

Potentiale undersøgelse

**Afdækning af potentialet for et nyt museum
til Vedbækfundene**

Rådgiver og direktør, cand.phil i historie Bo Søby Kristensen
September 2023



Rudersdal Museer og Rudersdal Kommune har bedt Operate Experience gennemføre en potentialeundersøgelse for projektet 'Nyt museum til Vedbækfundene'. Potentialeundersøgelsen vil afdække, om visionen for det nye museum er holdbar, og hvordan visionen bedst kan udfoldes, så det virker overbevisende for det fremtidige publikum og samtidig er økonomisk bæredygtigt.

Undersøgelsen består af tre dele:

1. En kvalitativ publikumsundersøgelse, som består af interview med det ønskede publikum. Det ønskede publikum var forud for undersøgelsen rubriceret i fire forskellige 'persona-grupper' af potentielle museumsgæster. Indsigterne fra de personlige interviews er afprøvet i en survey med 1.000 potentielle museumsgæster i hovedstadsområdet. Vi har tilføjet et afsnit med afsæt i Woco's data om potentialet for turister som besøgende. Endelig er der tilføjet et kort afsnit om holdninger til projektet i Vedbæk.
2. En omsætning af det ønskede publikums holdninger til tal. Her er et bud på tre scenarier for indtægter og udgifter og på denne baggrund en anbefaling til størrelsen af et nyt museum.
3. En redegørelse for arbejdet forud for publikumsundersøgelsen i form af en gennemgang af ti tilsvarende attraktioner, tendenser inden for museal formidling samt en perspektivering fra den helt centrale komparative analyse som Rudersdal Museerne har fået udarbejdet med arkæologi faglige kompetencer.

Sammenfatning i 16 punkter 4

Del 1: Publikumsundersøgelse

Publikumsundersøgelse 6

Nedslag på udvalgte spørgsmål 18

Survey 23

Konkretisering af personaerne 29

Personaer i turistversion 40

Lokalområdet 45

Indhold

Del 2: Fremtidig økonomi og museumsstørrelse

Økonomisk bæredygtighed	52
Fremtidig entrépris	57
Indtjening fra museumsbutik	60
Indtjening fra café/restaurant og events	62
Vurdering af driftsudgifter	65
Økonomisk bæredygtighed sammenfatning	67
Museumsstørrelse	71

Del 3: Forarbejdet

Tendenser	74
Indsigtsanalysen	76
Den komparative analyse	88
Formidlingstendenser	91
Bilag	94

Sammenfatning af undersøgelsen i 16 punkter

Det nuværende museum:

- 1) Hovedparten af respondenterne havde aldrig hørt om museet for Vedbækfundene og havde ikke set markedsføring fra museet. Forud for deres besøg på museet havde respondenterne svært ved uhjulpet at sætte ord på deres forventninger. Flere nævnte dog, at det var forfriskende, at temaet om danmarkshistorie **ikke** handlede om vikinger.
- 2) Udstillingen og oplevelsen får samlet set en flot vurdering. Dog noget lavere for persona-gruppen 'Børnefamilier'.
- 3) Udover de generelt positive vurderinger på tværs af persona-grupperne havde flere en oplevelse af et bedaget "70'er look", en "for lille oplevelse" og en fornemmelse af, at de rammer, som Vedbæk-fundene præsenteres i, ikke lever op til, at der er tale om potentiel Unesco verdensarv.
- 4) Museumsbutik og café får god feedback. Det samlede tilbud (udstilling, butik og cafe) er afgørende for publikums oplevelse.
- 5) Der var meget stor tilfredshed hos pædagoger og lærere, som tidligere havde besøgt Vedbæk-fundene med en gruppe mindre børn. Lærere fra udskoling og ungdomsuddannelser, som ikke tidligere har besøgt Vedbæk fundene, syntes ikke, at det i den nuværende udformning var et tilbud til deres elever.

Det fremtidige museum:

- 6) Det vil gøre en stor forskel for det ønskede publikum, hvis fundene kan rammesættes som Unesco verdensarv.
- 7) Særligt persona-gruppen 'den samfundsengagerede' og 'læreren med sin klasse', men også 'børnefamilien' og 'bedsteforældre/seniorer' vil være glade, hvis udstillingen kunne formidle relevansen af jæger-samler samfundet i Vedbæk for 7.000 år siden fra et nutidsperspektiv – ikke en særlig dagsorden som fx menneskets forhold til naturen, men en samlet perspektivering af, hvordan vi mennesker levede sammen og med naturen dengang og i dag. Respondenterne ønsker sig med den fremtidige museumsoplevelse en faktuel ballast, de kan bruge til at indgå i diskussioner, der har betydning for dem selv. De ville synes godt om, hvis museet har mod til at sætte dagsordener, der perspektiverer livet i Vedbæk for 7.000 år siden til livet i dag.
- 8) Respondenterne peger entydigt på placeringen ved Vedbæk station som den mest oplagte pga. nærheden til fundene og tilgængelighed. Særligt for respondenter uden egen bil ses denne placering som en stor fordel. For turist-målgruppen vil en placering på kystbanen også være afgørende.
- 9) Når vi overfører konklusionerne fra interviews med det ønskede publikum til en survey blandt 1.000 borgere i hovedstadsområdet er konklusionen at kun 30% slet ikke vil være potentielt publikum i det nye museum. Spørg vi dem der besøger et museum hvert år svare 23% at de slet ikke vil besøge et museum som Vedbækfundene

Sammenfatning af undersøgelsen i 16 punkter

Det fremtidige museum (fortsat):

10) Det nye museums **bruttomålgrupper** vil være store nok til at sikre et publikumsgrundlag; de fire valgte grupper dækker over ca. 1 mio. mennesker i hovedstadsregionen. Storbyturisten, som er klar på at opsøge attraktioner uden for Københavns centrum, dækker over lidt over 1 mio. udenlandske turister årligt. Hertil kommer de 1,1 mio. danske storbyturister.

11) For alle de tre nævnte grupper er der et stigende ønske om at besøge et museum eller en attraktion. Antallet af storbyturister vil ifølge Wonderful Copenhagen blive fordoblet over de kommende ti år, og Woco's turismestrategi arbejder derfor med at animere storbyturisten til i endnu højere grad at søge uden for Hovedstadens centrum.

