fra 2004²¹ kommer 31 % af den voksne befolkning og 34 % af de 7-15 årige aldrig på kunstmuseer eller kunstudstillinger. 28 % af de voksne og 21 % af de 7-15 årige kommer aldrig på natur- og kulturhistoriske museer. Undersøgelsen fremhæver også, at sandsynligheden for, at man *ikke* besøger et museum, er større, hvis man er mand, jo yngre man er, og jo kortere uddannelse man har.

Museerne i Danmark er kulturinstitutioner, som varetager hele befolkningens kulturarv og har til opgave at gøre den tilgængelig og formidle den. For at kunne tiltrække et bredt udsnit af danske befolkningsgrupper kræver det, at museerne har en viden om dem, der ikke besøger museet. Desuden er det vigtigt, at museer arbejder reflekterende med de henvendelser, dialoger og formidlingsformer, som benyttes til at komme brugerne i møde. Flere museer har allerede taget skridt i denne retning, men der eksisterer kun begrænset viden om ikke-besøgende i Danmark og om initiativer, der kan bringe disse grupper i kontakt med museerne.

Kulturvaneundersøgelsen viser, at der er potentielle nye besøgende i befolkningen. Ved at række ud og forsøge at imødekomme ikke-brugere kan museerne også gennemgå en udvikling som institution og få styrket deres forankring og legitimitet i forhold til borgerne.

3.4.1 Erfaringer med ikke-brugere

Kun de færreste museer har dokumenteret denne viden om deres ikke-brugere, så den kan deles og analyseres. Der findes enkelte undersøgelser af ikke-brugere og af de barrierer, der afholder folk fra at besøge museer. For eksempel lavede Mercuri Urval for Nationalmuseet en fokusgruppeundersøgelse i 1997 af ikke-brugeres ønsker og behov²². Der fokuseredes på ikke-brugere fra fire definerede grupper: ”unge under 30”,

²¹ Kulturvaneundersøgelsens beregninger er meget generelle, og der er forskellige udsving i forhold til forskellige museumstyper og forskelligheden blandt de enkelte museers lokalbefolkninger.

²² *Nationalmuseet. Kend publikums ønsker og behov*. Fokusgrupper af ikkebrugere. Syn på ”nyere tid”. Mercuri Urval, februar 1997. Undersøgelsen blev gennemført af Dorte Cohr Lützen og Jytte Lyngvig.

”indvandrere”, ”ikke-højtuddannede fra københavnsområdet” og ”ikke-uddannede fra provinsen på øerne”.

Ikke-brugernes forventninger til museet var, at stedet var trist og ”skoleagtigt” med lange gange, at der var mange gamle ting uden sammenhæng med hinanden, at man skal være stille, og at man ikke må røre ved tingene.

Fokusgruppernes ønsker til et besøg på Nationalmuseet var blandt andet, at ”Man skal have noget med hjem”, ”Man skal have ny inspiration”, og ”Man skal kunne fortælle om det til andre”. Undersøgelsen viste, at ikke-brugernes idéer til museet gik på øget markedsføring og udvidede åbningstider (”De har jo kun åbent, når vi er på arbejde”), ønsker om et imødekommende personale samt om mere levende udstillinger. Dette konkretiseredes med inddragelse af flere sanser end synssansen, ønske om helhedsoplevelser og sammenhænge gennem fokuserede særudstillinger og liv i formidlingen skabt i dialog med den besøgende gennem brug af fantasi, samtale og diskussion²³.

I 2001 publiceredes i England *Developing New Audiences for the Heritage*, som er en større analyse af publikum ved museer, biblioteker, historiske bygninger og kulturmiljøer m.v.²⁴ Formålet med analysen var dels at skabe overblik over publikumsprofilen, dels at identificere underrepræsenterede besøgsgrupper.

Undersøgelsen viste, at de underrepræsenterede besøgsgrupper kan karakteriseres ved enten at være førskolebørn og deres forældre, teenagere, unge i arbejde, etniske minoriteter, lavindkomstgrupper og arbejdsløse, handicappede eller folk uden bil.

Developing New Audiences for the Heritage indeholder analyser af de forskellige underrepræsenterede publikumsgrupper og af de særlige barrierer, der gør, at dele af befolkningen ikke besøger kulturarven. De typiske barrierer er billetpris, manglende faciliteter for handicappede og små børn, manglende information om stedet, ringe transportmuligheder, begrænsede åbningstider, manglende læsefærdigheder hos publikum/for højt intellektuelt formidlingsniveau, publikums manglende følelse af relevans eller af at være velkommen samt utilstrækkelig uddannelse af personale til at håndtere et uvant publikum.

Rapporten indeholder forslag til, hvordan museerne m.fl. kan nedbryde barrierer og tiltrække nye publikumsgrupper. Der nævnes blandt andet:

- At synliggøre og kommunikere museets relevans, underholdningsværdi og ”valuta for pengene” til et uvant publikum

²³ Nationalmuseets undersøgelse viste også, at aspekter som prisniveau i butik og restaurant havde betydning for ikke-brugernes opfattelse af, om museet henvendte sig til dem. Desuden efterspurgtes brugervenlighed og dialog med brugerne.

²⁴ *Developing New Audiences for the Heritage*, 2001. Undersøgelse af PLB Consulting Ltd. for Heritage Lottery Fond.

- At udvikle målgrupperettede produkter gennem events og øget aktivitetsniveau med særarrangementer
- At sikre et imødekomende personale
- At forny markedsføring
- At etablere partnerskab med foreninger og andre grupper (lobby/outreach)
- At sikre forskellige formidlingsniveauer (sprogligt og intellektuelt)
- At forny fortolkningsmuligheder, så der skabes større relevans for etniske minoriteter.

I en amerikansk publikumsundersøgelse fra 1980'erne på Toledo Museum of Art i Ohio har man undersøgt forskellige brugergruppers forhold til seks beskrevne kvaliteter ved et museumsbesøg. Gruppen af ikke-brugere, som udgjorde 46 % af lokalbefolkningen, fremhævede kvaliteterne "social fællesoplevelse", "føle sig tilpas i omgivelserne" og "deltageraktivitet" som positive. Derimod satte ikke-brugerne ikke specielt pris på kvaliteterne "værdifuld aktivitet", "udfordring til nye oplevelser" og "muligheden for at lære", som netop de hyppige museumsgæster satte stor pris på²⁵.

3.4.2 Udvalgets drøftelser vedrørende ikke-brugere

Der er i befolkningen forskellige interesser og behov for oplevelser. Der er også forskellige ønsker til, hvad der skal afprøves af kulturtilbud, som man ikke på forhånd har et nærmere kendskab til. Det er derfor udvalgets opfattelse, at museerne ikke unødigt skal problematisere det faktum, at en del af befolkningen ikke ønsker at benytte museernes tilbud. Men museerne må alligevel i fællesskab have ambition om at kunne tiltrække et bredt udsnit af befolkningen. Det følger heraf, at det enkelte museum ikke nødvendigvis skal have ambitioner om at tiltrække et repræsentativt udsnit af befolkningen, men museet bør definere, hvilke publikumsgrupper museet med sin formidling ønsker at tiltrække, og arbejde systematisk med at efterleve denne ambition.

Formidlingsudvalget anbefaler, at museerne etablerer et større kendskab til, hvilke grupper af befolkningen der ikke besøger museerne. Desuden bør det undersøges, hvilke barrierer der gør sig gældende for ikke-brugere af danske museer. Kulturarvsstyrelsen bør tage et centralt initiativ til at udvikle en undersøgelsesmetode, som kan systematisere disse oplysninger til brug for hele museumsnetværket, men som også kan bruges af det enkelte museum til udvikling af strategier for at tiltrække særligt prioriterede publikumsgrupper på museet.

3.5 Udvalgets anbefalinger vedrørende museernes besøgende

- Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturministeriet og Kulturarvsstyrelsen udarbejder et grundlag for en systematisk og differentieret publikumsstatistik, således at der kan tilvejebringes data, der kan bruges til nærmere analyser af besøgsudviklingen på forskellige grupper af museer.

²⁵ Undersøgelsen stammer fra Marilyn G. Hood, *Staying away: Why People Choose Not to Visit Museums*, Museums News April 1983.

- Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen foretager en særlig analyse af udviklingen i besøgstal og formidlingspraksis på de naturhistoriske museer, som kan danne grundlag for udarbejdelse af en strategi for en styrkelse af disse museers fremtidige formidling.
- Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen tager initiativ til at etablere grundlaget for publikumsundersøgelser på danske museer efter inspiration blandt andet fra det hollandske MuseumMonitor. Finansieringen af dette initiativ kan ske med bidrag fra såvel den ministerielle pulje til formidlingsinitiativer som med mindre (abonnements)bidrag fra museerne selv.
- Formidlingsudvalget anbefaler, at museerne etablerer et større kendskab til, hvilke grupper af befolkningen der ikke besøger museerne. Desuden bør det undersøges, hvilke barrierer der gør sig gældende for ikke-brugere af danske museer. Kulturarvsstyrelsen bør tage et centralt initiativ til at udvikle en undersøgelsesmetode, som kan systematisere disse oplysninger til brug for hele museumsnetværket, men som også kan bruges af det enkelte museum til udvikling af strategier for at tiltrække særligt prioriterede publikumsgrupper på museet.

4 Entré og gratis adgang²⁶

Entréindtægter indgår i det økonomiske grundlag for museernes drift. På de statslige museer udgør entréindtægterne en mindre del af museernes samlede indtægter (tilskud samt øvrige indtægter). De statsanerkendte museers entréindtægter udgør såvel nominelt som procentuelt en større andel af den samlede museumsøkonomi – men med meget store variationer museerne imellem.

4.1 Baggrund og gældende ordning

Museumsloven regulerer som udgangspunkt ikke spørgsmålet om opkrævning af entré og eventuelle billetprisers størrelse på de danske museer. Spørgsmålet er således på tilskudsområdet overladt til det enkelte statsanerkendte museum. Undtagelsen er lovens § 14, stk. 1, nr. 12, hvor der er krav om gratis adgang for skoleelever, der kommer på museerne som led i undervisningen.

Endvidere er der pr. 1. januar 2006 indført gratis adgang for børn og unge under 18 år, jf. nedenfor.

På det statslige område var der indtil 1991 gratis adgang på 4 statslige museer. Det gjaldt Nationalmuseet, Statens Museum for Kunst, Tøjhusmuseet (nu Statens Forsvarshistoriske Museum) og Den Hirschsprungske Samling. I 1991 blev kravet om entré indført som led i den daværende regerings målsætning om indførelse af brugerbetaling eller medbetaling på en række områder. I 1997 blev der indført en gratisdag på de statslige museer – onsdag – som museerne blev kompenseret økonomisk for.