12) Den store bruttomålgruppe i hovedstadsområdet kan vælge mellem ganske mange attraktioner af den slags, de ønsker at besøge. VisitDenmarks attraktionslisten rummer 63 attraktioner i hovedstadsområdet. Trækker vi de ni attraktioner ud af listen, som – ligesom det fremtidige Vedbækfundene er mellemstore kultur- eller naturhistoriske attraktioner med primær fokus på formidlingen af én fortælling – har de et gennemsnitlige årligt besøgstal på 50.000. Det er vores vurdering med afsæt i publikumsinterviewene, at det fremtidige Vedbækfundene med et nyt attraktivt museum, der er transportmæssigt let tilgængeligt, vil kunne placere sig på samme gennemsnitlige besøgstal. Altså 50.000 årlige besøgende.

13) Med afsæt i interview med formanden for Vedbæk Handels- og Erhvervsforening, skolebestyrelsesformanden på Vedbæk skole, formanden for Vedbæk Erhvervsforening samt Rudersdal kommunalbestyrelses opbakning vurderer vi, at der er rigtig god mulighed for at gøre det nye Vedbækfundene til et sted med stor lokal opbakning. Vedbækfundene har potentiale til at kunne blive en stor tværgående fortælling for Rudersdal Kommunes indbyggere.

14) Vi anbefaler en fremtidig individuel entrépris på DKK 120,- og en pris per skoleklasse på DKK 600,-.

15) Vi anbefaler kun en fordobling af udstillingsarealet (fra 300 til 600 m²), men også at der etableres den nødvendige attraktive café eller restaurant samt et multirum, der kan bruges fleksibelt til events, skoleklasser og flytbare særudstillinger. Det giver i alt 1300 m². Hertil kommer det meget vigtige udeareal med formidlingsruter, oplevelser og legeplads.

16) Attraktioner med sammenlignelige emner, 'det meget tidlige liv på vores klode', er blevet succeser flere steder i Danmark og Europa. Et fokus på den samlede publikumsoplevelse og et formidlingsformat, der inviterer til interaktion og deltagelse, er et gennemgående træk for de attraktioner, vi har undersøgt. Ligeledes er brugen af Unesco verdensarv-stemplet betydningsfuldt for succesen – især for danske attraktioner.

Del 1: Publikums undersøgelsen

Vi giver ordet til det potentielle publikum

De fire vigtigste tværgående indsigter fra interviews på tværs af alle persona-grupper

#1

Oplevelsen af den nuværende udstilling er **både** positiv og negativ.

#2

Ny rammesætning som et af Europas vigtigste stenalderfund gør en **stor forskel**.

#3

Den fremtidige fortælling skal ramme en **balance** mellem fundenes storhed og relevansen i vores samtid.

#4

Det **samlede oplevelsestilbud** er helt afgørende for succes.

”

Jeg har jo aldrig været der med en klasse. Måske føler jeg lidt, det er et anneks, fundene er placeret i, og det harmonerer dårligt med, at jeg skal fortælle klassen, de skal se verdens kulturarv.

*Persona: Læreren med sin klasse.
Claus, historielærer STX, mand i 50'erne*

Børnene synes så godt om at være her på besøg hos Anne. I flere uger efter ”finder de flintesten” på legepladsen.

*Persona: Læreren med sin klasse.
Pia, pædagog i lokal daginstitution*

1
Den
nuværende
udstilling
opleves
både god
og dårlig

”

Jeg vil ikke bruge tid på det en anden gang, når det tager længere tid for mig at komme herop og tilbage end selve turen rundt på museet.

*Persona: Den samfundsengagerede.
Dorte, kvinde i 50'erne.*

Jeg blev skuffet. Det var meget småt, jeg troede faktisk, at det ville være større. Jeg blev overrasket over, hvor gammelt og hvor småt alting var.

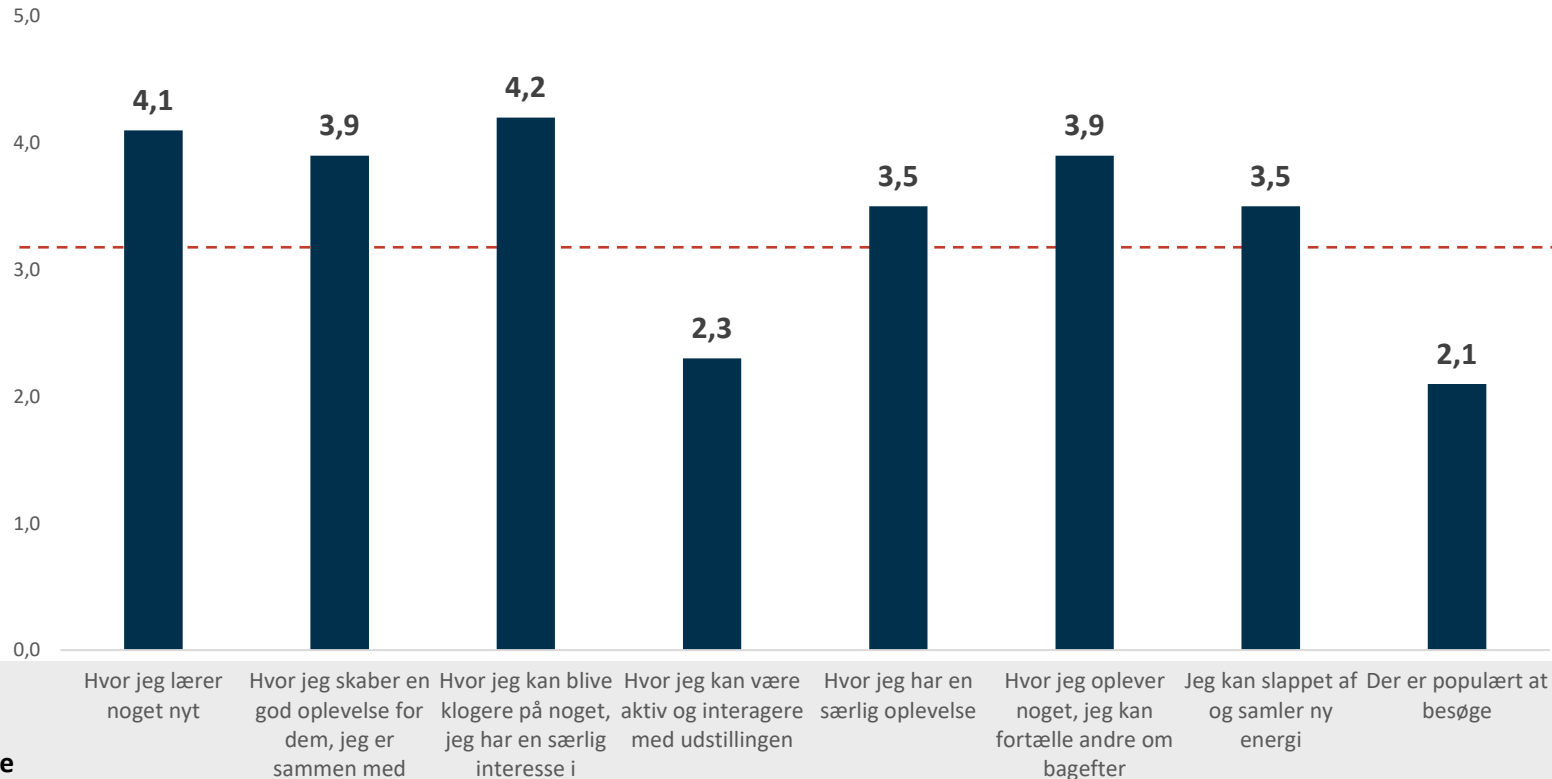
*Persona: Børnefamilien.
Nicolai, far til to, i 40'erne.*

Jeg troede egentlig, at det, jeg skulle se, var gammelt og gråt. Jeg var derfor positivt overrasket og kunne ikke nå det hele på en time.

*Persona: Bedsteforældre/seniorer.
Anne, kvinde 70+.*

1
Den
nuværende
udstilling
opleves
både god
og dårlig

Sådan scorer respondenterne oplevelsen



Bemærkning: Da der er tendens til positivt "medløb" fra respondenter som vurderer kulturoplevelser, har vi valgt at placere medianen omkring 3,2-3,3.

I hvor høj grad passer det, at Vedbækfundene er et sted:

Samlet set en flot vurdering fra publikum

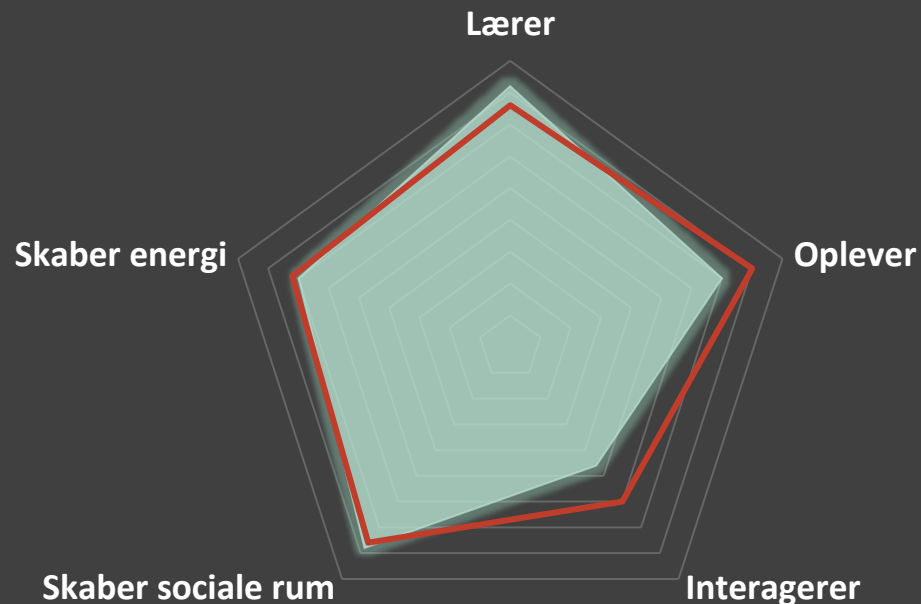
På otte generiske parametre (foregående side) over den samlede oplevelse ligger Vedbækfundene over medianen på seks af parametrene. Kun på spørgsmålene om Vedbækfundenes popularitet som attraktion og graden af aktiv interaktion i udstillingen som gæst, scorer Vedbæk fundene lavt. Persona-gruppen 'bedsteforældre/seniorer' er de mest tilfredse og ligger generelt lidt højere på alle udsagn.

Når vi sammenligner vurderingen af Vedbækfundene med fire andre kulturinstitutioner, som det ønskede publikum tidligere har vurderet på de samme 8 parametre, er der store forskelle. Vedbækfundene scorer lidt over de andre attraktioner på evnen til at skabe rum for sociale oplevelser og et stykke over i vurderingen af, om det er et sted, hvor man lærer noget nyt.

Blandt dets potentielle publikum har Vedbækfundene en score, der er 0,7 point lavere end benchmark-værdien i forhold til publikums oplevelse af at kunne være aktive og interagere med udstillingen. Dette er en betydelig forskel og måske en smule overraskende. Vi fortolker det som, at respondenternes opfattelse af de mange berøringsvenlige elementer i udstillingen ikke betragtes som reel interaktion, og at de derfor savner mulighed for at være mere aktive under deres besøg. Ifølge vores interviews var publikum over en bred kam – ikke kun børnefamilierne – tilfredse med den del af udstillingen, der involverede dyr og berøringsvenlige materialer såsom skind. Dette var en positiv oplevelse. Dog er den generelle oplevelse af interaktion og aktiv deltagelse som nævnt lavere end gennemsnittet.

Hvis man lægger scoren på de otte parametre sammen, får Vedbækfundene samlet set en flot rating.

Vedbækfundene er et sted, hvor jeg...