Der er pr. 1. januar 2006 indført gratis adgang for alle til de permanente samlinger på Nationalmuseet²⁷ og Statens Museum for Kunst og for børn og unge under 18 år på de øvrige statslige museer under Kulturministeriet, jf. nedenfor.

4.2 Museernes entréindtægter og billetpriser

Museernes indtægter fra billetsalg er meget varierende. Enkelte museer har gratis adgang og dermed ikke entréindtægter. Men langt de fleste museer opkræver entré. Hertil kommer, at museerne har meget forskellige priser for de enkelte alderskategorier. For betalende børn ligger billetprisen i et spænd fra 4-40 kr., og for voksne er det på 10-85 kr. Gennemsnitsbilletindtægten ligger på ca. 13 kr. I denne forbindelse kan det nævnes, at det er museerne med de største besøgstal, der har de højeste billetpriser og den højeste gennemsnitlige entréindtægt pr. besøgende.

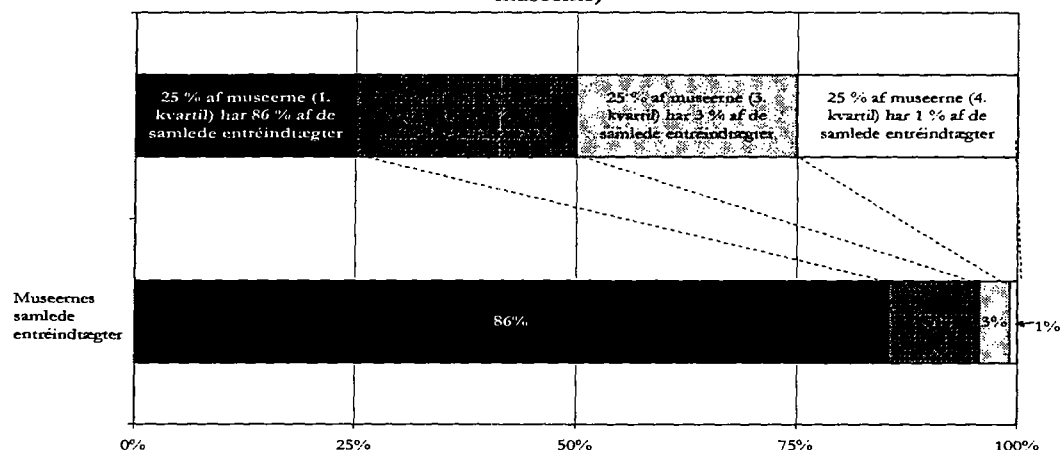
Entréindtægten er langt fra ligeligt fordelt mellem museerne. Det fremgår af tabel 4.1, at 25 % af museerne har 86 % af de samlede indtægter, og at de øvrige 75 % af museerne således kun oppebærer 14 % af indtægterne.

²⁶ Afsnittet tager udgangspunkt i de forhold, der var gældende forud for 1. januar 2006.

²⁷ Nationalmuseet har endvidere valgt også at give gratis adgang til museets særudstillinger.

Tabel 4.1

De samlede entréindtægter fordelt på 4 grupper af museer (hver gruppe = 25% af museerne)



Tabel 4.2 viser statsanerkendte museer ordnet efter entréens andel af de samlede indtægter (de 15 med størst andel). Det ses, at for nogle museer udgør entréindtægten en meget stor del af museets samlede finansieringsgrundlag.

Tabel 4.2 Museer med højeste entréandel af samlede indtægter (2003)

Entréindtægter sorteret efter %

Museum	Samlede indtægter (mio. kr.)	Entréindtægter (mio. kr.)	i % af de samlede indtægter
Skagens Museum	10,7	6,6	62
De Danske Kongers Kronologiske Samling (§ 16)	21,4	10,3	48
Den Gamle By (§ 16)	27,1	11,8	43
Fiskeri- og Søfartsmuseet	20,1	7,0	35
Hjerl Hedes Frilandsmuseum	9,8	3,4	34
Museet på Koldinghus	16,3	3,7	23
Teatermuseet (§ 16)	2,6	0,6	22
Gl. Estrup Jyllands Herregårdsmuseum (§ 16)	4,0	0,8	20
Kerteminde Egnens Museer	9,6	2,0	20
Ringkøbing Museum	5,5	1,1	20
Faaborg Museum for Fynsk Malerkunst	3,3	0,6	20
Louisiana (§ 16)	92,1	17,6	19
Museerne i Ærøskøbing	2,5	0,5	19
Vikingskibsmuseet i Roskilde (§ 16)	27,1	4,7	17
Den Antikvariske Samling (i Ribe)	10,3	1,8	17

Tabel 4.3 viser de statslige museer med entréindtægten procentvis andel af de samlede indtægter (mio. kr.). Det ses, at entréindtægten på de statslige museer generelt udgør en mindre del af museets finansieringsgrundlag.

Tabel 4.3

Statsligt museum	Nettoudgiftsbevilling, tilskud og øvrige driftsindtægter, if. Statsregnskabet	Entréindtægter	i % af de samlede indtægter
Nationalmuseet	244,4	5,4	2
Statens Museum for Kunst	91,2	8,1	9
Statens Forsvarshistoriske Museum ²⁸	13,9	1,4	10
Ordrupgaard ²⁹	7,6	0,3	4
Den Hirschsprungske Samling ³⁰	14,0	0,5	4
Dansk Jagt- og Skovbrugsmuseum	6,3	0,4	6
Dansk Landbrugsmuseum	7,8	1,0	13

4.2.1 Rabatordninger for børn

Det er kendetegnende, at museerne har nedsatte priser eller gratis adgang for børn og unge. Men der er fra museum til museum stor forskel på, hvornår der skal betales voksen- eller børnetakst. Hovedparten af museerne sætter skellet mellem barn og voksen ved aldersgrupperne 15 og 16 år. Men spændet går fra 12 år og op til 25 år, inden der skal betales voksenpris. Det er også varierende fra museum til museum, om og i givet fald hvilken aldersgruppe af børn der har gratis adgang. Godt og vel halvdelen af museerne har gratis adgang for børn op til 14 eller 15 år, mens nogle museer kun giver gratis adgang til børn under 2 år.

Entréindtægterne for børn og unge er ikke ligeligt fordelt mellem museerne. Det fremgår af tabel 4.4, at 25 % af museerne har 93 % af de samlede entréindtægter for børn og unge, og at de øvrige 75 % af museerne således kun oppebærer 7 % af indtægterne for børn og unge.

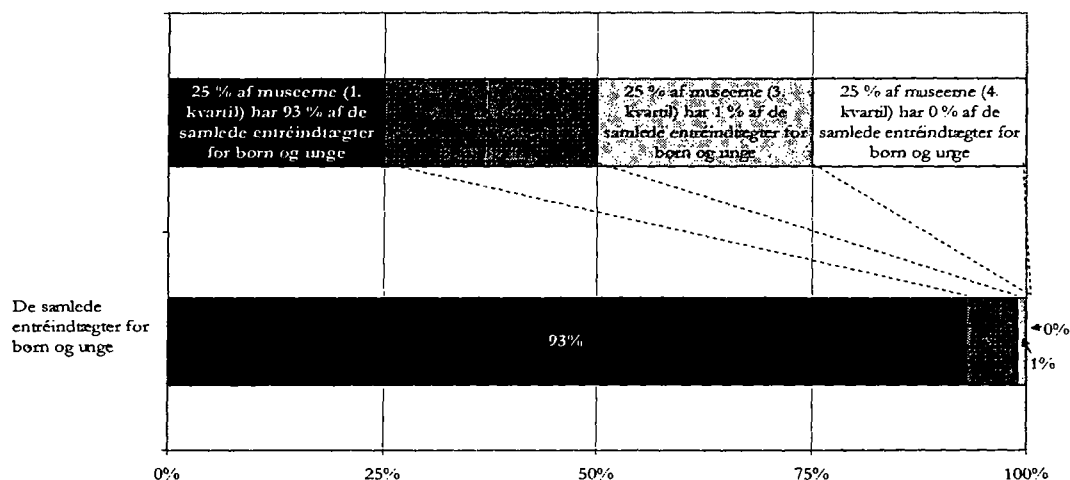
²⁸ Ca. 2/3 af indtægterne er opnået i efterårsferien i forbindelse med afholdelse af særarrangement.

²⁹ Ordrupgaard lukkede den 1. august 2003 for ombygning. Museet genåbnede den 30. august 2005.

³⁰ Tallet er inklusive 8,0 mio. kr., der blev overført til afholdelse af festivalen Golden Days.

Tabel 4.4

De samlede entréindtægter for børn og unge fordelt på 4 grupper af museerne (hver gruppe = 25% af museerne)



En række museer har museumsklubber for børn og unge, hvor medlemskab giver gratis adgang. Udvalget anser dog ikke den gratis adgang som eneste bevæggrund til, at børn og unge melder sig ind i museumsklubber. Det antages derimod at være de aktiviteter, der indgår i klubkoncepterne, som giver anledning til indmelding. Derfor forventer udvalget ikke, at indførelse af gratis adgang for børn og unge vil medføre en nedgang i museumsklubbernes medlemstal.

4.2.2 Rabatordninger for andre grupper

Der findes også andre former for rabatordninger på de danske museer. Mest udbredt er reduceret billetpris for befolkningsgrupperne studerende og pensionister. Tabel 4.5 viser, at 33 % af museerne tager en lavere billetpris for studerende, og 40 % af museerne har en reduceret entré for pensionister eller besøgende over 60 år. 13 % af museerne yder grupperabat, og enkelte museer har særlige familiebilletter eller ungdomsbilletter.

Tabel 4.5 Rabatordninger

	Antal museer	i % af alle museerne
Studierabat	54	33
Pensionistrabat	65	40
Grupperabat	21	13
Særlig ungdomsbillet	5	3

4.3 Udvalgets drøftelser af argumenter for og imod gratis adgang på museer

Hovedargumentet for gratis adgang på museer er, at museerne er en del af den fælles kulturarv. Alle bør have mulighed for at kunne tage del i den fælles kulturarv. Gennem museernes samlinger og formidlingen heraf frembringes oplevelser og erkendelse, herunder en væsentlig viden om vores historie i kontekst med verden omkring os og dermed om det fundament, som vores samfund i dag bygger på. Museer er derfor vigtige for befolkningens dannelse og oplysning og giver oplevelser. Alle borgere bør derfor have en så uhindret adgang som muligt til museerne. Museerne har (ligesom folkebibliotekerne) potentiale til at være mødesteder for forskellige kulturer og befolkningsgrupper. Gratis adgang vil således kunne give en større del af befolkningen incitament til at besøge museerne og dermed fremme oplevelsen af museernes samfundsmæssige værdi og medvirke til en mere repræsentativ publikumssammensætning på museerne. Desuden ses den gratis adgang som en mulighed for en højere andel af kortvarige, gentagne og mere spontane museumsbesøg.