Fire andre kulturinstitutioner

Vedbækfundene

”

Helt sikkert, hvis det havde et stempel af den karakter. Så ville det ligge på en to-do-liste for mig.

*- Persona: senior.
Erik, mand i 50'erne.*

Det vil da helt klart gøre en forskel for mig. Jeg havde aldrig hørt om vedbækfundene før, og med den nye info er det virkelig wow wow.

*- Persona: Den samfundsengagerede.
Dicte, kvinde i 50'erne.*

2

Ny ramme-
sætning
som et af
Europas
vigtigste
stenalder-
fund gør
en stor
forskul.

”

Pludseligt bliver det et museum, hvor det er pinligt, hvis man ikke har været her.

*- Persona: Den samfundsengagerede.
Eva Maria, kvinde i 30'erne.*

Det vil helt klart betyde meget for interessen. Det er da sådan noget, man må sige "wow" til.

*Persona: Bedsteforældre/seniorer.
Anna, kvinde i 70'erne.*

2

Ny ramme
sætning
som et af
Europas
vigtigste
stenalder
fund gør
en stor
forskul.

”

Men samfundskonteksten [scenarierne for den fremtidige fortælling] kunne jeg godt lide. Man skal selvfølgelig ikke leve som for 7000 år siden, men det er da et input til en diskussion.

*- Persona: den samfundsengagerede.
Marcel, mand i 60'erne.*

Et udendørs undervisningsforløb om menneskets forhold til naturen gennem historien vil være guld værd for vores klasser. Der skal ikke råbes klimakatastrofe. Lad eleverne om det.

*- Persona: læreren med sin klasse.
Sune, vicerektor STX, mand i 40'erne.*

3
Den
fremtidige
fortælling
skal ramme
en **balance**
mellem
fundenes
storhed og
relevansen
i vores
samtid.

”

Den med, hvordan vi mennesker har levet på naturens præmisser, er vigtig. Men jeg synes, det godt kan irritere mig, hvis der er en for stærk nutidsfortolkning lagt ned over en historisk samling. Det skal ikke blive for politisk styret.

*- Persona: Børnefamilien.
Morten, far til tre, i 40'erne.*

Jeg synes måske, at det efterhånden er lidt trættende med klima-diskussionen, når de unge mennesker råber op, men samtidig sidder med deres Iphones. Og hvorfor kaster de med tomatsuppe?

*Persona: Bedsteforældre/seniorer.
Bente, kvinde i 70'erne.*

3
Den
fremtidige
fortælling
skal ramme
en **balance**
mellem
fundenes
storhed og
relevansen
i vores
samtid.

”

Jeg ville være villig til at betale mere, hvis man fik et produkt med hjem, hvis man selv kunne lave det. Det kunne være en unik oplevelse at skabe sit eget stenalder-smykke eller lignende.

*Persona: Børnefamilien.
Kirsten, mor til tre i 30'erne.*

Nåede ikke caféen før interviewet, men vi kiggede lige ind; der så enormt hyggeligt ud, og medarbejderen spurgte sødt, om vi skulle have noget. Caféen er supervigtigt. Det er der, man lige gennemgår udstillingen sammen med sin ledsager.

*- Persona bedsteforældre/Seniorer.
Carsten, mand i 50'erne.*

4

Det samlede oplevelses tilbud er helt afgørende for succes

”

Efter min mening har en udflugt også altid en stor social betydning for min klasse. Vi lærere vælger efter relevant fagligt indhold, men det andet betyder også meget.

*- Persona: Læreren med sin klasse. Claus, historielærer
STX*

Stor jubel, da vi så butikken – vores datter er altid i butikken først, og det var super attraktive priser.

- Persona den samfundsengagerede: Eva Maria, kvinde i 30'erne

4

Det samlede oplevelses-tilbud er helt afgørende for succes.

Nedslag på udvalgte spørgsmål

Nedslagspunkter

Det siger respondenterne om...

Modtagelsen

- En ud af ti fik ingen eller en "meget søvnig" introduktion.
- En ud af ti er hverken tilfredse eller utilfredse med den modtagelse, de fik.
- Seks ud af ti var meget begejstrede for modtagelsen og fik en glimrende introduktion til udstillingen. Flere nævner introduktionen som afgørende for, at de forstod udstillingen korrekt. En sådan rammesætning kunne være en idé til en mere standardiseret form i det nye museum.

Butikken

- Selvom butikken er lille, var hovedparten glade for den og dens udbud. De efterspørger dog, at der kunne være et større udbud. Priserne er næsten for billige.
- Mange nævner, at sammenhængen mellem udstilling og butikstilbud vil være det afgørende for deres køb. Dette kunne fx være mere kreative ting, stenalder- eller arkæolog-værktøj og -udstyr.
- For lidt over halvdelen af respondenterne er butikken et must.

Nedslagspunkter

det siger respondenterne om...

Wayfinding

På vej:

- Fra buslinjen 150S savnede publikum skiltning til museet.
- Ingen af de respondenter der kom i bil fra Nordsjælland, så skilte (kun dem, der kom ad motorvejen)

Fra indkørslen:

- Stort set alle gik ind til Kunsthallen først. Det er svært for publikum at afkode, at der også er et helt andet oplevelsestilbud.
- I udstillingen var det svært at afkode, hvad der måtte berøres, og hvad der ikke måtte.

Spiseriet

- At der er et café/restaurant-tilbud er helt afgørende. Som en gæst og interviewperson sagde det: "Man tager ikke en veninde med helt til Holte uden at kunne tilbyde en frokost."
- Spiseriet får meget positiv respons.
- Flere nævner, at de vil komme tilbage dertil for at spise en frokost en anden gang.
- Flere nævner, at priser og sortiment var rimelige.

Nedslagspunkter

det siger respondenterne om...

Fremtidig placering

- Hovedparten havde ikke et specielt forhold til Vedbæks lokalområde og kendte ikke geografien.
- Otte ud af ti peger på placeringen ved Vedbæk Skole. Både fordi de fra udstillingen kan huske, at fundene stammer fra det område, og pga. nærheden til Vedbæk station.
- For det potentielle publikum **uden** egen bil og for skoleklasser vil en placering ved Kystbanestationen være en afgørende fordel for et besøg.