Imod gratis adgang på museer er det væsentligste samfundsorienterede argument, at ordningen ikke i sig selv med sikkerhed afføder tilstrækkelig høj stigning i besøg fra socioøkonomiske underrepræsenterede brugergrupper. Erfaringen viser, at publikum på de mest besøgte museer ikke ser ud til at have problemer med at skulle betale for at komme ind på museerne. Det er generelt på disse museer, at entréprisen er højest.

Der kan også stilles det spørgsmål, om gratis adgang vil have indflydelse på museernes arbejde for at tiltrække publikum, når der ikke kan forventes indtjening på besøg. Der er endelig en bekymring for, at gratis adgang kan give museumssektoren et image af at være mindre værdifuld end andre kulturoplevelser, som der kræves betaling for.

Set fra museernes side er argumenterne imod gratis adgang, at museerne risikerer, at tilskudsmyndighedernes compensation ikke er tilstrækkelig, at der ikke vil være en tilsvarende stigning i egenindtjening i museernes butikker og caféer, at publikum bruger mindre tid på museet, og at mange besøgende vil afstå fra at besøge særudstillinger, der koster penge. Størrelsen af compensation for gratis adgang vil kunne give anledning til kontinuerlig forhandling mellem staten/kommunerne og museerne – herunder om spørgsmålet om afledte udgifter ved gratis adgang (fx større slid), definition af permanente samlinger/særudstillinger, værdien af medlemskab af museumsklubber, eventuelle nye afgifter på museernes serviceydelser m.v.

Det er endvidere blevet anført, at ordningen med gratis adgang vil medføre, at museerne mister et væsentligt styringsværktøj for museernes økonomi.

Endelig kritiseres ordningen med gratis adgang på visse museer for at være konkurrenceforvridende i forhold til de museer og andre attraktioner, der ikke er omfattet af ordningen.

4.4 Erfaringer med gratis adgang

4.4.1 Danske erfaringer med gratis adgang på museer

Der er ikke nogen ny sammenfattende dansk undersøgelse af entréens betydning for publikums sammensætning og antal. En undersøgelse foretaget af Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut i 1992-93 konkluderede, at entréordningen ikke havde afgørende betydning for besøgstallet, men at det afgørende snarere var, hvad museerne havde at byde på i form af særudstillinger og permanente samlinger. En anden markant faktor kan være et museums nyhedsværdi – enten et helt nyt museum eller genåbning efter en større ombygning.

Der blev i 1997 indført en gratisdag på de statslige museer. På Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst har erfaringerne med dette været, at der kommer markant flere besøgende på gratisdagen (onsdag).

Nationalmuseet gennemførte i oktober og november 2003 et forsøg med gratis adgang. Museet har endvidere i hele 2004 gennemført et forsøg med nedsat entré.

Erfaringerne fra de to måneder med gratis adgang var klare: Museet forøgede sit besøgstal markant i perioden (med 108 %) – og det uden egentlige markedsføringsaktiviteter (ud over den presseomtale, der blev sagen til del). Det bemærkes, at der i perioden vist en særudstilling (Sejrens Triumf), og at ca. 50 % af de adspurgte besøgende angav en udstilling som den primære grund til besøget. Nationalmuseet har oplyst, at de fik de samme praktiske erfaringer som lignende forsøg med gratis adgang i blandt andet Stockholm og London: større slitage på inventar og øgede udgifter til rengøring og opsyn, markant større forbrug af diverse hjælpematerialer som informationsmateriale og foldere. Frontpersonalet mærkede, at de mange nye gæster betød en markant ændring i folks adfærd: andre typer spørgsmål i forbindelse med ankomsten, mere uro og forøget arbejde i forbindelse med vejledning.

På baggrund af erfaringerne fra de to måneder med gratis adgang besluttede Nationalmuseet forsøgsvis at halvere entréen i 2004 (fra 50 kr. for voksne og gratis for børn under 16 år til 25 kr. og gratis for børn under 16 år). Samtidig med halveringen af billetprisen til 25 kr. blev en lang række rabatorordninger i øvrigt afskaffet. Det er vanskeligt at udlede generelle træk ved at sammenstille besøgstallene for 2003 og 2004. En lang række variabler som særudstillingers popularitet, markedsføringsindsatsen, vejrlig m.m. er meget afgørende for besøgstallene. Nationalmuseet har dog konkluderet, at en halvering af billetprisen til 25 kr. ikke er en vigtig faktor for museumsbesøg eller ej. Efter en periode i begyndelsen af 2004 med svagt stigende besøgstal stagnerede effekten af halv entre over året. Nationalmuseet besluttede på det grundlag at opkræve normal entré fra 2005 – hvilket i øvrigt ikke har affødt nogen markant effekt på besøgsfrekvensen over året.

I *Randers Kommune* besluttede man at indføre gratis entré på de lokale museer fra 2005. For Kulturhistorisk Museum i Randers har ordningen vist sig at være en stor succes. Antallet af besøgende er fra 2004 til 2005 steget med 50 %, og publikumssammensætningen har ændret karakter. Dertil kommer, at besøgs mønstret på museet er ændret. Efter indførelsen er antallet af korte besøg på museet steget markant. Det er især børnefamilier, der benytter sig af tilbuddet om gratis entré, og hvor et museumsbesøg

tidligere strakte sig over flere timer, er det nu almindeligt at dele museets udstillinger op i flere besøg.

I *Frederiksborg Amt* har man forsøgt sig med gratisuger på egnsmuseerne i regionen. Det drejer sig om perioden 15. juni - 3. juli 2005, hvor 6 museer i Frederiksborg Amt havde gratis adgang. Overordnet har ordningen været en succes med en stigning i besøgstallet på 116 % (svarende til 2.517 flere besøgende i 2005). Dog udtrykker enkelte museer betænkeligheder ved den givne compensation, som ikke svarer til de tabte entréindtægter. Museerne opnåede meget omtale i pressen set i forhold til begivenhedens størrelse, hvilket betyder, at kendskabet til de enkelte museer er blevet øget. Eftersom forsøget kun varede små tre uger, er det dog umuligt at sige noget om en ændring i publikums-sammensætningen eller om ændringer i besøgs-mønstret.

4.4.2 Udenlandske erfaringer med gratis adgang på museer

I flere lande har man gennemført helt eller delvis gratis adgang til museerne. Det har ved disse initiativer vist sig, at gratis adgang generelt resulterer i en forholdsvis stor umiddelbar stigning i det samlede besøgstal. Stigningen skyldes bl.a. førstegangsbesøgende; heraf kommer kun en mindre procentdel af de besøgende med en anden socioøkonomisk baggrund end tidligere, mens hovedparten af de nye besøgende primært kommer fra samme segment som museets kernebrugere. Det viser sig endvidere, at gratis adgang rent økonomisk har affødt stigende udgifter til bl.a. rengøring og vagter, mens der ikke har vist sig en tilsvarende stigning i indtjeningen i butik, café mv. Der er ikke udarbejdet en systematisk dokumentation af, hvad gratis adgang har af effekt på de forskellige sider af museets virksomhed.

England indførte i 1999 princippet om gratis adgang for børn på 13 nationale museer. Fra 2001 blev det gratis for alle aldersgrupper at besøge de udvalgte 13 nationale museer. I det første halve år steg besøgstallet markant i forhold til samme periode året før, og besøgstallet er steget med 75 % siden 2001³¹. I samme periode er der gennemført en række formidlingsinitiativer, som har til formål at sikre en bredere publikumssammensætning på museerne.

I *Sverige* blev der fra 2004 indført gratis adgang på 3 statslige museer³², der skulle genåbne efter ombygning eller renovering. Fra 1. januar 2005 blev ordningen udbredt til også at dække yderligere 16 statslige museer. Baggrunden for reformen var et ønske om at skabe et ikke-kommercielt rum, hvor befolkningen kan mødes, diskutere og uddybe deres viden om kulturarv. Museerne får compensation for manglende entréindtægter, men der er ikke nogen garanti for dækning af alle afledte omkostninger. Den gratis adgang omfatter de permanente samlinger, mens der kan opkræves betaling for særlige aktiviteter, særudstillinger, konferencer, besøg efter almindelig åbningstid mv. Hovedparten af de museer, der er gratis adgang til, ligger i Stockholm, hvilket har givet

³¹ http://www.culture.gov.uk/museums_and_galleries/access.htm

³² Museet for moderne kunst, Museet for arkitektur og Museet for Fjernøstens antikviteter

anledning til debat. Det svenske Kulturrådet har i januar 2006 evalueret ordningen³³. Der er konstateret en tydelig trend med en forøgelse af besøgstallet. Det samlede besøgstal for de museer, hvor der er indført gratis adgang, er øget med 2,9 mio. besøgende svarende til 159 % i 2005, sammenlignet med året inden gratis adgang blev indført.

4.5 Indførelse af gratis adgang for børn og unge

4.5.1 Regeringens politik

Regeringen vil styrke danskernes kendskab til den fælles kulturarv. Af regeringsgrundlaget "Nye mål" fra februar 2005 fremgår det blandt andet, at det skal ske ved gratis adgang for børn og unge til museer.

Kulturministeren fremsatte den 5. oktober 2005 et lovforslag om ændring af museumsloven som opfølgning på regeringsgrundlaget. Lovforslaget blev vedtaget enstemmigt af Folketinget den 15. december 2005. Loven trådte i kraft den 1. januar 2006.

Lovændringen indebærer, at der indføres gratis adgang for børn og unge under 18 år på landets statsanerkendte museer. Samtidig indføres ordningen for de statslige museer ved finansloven for 2006. De statslige museer er af historiske årsager primært koncentreret omkring hovedstaden, mens de statsanerkendte museer er spredt ud over hele landet. Ordningen omfatter de museer, der hører under Kulturministeriets budgetmæssige ressort. Videnspædagogiske centre, museer under andre ministerier end Kulturministeriet, private museer samt andre attraktioner mv. er ikke omfattet af ordningen. Med hensyn til aldersgrænsen for gratis adgang har Kulturministeriet tilsluttet sig Formidlingsudvalgets anbefaling om, at ordningen skal omfatte børn og unge under 18 år.

Loven indebærer, at der ydes kompensation til museerne for det tab, som indførelsen af gratis adgang for børn og unge under 18 år medfører. Størrelsen af kompensationen er fastsat én gang for alle med udgangspunkt i oplysninger indhentet fra museerne.

Loven er omfattet af regeringens lovovervågningsprogram. Kulturministeriet vil således om 3 år foretage en vurdering af følgerne af indførelsen af gratis adgang for børn og unge under 18 år, herunder kompensationsspørgsmålet.

4.5.2 Udvalgets overvejelser

Formidlingsudvalget finder det positivt, at der gives gratis adgang for børn og unge under 18 år til de statslige museer under Kulturministeriet og til samtlige statsanerkendte museer.

³³ Evalueringen kan ses på Kulturrådets hjemmeside, www.kulturradet.se/index.php?pid=2538 Kulturrådet afgiver i sommeren 2006 en evalueringsrapport til den svenske regering, der nærmere beskriver erfaringerne med gratis adgang, herunder eventuelle forandringer i publikumssammensætning.

Udvalget forventer på denne baggrund umiddelbart en øget brug af museerne – også fra dele af befolkningen, som ikke for nuværende besøger museerne jævnligt. I denne forbindelse anser udvalget gratis adgang som en mulighed for en højere andel af kortvarige, hyppigere og mere spontane museumsbesøg.

Formidlingsudvalget har endvidere drøftet spørgsmålet om aldersgrænsen for den gratis adgang til museerne. Da en stor del af museerne allerede har gratis adgang for børn og unge under 16 år, finder udvalget det vigtigt, at ordningen rækker ud over dette alderstrin. Unge i aldersgruppen 16-18 år kommer formentlig heller ikke så hyppigt på museerne som led i undervisningen. Udvalget ser en fordel – og udfordring – i, at den unge generation lærer at gå på museum også uden for skoletiden. På dette grundlag var der i udvalget bred enighed om at anbefale, at grænsen sættes ved 18 år, svarende til myndighedsalderen.

4.6 Yderligere gratis adgang?

4.6.1 Regeringens politik

Regeringens aktuelle tiltag med hensyn til gratis adgang for den øvrige del af befolkningen (over 18 år) er målrettet og fokuseret til de permanente samlinger på Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst, som er de to centrale, nationale museer på det kunsthistoriske og kulturhistoriske område.

Regeringen finder ikke på nuværende tidspunkt, at ordningen med gratis adgang for voksne bør udstrækkes herudover.

4.6.2 Udvalgets overvejelser

Med udgangspunkt i argumenterne for og imod gratis adgang er der ikke en entydig holdning i formidlingsudvalget til det ønskelige i at udstrække ordningen med gratis adgang for voksne, ud over det, der allerede gennemføres fra 1. januar 2006.

4.7 Udvalgets anbefalinger om entré og gratis adgang

- Formidlingsudvalget anbefaler, at aldersgrænsen for gratis adgang for børn og unge sættes til 18 år, svarende til myndighedsalderen.
- Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen følger udviklingen på de statsanerkendte museer, jf. lovovervågning af effekten af lovændringen på det statsanerkendte område, og tillige sammen med Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst vurderer følgerne af den ordning, der er indført for disse to museer.
- Formidlingsudvalget anbefaler, at Kulturarvsstyrelsen følger andre danske initiativer og den internationale udvikling med gratis adgang.

5 Udvikling af museernes udstillinger og andre formidlingsaktiviteter

Udstillinger er museernes primære formidlingsform, der ofte suppleres med kataloger og aktiviteter, som folder udstillingens tema ud. Ved et museumsbesøg møder den besøgende en formidling, der er tilrettelagt på baggrund af et eller flere museers samlinger og forskningsbaserede viden om udstillingens tema.

En udstilling er først og fremmest en bestemt kommunikationsform, som museerne i århundreder har anvendt og eksperimenteret med. Ordet "udstilling" betyder oprindeligt "visning af genstande", og der findes mange andre udstillingstyper end de museale, for eksempel messer, biennaler og galleriudstillinger. Udstillingsmediet kan både rumme læring i pædagogisk forstand, være attraktiv som et kommercielt produkt og rumme betydelige kunstneriske, kultur- og naturhistoriske aspekter.

En udstilling bør muliggøre flere typer af læsninger eller navigationer, således at brugeren har mulighed for at afgøre, hvor dybt han eller hun ønsker at dykke ned i udstillingen, og dermed hvor kompleks en oplevelse brugeren forlader udstillingen med.

Museerne spiller også en betydelig rolle i formidlingen af den faste kulturarv i kulturlandskabet, af naturhistorien i naturen og af kunsten i det offentlige rum for eksempel gennem byvandring, besøg ved arkæologiske udgravninger, busture, publikationer, rundvisninger via håndholdte computere, foldere og foredrag "på stedet" i byens rum eller i kultur- og naturlandskabet.

Grundlæggende for museumsformidlingens succes er, at der også er en modtager, der både kan forstå og ønsker eller er motiveret for at modtage afsenderens budskab. Spørgsmålet om den kvalitativt gode formidling er således tæt forbundet med en modtager- og afsender-problematik, og indebærer derfor både pædagogiske og formidlingsmæssige krav til afsenderen og til modtageren.

Museernes digitale formidling er beskrevet særskilt i kapitel 6, og formidlingen gennem museumsundervisning er beskrevet særskilt i kapitel 7, da både indhold på internettet og nyttiggørelse af museerne i forhold til undervisningssektoren er særligt i fokus i disse år.

5.1 Museumsformidlingens funktion

At indsamle og fremvise betydningsfulde genstande, værker og samlinger er ikke noget nyt fænomen. Fra oldtidens antikke samlinger over kongelige og fyrstelige kunstkamre i renæssancen til nutidens museer er der indsamlet betydningsfulde genstande, som kan give viden om verden i bred forstand.

The International Council of Museums (ICOM) definerer museer således: "*A museum is a non-profit-making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment*"³⁴.

ICOM understøtter hermed en samfundsmæssig nytte af museerne, der som kulturinstitutioner virker for samfundet og dets udvikling. Der beskrives tre væsentlige formål med museernes forskning, indsamling, bevaring og formidling, nemlig et studieformål, et uddannelsesformål og et adspredelsesformål. Altså er museerne defineret både som dannelsesinstitutioner og oplevelsescentre for publikum.

Den danske museumslov har til formål at fremme museernes virksomhed og samarbejde med henblik på at sikre Danmarks kultur- og naturarv og at sikre adgangen til og viden om kultur- og naturarven og dens samspil med verden omkring os.

I Danmark opbyggede Frederik III's livlæge Ole Worm i 1600-tallet et af de mest kendte kunstkamre, hvor samlingerne af natur- og kulturgenstande blev klassificeret systematisk efter videnskabelige idealer. I oplysningstiden skabtes der et behov for, at de systematiske samlinger af historiske genstande kunne være videnskabeligt oplysende og samtidig folkeligt appellerende. Denne todeling af museernes formidling diskuteres stadig. Den videnskabeligt oplysende udstilling og den folkeligt appellerende udstilling ses også udtrykt som modsætninger³⁵.

Bag museernes formidling ligger et forskningsbaseret arbejde med at udvælge og indsamle væsentlige genstande og en bevarings- og registreringsindsats, som ikke umiddelbart er synlig for publikum. Museernes formidlingsvirksomhed hænger nøje sammen med museumslovens bestemmelser om, at museer også skal indsamle, registrere, bevare og forske inden for det ansvarsområde, der er tillagt de enkelte museer.

Langt de fleste museumsbesøgende ser alene museernes udstillinger og kender ikke umiddelbart til det bagvedliggende arbejde eller til indholdet af museernes magasiner. Men en række museer etablerer også åbne (fysiske og digitale) magasiner og arrangerer særlige offentlige besøg i magasiner og konserveringsværksteder. Sådanne tiltag synliggør, at museernes udstillinger og formidlingsaktiviteter er i tæt forbindelse med og udtryk for den viden, som museerne producerer gennem indsamling, registrering, forskning og bevaring.

5.1.1 Udvalgets drøftelser af formidlingens funktion

³⁴ ICOM er den internationale museumskomité under UNESCO. Citatet er fra ICOMs Statutes, article 2, paragraf 1. <http://icom.museum/statutes.html#2>

³⁵ Afsnittene bygger på artiklen "*Museet i tiden – erindringsrum og verdensspejl*" af Carsten Paludan-Müller i *Museerne ved årtusindskiftet*, Statens Museumsnævn, 1996. For diskussioner af museernes formidling se for eksempel *Museerne ved årtusindskiftet* eller *Fremtidens Formidling af Fortiden*, Moesgårdseminaret, 1998.

Formidling er museernes vigtigste redskab til at kommunikere med omverdenen. Det er udvalgets opfattelse, at museernes formidling kan spille en væsentlig rolle både på det samfundsmæssige og på det personlige plan. Museernes udstillinger kan bidrage til at skabe forståelse for forskellige måder at leve og se verden på og belyse samfundsmæssige problemstillinger i et historisk perspektiv. Museer kan give æstetiske og kunstneriske oplevelser, som udvider den enkeltes perspektiv og tilbyder fordybelse og oplevelser, der kan rykke ved den enkeltes opfattelse af sin omverden og af sig selv. Et møde med museernes autentiske genstande kan fortrylle, provokere, skabe fortællinger, underholde og belære den besøgende.

Udvalget finder således, at museernes formidling af kunst-, kultur- og naturhistorie tilbyder forståelses- og dannelsesmæssige oplevelser til den enkelte borger, og at museer er af væsentlig betydning for udvikling af et samfund og af det enkelte menneske.

Udvalget ser ikke nogen modsætning mellem museernes opgave som dannelsesinstitutioner og kulturattraktioner. Tværtimod må forventningen til museerne netop være, at de på én gang kan formidle videnskabeligt oplysende og folkeligt appellerende.

Udvalget finder der vigtigt, at museerne er opmærksomme på, hvilke målgrupper de forskellige formidlingstiltag rammer, og at museerne også tænker mindre resursestærke dele af befolkningen ind i museernes overordnede formidlingspolitik.

5.2 Museumsformidlingens mangfoldighed

I Danmark fordeler de 137 statslige og statsanerkendte museer sig på tre faglige kategorier³⁶. Museerne er kendetegnet ved at indeholde samlinger af kunstværker, kulturhistoriske og naturhistoriske genstande, der danner grundlaget for museernes udstillinger. Fra samlingerne udlåner museerne værker og genstande til udstillinger på andre museer i ind- og udland, så museerne både nationalt og internationalt supplerer hinandens samlinger i formidlingsøjemed.