Særudstillinger

- En tilføjelse og/eller en ny vinkel i form af en særudstilling vil være et must for næsten alle, hvis de skal besøge det nye museum mere end en gang.
- Forskningen og arkæologiens nye guldalder nævnes af flere som en mulig vinkel.
- Særudstillingen kunne også have form af et kreativt værksted. Talks, underholdning og et stort rum, hvor man kan eksperimentere med stenaldrens lege, smykker, tøj osv.

Nedslagspunkter

det siger respondenterne om...

Unesco verdensarv -listen

- Alle er enige om, at det er en interessant mulighed.
- Den samfundsengagerede gruppe og seniorerne anser ikke en placering på verdensarvslisten som værende af betydning for deres opmærksomhed eller besøg.
- Både læreren med sin klasse og børnefamilierne vurderer, at det vil have en betydning.
- Respondenterne fra nærområdet udtrykker en følelse af stolthed over, at deres område har mulighed for at blive optaget på UNESCOs liste.

Fremtidig billetpris

- Respondenternes bud på prisen for en voksenbillet i det nye Vedbækfundene er i gennemsnit DKK 98,-
- Seniorerne trækker gennemsnittet ned med deres bud på DKK 85,-, mens de øvrige grupper placerer sig over DKK 100,-.
- Klassebesøget må ikke koste over DKK 6-700,-.

Survey

Vi giver ordet til borgerne i hovedstadsområdet



Survey bekræfter de kvalitative interview

Når vi tager resultaterne fra de kvalitative interview og omsætter dem til en spørgeramme som kan bruges i en kvantitativ on-line survey, så får vi også et resultat som kan understøtte den positive interesse for det nye museum som var hovedindsigten fra de kvalitative interview.

Vi har spurgt 1.021 i region hovedstaden som er repræsentativt udvalg på køn, alder, indkomst og uddannelsesniveau.

Den centrale forskel på den kvantitative og den kvalitative publikumsundersøgelse er at de udvalgte personaer i den kvalitative undersøgelse har været oppe og se det nuværende Vedbækfundene og fået en personligt fortælling om ambitionerne bag det nye museum.

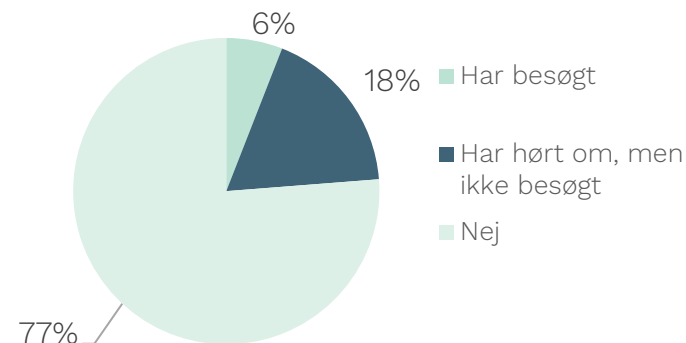
De 1.021 personer i den kvantitative undersøgelse har altså en lavere indsigt i projektet. Til gengæld er deres svar et udtryk for holdninger fra et bredt repræsentativt udsnit af hele regionens potentielle publikum.

Fakta om undersøgelsen:

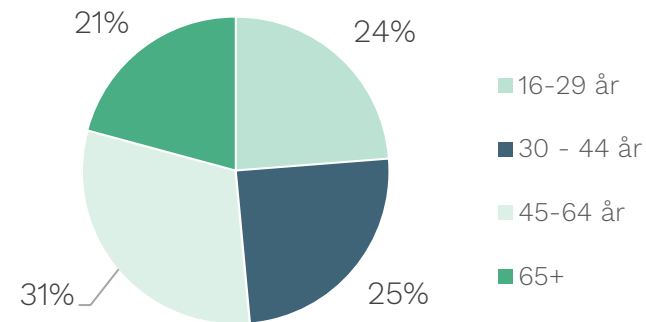
Gennemført: 22. august 2023 – 28. august 2023

Kønsfordeling: Mænd: 49% Kvinder: 51%

Har du hørt om Vedbækfundene?



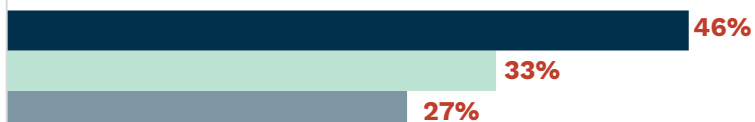
Alder:



1) Vil det have positiv betydning for dine overvejelser om at besøge museet, hvis udstillingen udover den indendørs udstilling inkluderede en længere udendørs rute med nedslag og fortællinger undervejs?



2) At fortælle om hvordan vi levede i Danmark for 7.000 år siden giver museet mulighed for at sætte sammenligne med hvordan vi mennesker indretter os i 2023, fx hvordan vi dengang og i dag havde forskellige måder at leve i samspil med naturen, at vi dengang indrettede vores liv så vi arbejdede betydeligt mindre andel af dagen og at vi i modsætning til i dag levede med færre beslutnings hierakier. Synes du dette kunne være et interessant emne at formidle på det nye museum?



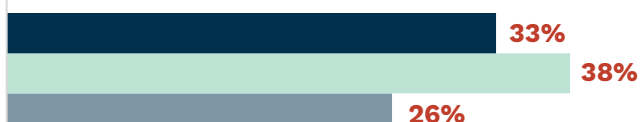
3) De nye arkæologiske metoder, konkluderer også, at Vedbækfundene har potentiale til at blive inkluderet på Unescos verdensarvsliste fordi de er blandt de bedste fund i verden fra denne tid. Vil dette gøre et besøg mere interessant for dig?



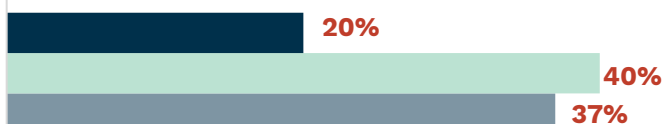
4) Der er planer om at bygge et helt nyt museum til Vedbækfundene. Vil det gøre et besøg mere interessant for dig?