De kulturhistoriske museer belyser forandring, variation og kontinuitet i menneskers livsvilkår fra de ældste tider til nu. Kunstmuseerne belyser billedkunstens historie og aktuelle udtryk samt dens æstetiske og erkendelsesmæssige dimensioner. De naturhistoriske museer formidler naturen, dens udvikling, nutidige miljø og samspillet med mennesker³⁷.

Museernes forskellighed giver forskellige muligheder for at formidle. En række museer i Danmark kan etablere udstillinger, der vækker interesse nationalt og internationalt og både appellerer til et dansk og internationalt publikum. Nogle museer formidler den

³⁶ Pr. 1. januar 2006 er der 7 statslige museer under Kulturministeriet fordelt på 4 kulturhistoriske museer og 3 kunstmuseer. Der eksisterer 130 statsanerkendte museer, fordelt på 92 kulturhistoriske museer, 32 kunstmuseer og 2 naturhistoriske museer, samt 2 kultur- og naturhistoriske museer, 1 kunst- og kulturhistorisk museum og 1 museum, som både er kunst-, kultur- og naturhistorisk.

³⁷ Beskrevet i museumslovens kapitler 2, 3 og 4.

lokale kulturhistorie gennem et langt historisk perspektiv, fortrinsvis til et lokalt eller regionalt publikum, og andre museer giver mere specialiserede tilbud om oplevelse for eksempel af vikinger, teaterhistorie, kunst i byrum, geologi og møbler eller industrihistorie.

Museerne benytter en bred vifte af formidlingsformer. Ud over den klassiske permanente museumsudstilling findes en mangfoldighed af særudstillinger og formidlingstiltag på museerne. Det er blandt andet skriftlige forsknings- og formidlingspublikationer og visuel formidling (for eksempel film og webudstillinger) samt forskellige former for mundtlig formidling og aktiviteter som ridderturneringer og inddragelse af publikum i at karte uld, brygge øl, dissekere dyr og udfolde sig kunstnerisk. Særligt de kultur- og naturhistoriske museer formidler historierne i landskabet og tilbyder en række arrangementer uden for museerne. I særlig grad har frilandsmuseer desuden en tradition for levendegørelse, hvor museumspersonale og frivillige arbejder med at skabe illusioner og stemninger, der medvirker til at skabe en helhedsoplevelse af museernes indhold.

En række museer har etableret børnemuseer, som er kendetegnet ved at være særligt indrettede lokaler, hvor formidlingen henvender sig til børn og unge. På nogle børnemuseer kan børn røre og lege med kopier af autentiske museumsgenstande; andre børnemuseer er indrettet med autentiske værker og genstande, der er udstillet i børnehøjde og med en pædagogisk formidlingsform, der særligt retter sig mod børn.

Der er etableret **egentlige børnemuseer** på flere museer, for eksempel Louisiana, Statens Museum for Kunst, Nationalmuseet, Dansk Landbrugsmuseum og Orlogsmuseet (afdeling af Statens Forsvarshistoriske Museum). Desuden har en lang række museer etableret skolestuer og historiske værksteder, som er målrettet børn og unge, for eksempel "ARoS Junior" på AROS Aarhus Kunstmuseum.

Internationalt set har nogle museer etableret større børnemuseer, hvor der ikke fremvises mange autentiske genstande, men hvor en børnevenlig indretning giver mulighed for aktiv medvirken i afprøvning af historiske arbejdsprocesser³⁸.

Et eksempel på interessen for museernes målretning af formidlingen i forhold til forskellige brugere er det nye formidlings- og videnscenter, som åbner på Statens Museum for Kunst i begyndelsen af 2007, og som målrettes aldersgruppen 12 – 20 år. Centret realiseres ved hjælp af en større donation fra Egmont Fonden, hvilket understreger udefrakommende interesse for udvikling af museerne til stærke formidlingsinstitutioner³⁹.

³⁸ For eksempel har Jewish Historical Museum i Amsterdam et meget stort børnemuseum, der fungerer som et helt museum i museet.

³⁹ Aktiviteterne i det nye formidlings- og videnscenter på Statens Museum for Kunst vil bevæge sig i krydsfeltet mellem klasselokalet, laboratoriet og kunstudstillingen. Centret vil på baggrund af den nyeste

Mangfoldighed og forskellighed er kendetegnende for museer over hele verden. Det er langt fra alle museer i verden, som arbejder målrettet, systematisk, udviklingsorienteret eller eksperimenterende med formidling. Men der har i flere år været en stærk international udviklingstendens på formidlingens teknologiske side, hvor digitale mediers interaktive muligheder også har inspireret til eksperimenter med øget brugerinddragelse og brugeraktivering i den øvrige museumsformidling.

5.2.1 Udvalgets drøftelser af formidlingens mangfoldighed

Formidlingsudvalget er af den opfattelse, at museernes mangfoldighed af fagområder og formidlingsudtryk er en kendetegnende styrke ved museernes formidling.

De forskellige museumstyper og museer af forskellig størrelse har forskellige muligheder og konkurrenceforhold. Derfor finder udvalget det vigtigt, at museernes formidlingsvirksomhed fortsat har rige muligheder for at udvikle sig forskelligt, og at der ikke arbejdes hen mod en ensretning af museernes formidlingstiltag og formidlingsformer.

Formidlingsudvalget finder det vigtigt, at der sikres kvalitetsudvikling og investering i museernes formidling, som kan fastholde et varieret udvalg af museumstilbud, hvor museer med forskellige typer samlinger og viden og med forskellige formidlingsformer fortsat kan give en bred vifte af kvalitetsbetonede tilbud til publikum.

5.3 Koordinering af museernes formidling

Der eksisterer en grundlæggende koordinering gennem fordelingen af faglige ansvarsområder imellem museerne. I museumsloven forudsættes det, at museerne samarbejder på formidlingsområdet⁴⁰. Koordineringen af formidlingen sker blandt andet i museernes arbejdsplanlægning og gennem udveksling af informationer de enkelte museer imellem.

Kulturarvsstyrelsen modtager de fireårige arbejdsplaner fra museumsrådene, og de offentliggøres på styrelsens hjemmeside til brug og inspiration for museer og andre interesserede. På formidlingsområdet kan arbejdsplanerne rumme særudstillingsplaner og andre formidlingstiltag inden for planperioden.

I Danmark er der tradition for museumssamarbejde også på formidlingsområdet. Det viser sig blandt andet ved museernes årlige "Fuglsø møder" om museumsformidling og ved formidlingsnetværket under Organisationen Danske Museer.

forskning inden for kunstformidling levere forløb, der direkte målrettes brugerens specifikke behov og ønsker. Det nye formidlingstiltag skal kunne benyttes af brugere i hele Danmark, hvorfor centret også vil etablere formidling og fjernundervisning via internettet og en nyoprettet webportal. Se mere om planerne for det nye formidlingsinitiativ på www.smk.dk.

⁴⁰ Det fremgår af museumslovens § 3, at museerne samarbejder med henblik på fremme af opgaverne nævnt i § 2 (indsamling, registrering, bevaring, forskning og formidling).

For at fremme koordineringen på udstillingsområdet udgav Statens Museumsnævn⁴¹ i 2000 en emneopdelt oversigt over kunstmuseernes forsknings- og udstillingsprojekter 2000-2005. Heri kunne museerne ikke blot annoncere kommende særudstillinger, men også efterlyse samarbejdspartnere til de enkelte projekter.

De kulturhistoriske museer har særlige landsdækkende "puljesamarbejder", som også genererer formidlingsprojekter. Puljerne er oftest faglige samarbejder om temaer som søfart, industri, dragt og tekstil, havekultur, integration og landbrug m.v. Disse puljer er samarbejdskredse, som støttes økonomisk af Kulturarvsstyrelsen og bidrager til erfaringsudveksling og fællesinitiativer inden for de forskellige temaer, som fastsættes af puljerne selv.

Desuden eksisterer den uafhængige forening "Museumsformidlere i Danmark" (MID), der gennem konferencer og nyhedsbreve sikrer vidensdeling mellem museumsformidlere i Danmark blandt andet med inddragelse af viden fra udlandet.

5.3.1 Formidlingssamarbejde – lokalt, regionalt, nationalt og internationalt

På *kunstmuseer* finder den særudstillingsrelaterede formidling hyppigt sted gennem fælles udstillingsprojekter, som et eller flere danske kunstmuseer er ansvarlig for. Samtidig giver den udlånsvirksomhed, der almindeligvis er en følge af særudstillinger, kunstmuseerne information om andre museers udstillingsplaner. For de mindre kunstmuseers vedkommende er der en god tradition for at samarbejde om særudstillingskoncepter og udstillingstilrettelæggelse. Samarbejdet mindsker udgifter til katalog, markedsføring, praktisk tilrettelæggelse m.v. og øger forskningsudveksling og vidensdeling på tværs af museerne.

Bornholms Kunstmuseum, Storstrøms Kunstmuseum og Nordjyllands Kunstmuseums samarbejde i 2005 om udstillingen "**Olaf Rude. Retrospektiv**" i 2005, ligesom Thorvaldsens Museum og Odense Bys Museer gik sammen om udstillingen "**Alt dandser, tro mit Ord!**" i 2005. For de større museers vedkommende er der i højere grad tale om udenlandske udstillingssamarbejdspartnere. Louisianas store udstilling i 2004-5 "**Blomsten som billede**" blev for eksempel til i samarbejde med Fondation Beyeler i Basel, **ARoS Aarhus Kunstmuseums udstilling med Bill Viola** i 2005 blev skabt i samarbejde med Guggenheim Bilbao, og Guggenheim New York og Ordrupgaard samarbejder i 2005-06 med Musée d'Orsay i Paris om udstillingen "**J.F. Willumsen – over grænser**".

Mellem de *kulturhistoriske museer* foregår udlån af genstande til udstillinger i stort omfang. Størstedelen af udstillingsvirksomheden er baseret på museers egne produktioner, som for de fleste kulturhistoriske museer bygger på beskæftigelsen med kulturhistorie i

⁴¹ Kulturarvsstyrelsen blev oprettet 1. januar 2002 med udgangspunkt i opgaverne fra Rigsantikvarembetet og Statens Museumsnævn samt tre kontorer fra Skov- og Naturstyrelsen i Miljø- og Energiministeriet, som blev flyttet til Kulturministeriet.

et afgrænset geografisk område. Der er produceret en række vandredstillinger, hvor udstillingerne tilpasses lokale historiske forhold og suppleres med lokalt materiale.

Musikhistorisk Museums vandredstilling **"Stadsmusikanter i Danmark"** har siden år 2000 turneret rundt på museer i hele landet. Men også **"Bedre Byggeskik 2004"** fra Museet for Holbæk og Omegn turnerer rundt i landet. Samme museum producerede udstillingen **"H.C. Andersen og Legetøjet"** sammen med Holbæk Teater, Museet på Koldinghus og Altonaer Museum i Hamborg, og udstillingen har været vist på de tre museer.

De større kulturhistoriske museer har også væsentlig erfaring med udstillingssamarbejde med udenlandske museumsparter.

Der er få *naturhistoriske museer* i Danmark, og flere af disse er knyttet til en specifik natur, for eksempel Midtsonderjyllands Museum til fundene i Gram Lergrav og Fur Museum til moleret på Fur. Men der ses også udveksling af udstillinger mellem museerne.

Særudstillingen **"At flyve"** har været vist på Naturama i Svendborg efter at have været produceret og vist på Naturhistorisk Museum i Århus.

Det naturhistoriske hovedmuseum, Statens Naturhistoriske Museum under Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, deltager også aktivt i formidlingssamarbejdet mellem de naturhistoriske museer, og de større naturhistoriske museer har tradition for at inddrage erfaringer fra udenlandske naturhistoriske museers formidlingsformer.

Formidlingen på **Naturama** er udviklet i dialog med det naturhistoriske museum **Naturalis** i Leiden i Holland.

Generelt medvirker museerne i stigende grad til landsdækkende formidlingssamarbejder om at belyse forskellige aspekter af et fælles tema sammen med andre kulturinstitutioner og universiteter m.v.

Eksempler er **Middelalderåret 1999** og **H.C. Andersen-året 2005** samt det igangværende **Renæssanceåret 2006** og det planlagte **Industrikulturens År 2007**. Formidlingsinitiativet **Historiens Dag** blev lanceret af Kulturarvsstyrelsen på initiativ fra kulturministeren i 2005 og er en årligt tilbagevendende begivenhed, hvor museer og andre lokale initiativtagere formidler historier om kulturelementer i landskabet som familiebegivenheder⁴².

⁴² Kulturarvsstyrelsen har ansvaret for gennemførelse af den årlige Historiens Dag. Se mere om Historiens Dag på <http://www.kulturarv.dk/kulturarv/historiensdag/index.jsp>

Nogle danske museer deltager i internationale formidlings- og forskningsmiljøer, for eksempel det EU-støttede ”ENGAGE”-projekt⁴³ eller det internationale netværk om udstillinger ”Euromuse.net”⁴⁴.

Fiskeri- og Søfartsmuseet er en del af Association of North Sea Cities – Maritime Museums Network, som blev etableret i 1989 og siden har resulteret i en række fælles forsknings- og formidlingsprojekter, og som hvert tredje år afholder internationale Nordsøkonferencer.

Men der findes også mere lokalt forankrede netværk om formidling. Blandt andet indgår Viborg Stiftsmuseum i projekt ”Børnekulturelle Kompetencer”, som på tværs af institutionstyper og kunstarter søger at kvalificere formidlingen til børn i Viborg Kommune. I 2006 vil projektet løfte netværket op til et regionalt niveau og arbejde for øget vidensdeling om formidling af kunst og kultur til en børnemålgruppe⁴⁵.

5.3.2 Samarbejde med andre offentlige institutioner og det private erhvervsliv

Der er en stigende tendens til, at museer samarbejder med andre institutioner og private firmaer om formidling af kulturarv. Særligt tydeligt er dette i forbindelse med digitale formidlingsprojekter, hvor firmaer eller universiteter ser udfordringer i at udvikle nye formidlingsformer til brug for museumsformidling. Samarbejde mellem kultur og erhverv kan generere ny energi både til kulturlivet og erhvervslivet og skabe synergi mellem de to parter i oplevelsesøkonomien⁴⁶.

Naturhistorisk Museums digitale formidlingsprojekt **TaggedX**, blev til på baggrund af et initiativ fra Innovation Lab, firmaet Cordura A/S og studerende fra Aarhus Universitet. Projektets innovative karakter gjorde, at alt det teknologiske udstyr blev sponsoreret af CISCO, Fujitsu-Siemens, Beta Technic og Microsoft.

Silkeborg Museums www.tollundmanden.dk blev skabt på foranledning af Amtscentralen for undervisning i Århus Amt og gennemførtes i et samarbejde mellem Amtscentralen, Silkeborg Bibliotek og Silkeborg Museum⁴⁷.

⁴³ ENGAGE er en international sammenslutning for blandt andet gallerier og kunstmuseer, der arbejder med forholdet mellem udstillinger og publikum. Se mere på www.engage.org.

⁴⁴ Fra Danmark deltager bl.a. Statens Museum for Kunst, Nationalmuseet og Ny Carlsberg Glyptotek i Euromuse.net, som er en europæisk udstillingsportal. Se mere på www.euromuse.net.

⁴⁵ Projektet er støttet af Biblioteksstyrelsen og Kulturarvsstyrelsen. Se mere på <http://www.boernekulturviborg.dk/tekst.asp?i=82>.

⁴⁶ Se mere om samarbejdet mellem kultur og erhverv i Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien – 5 nye skridt på vejen. Regeringen, 2003, www.kum.dk.

⁴⁷ For begge eksempler se *Digital museumsformidling til Børn – en rapport om aktuelle danske erfaringer*, Kulturarvsstyrelsen, 2004 www.kuas.dk.

Københavns Bymuseum har indgået et partnerskab med MAN B&W Diesel A/S om opbygning af ”**DIESELHOUSE**”, som er et oplevelsescenter om dieselteknologiens udvikling fra 1800-tallet til nutiden.

”**Socle du Monde**” er et andet eksempel, hvor **Herning Kunstmuseum** har indgået et tæt samarbejde med det lokale erhvervsliv om udvikling af forholdet mellem kunst og erhvervsproduktion.

5.3.3 Udvalgets drøftelser af museernes koordinering og samarbejde

Det er udvalgets vurdering, at der kun i mindre grad er tale om, at flere museer i fællesskab overvejer, hvilke forskellige udstillinger der skal vises for eksempel i en region i et bestemt tidsrum. Det er udvalgets holdning, at museernes formidling kan styrkes gennem øget koordinering og samarbejde.

Formidlingsudvalget finder det vigtigt, at museerne udvikler samarbejdet om formidling med andre museer – både tværfagligt og lokalt, regionalt og internationalt. Desuden ser udvalget spændende perspektiver i, at museerne i højere grad afsøger mulighederne for at etablere samarbejder med relevante parter blandt andet fra erhvervslivet.

5.4 Inddragelse af brugergrupper

Museerne går i stigende grad i dialog med brugerne på forskellig vis. Når brugernes synspunkter inddrages i formidlingen, kan det være for at udnytte brugernes viden, for at vide mere om brugerne, for at imødekomme brugerne og for at skabe bedre adgang til kulturarven. Brugerinddragelse kan foregå på meget forskellige niveauer og med vidt forskellige hensigter, som kan variere fra teoretiske museumsfaglige målsætninger til en mere værktøjsorienteret brug af brugernes feedback.⁴⁸

5.4.1 Brugere som medproducenter

Nogle museers inddragelse af brugerne hænger sammen med en erkendelse af, at der er flere måder at fortolke en udstillings indhold på. Her kan brugernes viden og fortællinger om genstande eller tolkninger af særlige kulturelle fænomener inddrages som et supplement i formidlingen. En sådan praksis kan samtidig være led i et generelt ønske fra museets side om i højere grad at indgå i en dialog med omverdenen og få kontakt med nye målgrupper. Verldskulturmuseet i Göteborg har benyttet sig af denne strategi, hvor systematiske kvalitative brugeranalyser også udgør et redskab for museets udstillingsplanlægning⁴⁹.

⁴⁸ En form for brugerinddragelse, nemlig publikumsundersøgelser, behandles også i kapitel 3, medens der her fokuseres på publikums kvalitative oplevelse af og inddragelse i museernes formidling.

⁴⁹ Verldskulturmuseet i Göteborg er forpligtet til at have en bred publikumssammensætning og benytter blandt andet fokusgruppeundersøgelser som integrerede dele af udstillingsplanlægningen for at opbygge langsigtede relationer mellem forskellige brugergrupper og museet. Se mere på www.verldskulturmuseet.se.

En anden måde at lade brugerne være medproducerende på, er at give publikum indflydelse på, hvad der skal udvælges til en udstilling.

Carl-Henning Pedersen og Else Alfelts Museum lavede i 2005 en mindre udstilling, som var baseret på, hvad publikum ønskede at se. Et bruttoudvalg af oliemalerier fra den faste samling var gengivet på museets netsted, og her kunne publikum så stemme på et værk og tilføje argumenter. Udstillingsformen rokker ved institutionens autoritative rolle og trækker fokus over mod brugerens oplevelse, mod deltagelse og dialog med brugeren. Et andet aspekt ved denne udstillingsform er, at interaktiviteten (som ofte er forbeholdt internettet) her breder sig til museumsrummet.

På **Køge Museum** har projektet **"Hit med Historien"** primo januar 2006 resulteret i en bog, der handler om Køge i perioden 1700-1850. Bogen er blevet til med en gruppe børn som konsulentgruppe. Børnene har drøftet bogens indhold med forfatteren og været med på besøg på museer eller andre steder, der er relevante for bogens emne. De har desuden kommenteret det færdige manuskript og deltaget i afholdelsen af reception for udgivelse af bogen.

Museet for Holbæk og Omegn har ladet en gruppe unge producere udstillingen **"Grænseland"**, hvor de unge har lavet research, indsamlet genstande og etableret udstillingen.

5.4.2 Brugernes feedback som værktøj

Enhver form for formidling, som vil kommunikere noget, har behov for at tage hensyn til, hvem der skal kommunikeres med. Der må tages højde for modtagerens alder, interesser, forudsætninger og eventuelt køn, klasse og etnisk tilhørsforhold, og der må gøres overvejelser om, hvad man vil opnå med sin formidling. En meget direkte måde at få information om brugerne på er at inddrage deres synspunkter i udvikling af formidlingen. Det kan give en indsigt i brugernes ønsker og dermed bedre mulighed for at målrette sin formidlingsindsats.

Der findes en række brugerinddragende teknikker, som kan anvendes til at forbedre kommunikationen mellem brugeren og formidlingsproduktet⁵⁰. Egentlige vejledninger findes alene på det digitale område, hvor museer, der producerer digital formidling, kan orientere sig i en række resurse-mæssigt overkommelige teknikker på www.brugervenlighed.dk.