5) Nye arkæologiske metoder, bl.a. med brug af DNA til at undersøge de 7.000 år gamle skeletter, og det som var lagt i graven med dem, viser at dette område i Vedbæk for 7.000 års siden var en af de vigtigste bopladser i Europa, som tydeligt kan fortælle hvordan nogen af de første mennesker i Danmark bosatte sig. Gør denne viden et besøg mere interessant for dig?



6) Vedbækfundene er en udstilling som fortæller om en række unikke arkæologiske fund af grave, der er omkring 7.000 år gamle. Udstillingen handler om stenalderen og nogle af de allerførste mennesker, der har bosat sig i Danmark. Hvor sandsygt er det, at du vil overveje at besøge sådan et museum?

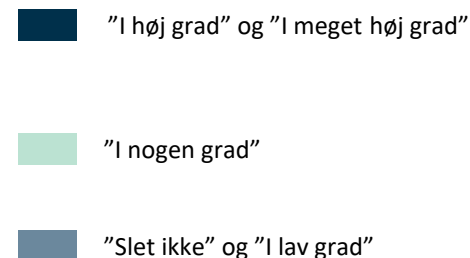


Alle danskere:

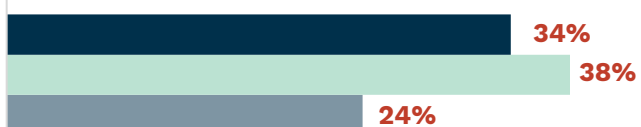
Knap 30% er *ikke* potentielt publikum til det nye museum for Vedbækfundene

Alt efter hvilket parameter vi fremhæver svarer mellem 20% og 46% af danskerne i hovedstadsregionen "i høj grad" eller "i meget høj grad" til interessen for at besøge Vedbækfundene i fremtiden. Mellem 33% og 40% svarer "i nogen grad".

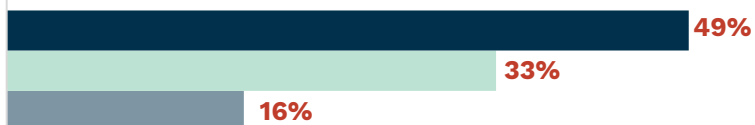
Der er færrest potentielle publikum (60%) til Vedbækfundene når vi fremstiller udstillingen alene som stenalder og arkæologi og flest (79%) når vi perspektiverer stenalder med hvordan vi indretter vores samfund i dag.



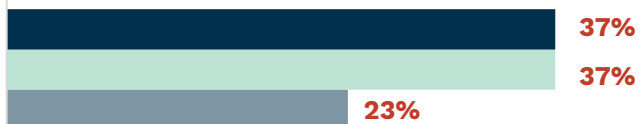
1) Vil det have positiv betydning for dine overvejelser om at besøge museet, hvis udstillingen udover den indendørs udstilling inkluderede en længere udendørs rute med nedslag og fortællinger undervejs?



2) At fortælle om hvordan vi levede i Danmark for 7.000 år siden giver museet mulighed for at sætte sammenligne med hvordan vi mennesker indretter os i 2023, fx hvordan vi dengang og i dag havde forskellige måder at leve i samspil med naturen, at vi dengang indrettede vores liv så vi arbejdede betydeligt mindre andel af dagen og at vi i modsætning til i dag levede med færre beslutnings hierakier. Synes du dette kunne være et interessant emne at formidle på det nye museum?



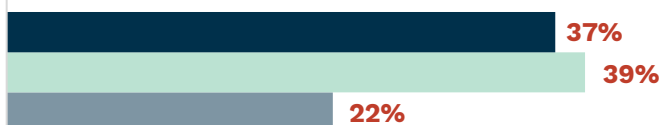
3) De nye arkæologiske metoder, konkluderer også, at Vedbækfundene har potentiale til at blive inkluderet på Unescos verdensarvsliste fordi de er blandt de bedste fund i verden fra denne tid. Vil dette gøre et besøg mere interessant for dig?



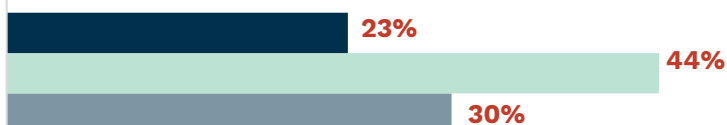
4) Der er planer om at bygge et helt nyt museum til Vedbækfundene. Vil det gøre et besøg mere interessant for dig?



5) Nye arkæologiske metoder, bl.a. med brug af DNA til at undersøge de 7.000 år gamle skeletter, og det som var lagt i graven med dem, viser at dette område i Vedbæk for 7.000 års siden var en af de vigtigste bopladser i Europa, som tydeligt kan fortælle hvordan nogen af de første mennesker i Danmark bosatte sig. Gør denne viden et besøg mere interessant for dig?



6) Vedbækfundene er en udstilling som fortæller om en række unikke arkæologiske fund af grave, der er omkring 7.000 år gamle. Udstillingen handler om stenalderen og nogle af de allerførste mennesker, der har bosat sig i Danmark. Hvor sandsynligt er det, at du vil overveje at besøge sådan et museum?

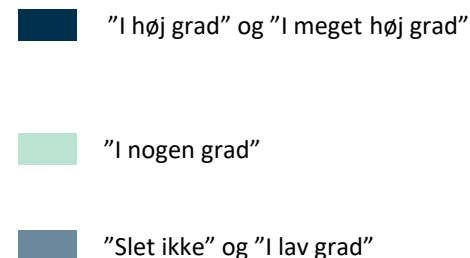


Den halvdel af danskerne som besøger museer hvert år:

23% er ikke potentielt publikum til det nye museum for Vedbækfundene

Hvis vi alene medtager svarene fra den del af de adspurgte som angiver at de besøger et museum eller en attraktion hvert år, finder vi en større interesse for et nyt museum for Vedbækfundene.

Tilsvarende som når vi ser på svarene fra alle danskere i hovedstadsregionen er den positive interesse størst når vi spørger til emnet hvor stenalder sættes i relation til hvordan vi indretter os i nutiden. Her svarer 84% "i meget høj grad", "i høj grad" eller "i nogen grad" til spørgsmålet om det for dem, vil være et interessant emne at formidle på det nye museum.



Billetpris

En fremtidig billetpris på 120 kroner for voksen er ikke afskrækkende. Kun 23% synes slet ikke eller i lav grad, at dette vil være en rimelig pris. Hvorimod hele 24% finder prisen rimelig i høj grad eller endda i meget høj grad.

Det er svært at kategorisere en pris som rimelig uden at have afprøvet produktet. Vi havde derfor forventet langt flere som ville være negative over for prisen.

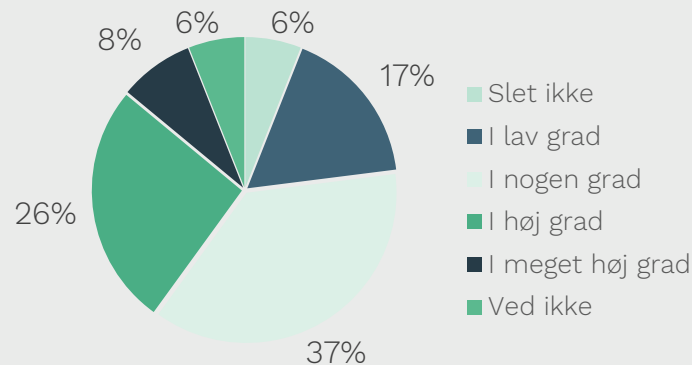
Placering

En placering af det nye museum tæt på et kystbane station har betydning for 34%. Men hvis vi deler svarene op på dem der har svaret om de har bil i husstanden har hovedparten af dem der har svaret at placeringen ikke har betydning egen bil. Blandt de 34% som svarer at det "i meget høj grad" eller "i høj grad" har betydning om placeringen er tæt på en togstation er der tre gang så mange som **ikke** har bil i husstanden. I den samlede undersøgelse har to ud af tre egen bil.

Billetpris

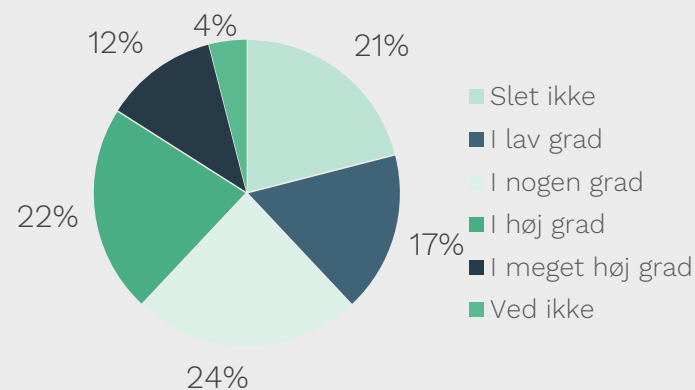
Billetprisen bliver 120 kroner for voksne og gratis for børn.

Synes du umiddelbart dette lyder som en rimelig pris?



Placering

Vil det have betydning for din overvejelse om at besøge museet hvis det placeres lige ved Vedbæk station, som ligger på kystbanen, 20 minutters togtur fra København?



Cafe/restaurant

31% vurderer ikke en museums cafe/restaurant har betydning for deres overvejelser om at besøge museet mens 65% tror det i nogen grad eller høj grad har betydning for deres overvejelser om at besøge museum hvis der er en restaurant/cafe.

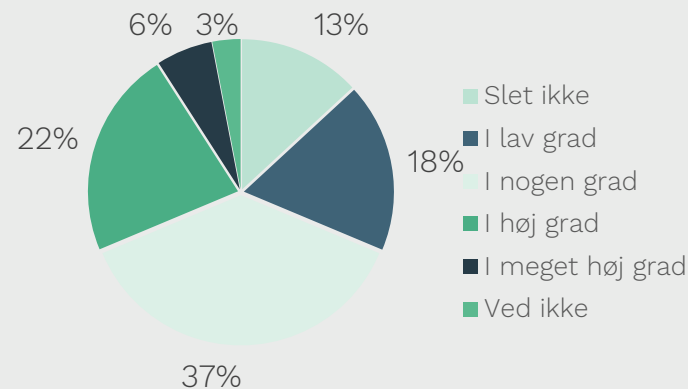
Denne relativt høje forventning til at der kan købes kaffe, kage og noget at spise matcher mange andre museumsundersøgelser som fortæller os at cafe/restaurant har stor betydning for den samlede oplevelse

Museumsbutik

Over halvdelen, nemlig 61% svarer at en museumsbutik ikke vil have betydning for deres overvejelser om at besøge museet. Dette er lidt overraskende fordi det ikke stemmer overens med undersøgelser af publikum som har besøgt et museum. Her finder vi en betydelig højere rating af betydning af museumsbutikken.

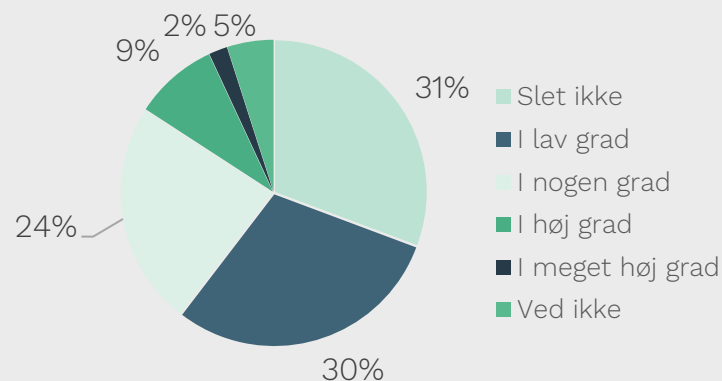
Cafe/restaurant

Har det betydning for dig og dine overvejelser om at besøge museet, hvis der sammen med det nye museum etableres museums cafe/restaurant?



Museumsbutik

Har det betydning for dig og dine overvejelser om at besøge museet, hvis der etableres en museumsbutik som en del af det nye museum?