⁵⁰ Thomas Visby Snitker beskriver i bogen "Brug brugerne – og skab mere brugervenlige web-sites" fra 2001 en række værktøjer, som kan benyttes af web-ansvarlige til at inddrage brugernes behov og forudsætninger i udviklingen af hjemmesider. Bogens referencer og oplysninger kan ses på www.brugervenlighed.dk

Både ved formidling på internettet og i museumsrummet kan man inddrage brugerne til udvikling af formidlingen. I forbindelse med formidling til børn og unge kan det især være vigtigt at inddrage repræsentanter for målgruppen i en tidlig fase.

Blandt nyere danske eksempler kan **Kvindemuseets** udstilling om **Barndommens Historie** nævnes. Under arbejdet med udstillingen i 2005 åbnede museet en del af udstillingen for et testpanel af lærere og elever fra 5 til 13 år i en periode på to uger, og derefter blev brugernes tilbagemeldinger analyseret og indarbejdet i udstillingen. Kvindemuseet fandt testperioden vigtig for museets formidlingsarbejde, og der blev blandt andet foretaget justeringer på den fysiske indretning og på fortællingers længde⁵¹.

ARoS Aarhus Kunstmuseum har benyttet et børnepanel til at give respons og inspiration til selve formidlingsidéen til det digitale projekt **"ArtXplorer"**. En anden mulighed for at afprøve og justere sine ideer er at teste et beslægtet netsted sammen med den potentielle målgruppe, for så at anvende erfaringerne i udformningen af et nyt museumssite, som det er gjort med **"Vild med Willumsen"** fra J.F. Willumsens Museum.

I **Liverpool** lavede **Merseyside Maritime Museum** i midten af 1990'erne en udstilling om slavernes "rejse" til Amerika. Allerede i det forberedende arbejde inddrog museet fokusgrupper fra den store afroengelske befolkning i byen. Da udstillingstemaet var et særligt følsomt emne for denne befolkningsgruppe, blev gruppen inddraget både i det forberedende arbejde og i opbygningen af udstillingen, der fortalte om Liverpools rolle i den transatlantiske slavehandel.

5.4.3 Udenlandske erfaringer med fælles initiativer vedrørende museernes brugere

Der findes flere udenlandske eksempler på, at museer i fællesskab arbejder strategisk med publikums kvalitative museumsoplevelser. I *Australien* etableredes interesseorganisationen *The Evaluation and Visitor Research Special Interest Group (EVRSIG)*⁵² i 1996, som består af en gruppe museer, der arbejder med at bruge de besøgendes respons til at udvikle museernes formidlingspraksis. Det betyder, at EVRSIG ser den besøgende som en ligeværdig partner i forståelsen af museernes budskaber, og at publikumsundersøgelser er integreret i det museologiske arbejde. EVRSIG udviklede i 2003-2004 **"Profiling Your Visitors"**, som er et redskab til undersøgelse af museernes publikumssammensætning. Redskabet kan dels give de enkelte museer et billede af deres publikum, dels give sammenligningsmuligheder på tværs af alle museer i Australien⁵³.

⁵¹ Internt notat om testafsnit af Barndommens Museum ved Kvindemuseet, 2005.

⁵² På <http://amol.org.au/evrsig/> ses organisationens arbejde blandt andet med at afholde seminarer og lave analyser af museumspublikum i Australien.

⁵³ "Profiling Your Visitors" kan ses på <http://amol.org.au/evrsig/projects.html>.

I *England* har The Visitor Studies Group⁵⁴ siden 1998 beskæftiget sig med, hvilken værdi besøgende lægger i og får fra et besøg blandt andet på naturhistoriske og kulturhistoriske museer. Formålet er at styrke organisationer og museer i at inddrage og bruge brugerne. The Visitor Studies Group består af en gruppe medarbejdere på arkiver, biblioteker og museer, som blandt andet har etableret en digital platform til vidensdeling om publikumsanalyser. Målet er at sikre brugerne gode oplevelser på kulturinstitutioner og at være brugernes stemme over for institutionerne. Desuden forsøger The Visitor Studies Group at påvirke kultursektoren til at tage besøgendes oplevelser og bidrag alvorligt.

Der findes også internationale erfaringer med at fremme uformelle læringsmiljøers kvalitet ved at evaluere museumsoplevelser i forhold til livslang læring. Visitor Studies Association i *USA*⁵⁵ er en professionel organisation, som fokuserer på besøgendes oplevelser med uformelle læringsmiljøer, for eksempel museer, science centre og kulturarrssteder. Organisationen gennemfører forskning og evaluering af læring på institutionerne og undersøger effekten af museumsformidling. Erfaringerne præsenteres og diskuteres på en årlig konference, som afholdes af Visitor Studies Association.

5.4.4 Udvalgets drøftelser af brugerinddragelse

Udvalget finder det perspektivrigt, at museer i stigende grad forholder sig strategisk til publikum og inddrager brugernes synspunkter i formidlingen. Det er vigtigt, at museerne forholder sig til brugernes oplevelser for at kunne kommunikere med publikum på en måde, som kan skabe gode oplevelser af kunst, kultur- og naturarven. Det handler ikke om at "give brugerne, hvad de gerne vil have", men om at formidle det indhold og den viden, som museerne ønsker at videregive, på en måde, som giver vedkommende oplevelser for de besøgende.

Det er udvalgets vurdering, at flere museer har erfaringer med at inddrage publikum ved særudstillinger, hvor brugerne for eksempel selv fortæller en historie med egne eller museets genstande. Men der er generelt betragtet en begrænset viden om, hvad de besøgende egentlig oplever på et museum, og hvad de ønsker at opleve.

Formidlingsudvalget anbefaler, at der – i et samarbejde mellem Kulturarvsstyrelsen og museerne – sker en højere grad af dokumentation af museernes forskellige forsøg eller initiativer med brugerinddragelse, så der kan sikres udveksling af erfaringer mellem museerne. Internationale erfaringer bør også indgå.

Formidlingsudvalget anbefaler, at der ydes tilskud til museernes udvikling af udstillingsmediet i dialog med brugere. Her kan museerne bruge redskaber til brugerfeedback og gøre forsøg med brugere som medproducenter, hvilket kan give ny viden og inspiration til museernes formidlingsvirksomhed. Der bør desuden ske en systematisk doku-

⁵⁴ The Visitor Studies Group kan ses på <http://www.visitors.org.uk/>.

⁵⁵ Visitor Studies Association kan ses på <http://www.visitorstudies.org/>.

mentation og formidling af de iværksatte projekter. I denne forbindelse anbefalet udvalget, at det tillægges en vidensdelingsforpligtelse til alle statsligt støttede formidlingsprojekter.

5.5 Strategier for at nå nye og underrepræsenterede brugergrupper

Flere museer i Danmark tager initiativ til at nå ud til nye brugergrupper ud fra ønsker om øget demokratisering i brugen af museernes tilbud og med inspiration fra de engelske initiativer om "social inclusion". Målet er et øget museumsengagement hos socialt marginaliserede grupper i befolkningen og hos unge, som er svagt repræsenteret blandt museernes publikum. De danske museers Formidlingsmøde i 2004 havde temaet "Det åbne museum" og beskæftigede sig dels med de engelske erfaringer fra "Social inclusion", og dels med eksempler fra danske og udenlandske museer, som har gjort forsøg med at åbne museerne for nye brugergrupper⁵⁶. Foreningen Museumsformidlere i Danmark (MID) har også beskæftiget sig med de engelske erfaringer og publiceret et temanummer af foreningens nyhedsbrev med drøftelser af "Social inclusion"⁵⁷.

Lene Laigaard, har i artiklen "*Social inclusion*" en praktisk model for danske kunstmuseer? beskæftiget sig med muligheden for, at danske kunstmuseer i højere grad anvender ideerne om "det åbne museum" ved at benytte social inklusion som en praktisk model⁵⁸. Som en første forudsætning kræver det, at museet i højere grad fokuserer på sit publikum og kommer i dialog med det potentielle publikum, som endnu ikke besøger museet. På baggrund af flere undersøgelser om kulturforbrug peger Laigaard på, at eksempelvis arbejdsløshed bevirker et lavt kulturforbrug, herunder besøg på museer. Ligeledes kan indvandrergrupper, grupper af ufaglærte, teenagere og fysisk og psykisk handicappede være potentielle besøgende, som museerne oplagt kunne fokusere målrettet på at imødekomme.

I England dækker konceptet "social inclusion" på museumsområdet over en række initiativer, som har åbnet museerne mod en bredere del af befolkningen. Udgangspunktet har været det forhold, at nogle mennesker/befolkningsgrupper er – eller føler sig – "ekskluderet" fra museer. Det kan både være på grund af manglende fysisk tilgængelighed blandt andet for handicappede, og fordi udstillinger og anden formidling ikke henvender sig til alle kulturelle eller sociale grupperinger.

⁵⁶ Ved Formidlingsmødet i marts 2004 deltog bl.a. Wereldsmuseum i Rotterdam med erfaringerne fra udvikling af museets udstillinger, så de i højere grad afspejler Rotterdams multikulturelle befolkning og de mange forskellige historiske og kulturelle baggrunde, som mødes i en af verdens største havnebyer. Fra dansk side viste Greve Museum – under overskriften "Borgernes museum og museets borgere" – museets arbejde med at inddrage og engagere et bredere udsnit af befolkningen i Greve Kommune, herunder foreninger, skoler, ældre og tilflyttere i museets tilbud ud fra kommunens overordnede værdisæt, om at kommunens institutioner er til for borgerne.

⁵⁷ Nyhedsbrev nr. 9, september 2003. Foreningen Museumsformidlere i Danmark. Se endvidere www.museumsformidlere.dk.

⁵⁸ Lene Laigaard, "*Social inclusion*" en praktisk model for danske kunstmuseer?, Nordisk Museologi, nr. 1, 2005.

Men begrebet "social inclusion" dækker også over, at de engelske museer deltager i programmer, som skal få socialt og økonomisk svagt stillede grupper i befolkningen til at engagere sig i museerne blandt andet gennem frivilligt arbejde. I Danmark er der tradition for, at museer er arbejdspladser med en høj andel af medarbejdere i fleks og skånejob, ligesom en række museer delvis drives ved hjælp fra frivillige grupper og venneforeninger, der ofte er tilknyttet formidlingen.

Den førnævnte engelske rapport *Developing New Audiences for the Heritage* indeholder en række anbefalinger, som kan benyttes i strategisk udvikling af en bredere besøgs-sammensætning for museer, biblioteker, historiske bygninger og kulturmiljøer, som opsummeres i 26 "golden rules for Audience development". Der er tale om en række retningslinjer for, hvordan museer m.fl. kan udvikle deres appel til publikum⁵⁹. Retningslinjerne er opdelt i fire kategorier, hvoraf nogle af de væsentligste er:

- Planlægning og ledelse
 - Museer bør sikre at personale, tilskudsydere og bestyrelse er indforståede med institutionens vedtægtsbestemte ansvar for at sikre lige ret for borgere og kender til menneskerettighederne
 - Museer bør sikre, at institutionen afspejler den mangfoldighed, der findes i det omgivende samfund
 - Museer bør kende sit publikum og undersøge, hvad publikum og det potentielle publikum ønsker af institutionen
 - Museer bør se ud over institutionen og indgå i partnerskaber med organisationer, som repræsenterer underrepræsenterede grupper
- Produktudvikling
 - Museer bør i formidlingen vise fortolkninger, som afspejler den kulturelle mangfoldighed, og gøre mange forskellige fortolkninger og forståelser mulig
 - Museer bør involvere det underrepræsenterede og ekskluderede publikum i beslutninger om formidlingen, så nye formidlingstiltag reflekterer de særlige behov og ønsker
- Udvikling af service
 - Museer bør byde varmt velkommen til alle besøgende
 - Museer bør kende til og tilbyde de faciliteter, som de forskellige grupper behøver
 - Museer bør kunne give informationer og have publikationer for særlige grupperes særlige behov
- Markedsføring
 - Museer bør kende til relevante markedsføringsteknikker, som kan rettes mod de forskellige målgrupper

⁵⁹ *Developing New Audiences for the Heritage*, 2001. Undersøgelse af PLB Consulting Ltd. for Heritage Lottery Fond. Undersøgelsen kan ses på:
www.hlf.org.uk/English/Publications.AndInfo/AccessingPublications/Developing+Audiences.htm.

- Museer bør kunne tilbyde tilgængelige aktiviteter, som imødekommer de behov og ønsker, som det museumsuvante publikum har.

Tre år efter strategirapporten *Developing New Audiences for the Heritage* publiceredes rapporten *Users & Non-Users of Museums, Libraries and Archives*, som havde til formål at undersøge publikumssammensætningen i detaljer og pege på organisatoriske og infrastrukturelle muligheder for måling og udvikling af det engelske ABM-områdes publikum. Rapporten indeholder en grundig analyse af publikum og supplerer *Developing New Audiences for the Heritage* med mere specifikke undersøgelser af publikumssammensætningen ved de tre institutionstyper⁶⁰.

Når museer åbner sig for nye publikumsgrupper kræver det, at museer indstiller sig på de nye brugeres behov. Et år efter, at der indførtes gratis entré på 19 museer i Sverige fra 2005, er nogle af erfaringerne med museernes nye brugere, at informations- og serviceniveauet skal højnes. For eksempel har Historiska Museet i Stockholm gennemført kompetenceudvikling af frontpersonalet, så personalet bliver bedre til at håndtere og vejlede et museumsuvalt publikum, ligesom det har vist sig at være vigtigt med en let forståelig museumsbrochure, som kan guide besøgende rundt i museet. Museet har også måttet ændre tekster på formidlingsplancher, så formidlingen i højere grad henvender sig til besøgende uden ret mange forudsætninger⁶¹. Det kan tyde på, at også museerne kan være publikums-uvante, når de møder nye museumsbrugere.

5.5.1 Strategier over for unge

Såvel kulturvaneundersøgelsen som de engelske undersøgelser af ikke-brugere viser, at unge er blandt de grupper, som er underrepræsenterede på museerne – når der ses bort fra deltagelse i uddannelsesinstitutionernes museumsbrug. Et af initiativerne for at tage denne problematik op i Danmark er indførelsen af gratis adgang for børn og unge under 18 år til de statslige og statsanerkendte museer.

Engelske erfaringer viser, at gratis adgang skal kombineres med andre initiativer for at få de unge ind på museerne. Den britiske Heritage Lottery Fund formulerede i 2002 en strategisk fireårsplan, *Broadening the horizons of heritage*, som dels skulle udvide kulturarvsbegrebet til at omfatte en større del af de fysiske og immaterielle aspekter af historien, dels skulle sikre, at en bredere del af befolkningen tog part i at opleve og beskytte kulturarven. Som led i dette etableredes et særligt program for unge. Der blev gennemført en undersøgelse af, hvad der medvirker til at afholde unge fra at deltage i aktiviteter m.v. i forhold til kulturarven. Hovedsageligt kan barrierer for unge karakteriseres som en opfattelse blandt unge af, at kulturarv er for de voksne, og at unges samværs- og

⁶⁰ *Users & Non-Users of Museums, Libraries and Archives*, 2004. Udarbejdet af PLB Consulting Ltd for Museums, Libraries and Archives Council. Rapporten kan ses på www.mla.gov.uk/information/tenders/id630brf.asp.

⁶¹ Erfaringerne blev beskrevet af Lars Amreus Konstitueret direktør på Historiska Museet i Stockholm på et møde på Nationalmuseet den 16. december 2005.

oplevelsesformer ikke er velansete blandt andet på museer. Desuden nævnes entrépri- sen som en hindring ligesom unges forskellige opfattelser af begrebet kulturarv.

For at overvinde disse forhindringer for unges oplevelser af kulturarv iværksattes pro- grammet "Young Roots" for de 13-24-årige allerede i 2001. Programmets omdrejnings- punkt var partnerskaber mellem ungdomsorganisationer og kulturarvs- og kunstorgani- sationer. I publikationen *Practical Partnerships. Involving young people in heritage*⁶² bringes en række eksempler på, hvordan man konkret kan involvere unge i kulturarv. Eksempler- ne skulle dels tjene til at øge fokus på kulturarvens relevans for unge, og dels til at inspirere blandt andet politikere og praktikere til at være opmærksomme på kulturarven som relevant emne i forhold til aktiviteter for unge.

I projektet "**Digging for history**" blev unge inddraget i en nyere tids arkæologisk udgravning. En gruppe 13-18-årige deltog i at undersøge den industrielle kulturarv i **kulminebyen Swinton**. De unge lærte at undersøge og identificere fund ved hjælp af kataloger og andre skriftlige kilder.

"**Happening History**" var et treårigt program for unge fra et socialt belastet forstads- kvarter ved **London**. Ved hjælp fra kunstnere, digtere, arkitekter, filminstruktører og museumsinspektører blev de unge engageret i kreative og historiske fortolkninger af bygningskulturen og -historien i de unges nærmiljø.

De strategier, *Developing New Audiences for the Heritage* pegede på, er efterfølgende forsøgt konkretiseret blandt andet af **Tate Britain**, som havde en meget lille andel af unge besøgende. Museet indførte en månedlig fredag aften med særlige arrangementer for unge. Under titlen "**Late at Tate**" blev der rettet en særlig markedsføring mod unge gennem postkort og brochuret uddelt på universiteter, barer og i virksomheder⁶³.

I dansk sammenhæng har **Statens Museum for Kunst** haft et samarbejde med Lækker Lytter⁶⁴ med titlen **MORS MAVE**, som fandt sted på museet hver onsdag i tidsrummet 16-20 i perioden fra 5. oktober 2005 til 9. januar 2006. Her forholdt en række kreative værter sig til kunstnerne Jonathan Meese og Tal R's udstilling "MOR" i lyd, billeder og med performance. Oplevelserne bestod af kunstneriske indslag, der på forskellig vis relaterede sig til den aktuelle udstilling "MOR" i museets x-rum. Publikum blev tilbudt at tage plads i sækkestole og kunne købe drinks og snacks til arrangementerne.

⁶² *Practical Partnerships. Involving young people in heritage*, 2004. Heritage Lottery Fund. De nævnte eksempler er to ud af syv projekter for unge, som er beskrevet i rapporten, der kan ses på <http://www.hlf.org.uk/NR/rdonlyres/0A182FA6-9B55-41B2-84C1-951A7A218E81/0/practicalpartnerships.pdf>.

⁶³ For yderligere information om "Late at Tate" se www.artsmarketing.org.

⁶⁴ Lækker Lytter arrangerer en række nytænkende og anderledes publikumsevents. Se mere om Lækker Lytter på www.ghettoaster.dk/2005/.

På **Världskulturarvmuseet i Göteborg** har man erfaringer med at tilrettelægge et differentieret og målgrupperettet formsprog, som sammen med forskellige aktiviteter taler til det unge publikum. Museet fører også en bevidst rekrutteringspolitik, hvor museets stab af medarbejdere skal afspejle det omkringliggende samfund og de grupper af samfundet, som museet ønsker at henvende sig til. Museet oplyser, at det er lykkedes at skabe et museum med et "ungt image", og at der er en stor andel af unge brugere af museet.

Wereldsmuseum i Rotterdam producerede i 2003 en særudstilling "*De erfenis van slavernij*" om slaveriet i de tidligere hollandske kolonier. Til udstillingen producerede museet en musikvideo med anerkendte unge musikere. Museet udviklede sammen med musikerne et kunstnerisk og historisk formidlingskoncept, som har gjort musikvideoen til reel kulturhistorisk formidling med moderne rytmer.

5.5.2 Strategier over for ikke-brugere blandt etniske minoriteter

Der er tradition for, at museer i Danmark arbejder forskningsbaseret med møder mellem forskellige kulturer i Danmark. Det handler både om nutidige problemstillinger og fortidens kulturmøder.

I forlængelse af regeringens program Vision og strategier for bedre integration foretog Kulturarvsstyrelsen i 2003-2004 en undersøgelse af de kulturhistoriske museers arbejde med kulturmøde og integration. Museernes aktiviteter i relation til kulturmøde og kulturel mangfoldighed er i "Kulturmøde på museer"⁶⁵ overordnet opdelt i:

- Forskning i og undersøgelser af kulturmøde og integrationsprocesser i et nationalt eller lokalt perspektiv.
- Debatskabende udstillinger, der går i dialog med aktuelle debatter i samfundet. Sådanne formidlende udstillinger er hovedsageligt bygget på museernes forskning og indsamling.
- Særlige formidlingstiltag til indvandrere, for eksempel byvandring på sprog som urdu og farsi.
- Museer som deltager i integrationsstrategier og tager aktivt del i kommuners integrationspolitik. For eksempel ved at flygtninge introduceres til egnen og museets udstillinger som et element i en kommunes integrationsprogram.

Arbejdermuseet deltog fra 2002 til 2004 sammen med fem andre museer fra fire europæiske lande i projektet MIMEX, der står for "**Mediation in Museums and Exhibitions**" og var et projekt under EU's Sokratesprogram, hvor formålet er at træne indvandrere til at være guider for andre indvandrere i bopælslandets museer. Under

⁶⁵ Rapporten "Kulturmøde på museer" kan ses på Kulturarvsstyrelsens hjemmeside, www.kulturarv.dk/forvaltning/museumsdrift/rapporter/integration/integrationsrapport.pdf.