Konkretisering af personae

De fire udvalgte persona-grupper + storbyturisten

Workshop 3. maj 2023

1

Den samfunds- engagerede

Objektive karakteristika:

- 19-29 år og 50-69 år
- Fra Nordsjælland og Hovedstadsområdet
- Aktivistisk og engageret i samfundsforhold. Har respekt for naturen og værdsætter simple living og det at leve på naturens betingelser
- Kollektivistisk grundholdning

Spredning i rekruttering:

- Både mænd og kvinder
- Ligelig fordeling mellem de to aldersgrupper

Hvorfor er personaen vigtig?

- En ikke-traditionel motivation for et besøg på kulturhistoriske museer
- Central for det kommende museums nutidsdagsorden

2

Bedsteforældre/ seniorer

Objektive karakteristika:

- 60+ år
- Hele Danmark og Skåne
- Er generelt kulturinteresserede
- Søger oplevelser med venner eller børnebørn

Spredning i rekruttering:

- Både mænd og kvinder
- Både med og uden børnebørn
- Alene hovedstadsområdet (af praktiske grunde)

Hvorfor er personaen vigtig?

- Stor målgruppe og potentiale for tiltrækning af nye besøgende
- En gruppe, der har tid til at søge oplevelser

3

Børnefamilien

Objektive karakteristika:

- 23-49 år (børnene 3-15 år)
- Hele Danmark og Skåne
- Moderat museumsgænger, men søger ofte sociale begivenheder, der appellerer til børnene

Spredning i rekruttering:

- Børnenes alder
- Alene hovedstadsområdet (af praktiske grunde)

Hvorfor er personaen vigtig?

- Interesse for børneorienterede kulturtilbud fra både hovedstadsområdet og turister fra resten af landet
- God målgruppe for aktivitetsrettede events, hvor man må røre og prøve
- Tilbud både inde og ude

4

Pædagogen/læreren med sin gruppe

Objektive karakteristika:

- Grundskoleklasser fra hovedstadsregionen
- Ungdomsuddannelsesklasser fra hovedstadsregionen
- Børnehaver fra Rudersdal og omkringliggende kommuner
- Skoleklasser uden for hovedstadsregionen på lejrskole ophold

Spredning i rekruttering:

- En børnehave og en grundskole med lærere, der kender den nuværende udstilling
- To gymnasielærere og en grundskolelære, som ikke tidligere har haft en klasse med ude at se Vedbækfundene

Hvorfor er personaen vigtig?

- Nødvendigt og stærkt med skoletilbud

Den udenlandsk storbyturist

De tre persona-grupper 1,2 og 3 skal også tænkes som turister. Turistpersonaerne skabes med udgangspunkt i de analyser og data, der allerede findes om storby- og kulturturister.

Hvorfor er personaerne vigtig?

- Kommercielt afgørende
- Centralt for Woco's turisme strategi at flytte turistoplevelserne ud af centrum, bl.a. til oplevelser i det grønne Nordsjælland

De fem museumstyper (definitioner)

De fem museumstyper er udviklet af to amerikanske professorer – John Falk og Lynn Dierking. Ved hjælp af omfattende studier og undersøgelser har de identificeret de såkaldte *identitetsrelaterede motivationer*, som driver gæsternes besøg på museer. Disse motivationer kan klassificeres i fem overordnede kategorier.

Explorer	Facilitator	Professional/ hobbyist	Experience seeker	Recharger*
<p>Drevet af nysgerrighed og lysten til at lære. De er interesserede i, hvad museet kan tilbyde i forbindelse med dets udstillinger og er på jagt efter det spændende, fængende og lærerige.</p> <p>De er således også målrettede og kritiske, og hvis de ikke finder noget, der fanger deres opmærksomhed, bevæger de sig videre.</p>	<p>Drevet af det sociale aspekt. De tager på museum sammen med andre, og under besøget bevæger de sig sammen gennem udstillinger. De ser først og fremmest museumsbesøget som en social begivenhed.</p> <p>Deres motivation for at tage på museum er ikke styret af en lyst til at lære eller undersøge så meget, som det skal være en god oplevelse for venner eller familie.</p>	<p>Tager på museum for at få tilfredsstillt sin lyst til at lære mere – gerne om et specifikt emne, de selv har interesse i.</p> <p>De er gerne uddannede indenfor det felt, de søger information om, og betragter det som en hobby at opsøge udstillinger, der bekræfter og forstærker den viden, de allerede besidder.</p> <p>Hvis de tager afsted med andre, deler de gerne deres entusiasme med de andre.</p>	<p>Anser museet som en vigtig institution, som man 'bør' besøge, hvis man får muligheden.</p> <p>De er mere drevet af museet som et kulturelt 'must see' og opsøger gerne populære udstillinger på baggrund af deres omtale.</p> <p>Turister falder ofte under denne kategori, da de er drevet af at se og opleve kultur, når de er ude at rejse.</p>	<p>Tager på museum for at få et afbræk fra hverdagen og slappe af. Anser museer som et tilflugtssted, hvor de kan 'tanke op' omringet af inspirerende og betagende genstande.</p> <p>Denne type har gerne fokus på den æstetiske dimension og er typisk tiltrukket af kunst- og frilandsmuseer, hvor de kan bevæge sig rundt i deres eget tempo. Derfor er denne type mere tilbøjelig til at tage på museer alene.</p>

* Uddrag fra bogen "The Museum Experience Revisited" (2013), Falk & Dierking, s. 47

Den samfundsengagerede

”Jeg synes, det er et interessant take at sætte det i sammenligning med menneskets forhold til naturen – at det bliver sat i hovedsædet. Mennesket har i dag et meget afstumpet forhold til naturen. Vi skal blive inspireret af tidligere mennesker. Det spiller faktisk også sammen med fortællingen om de sociale strukturer i stenalderen.”

Magnus, mand i 20'erne

” Men samfundskonteksten [scenarierne for den fremtidige fortælling] kunne jeg godt lide. Man skal selvfølgelig ikke leve som for 7000 år siden, men det er da et input til en diskussion.”

Michael, mand i 60'erne

Kendetegn:

- 19-29 år og 50-69 år
- Fra Nordsjælland og hovedstadsområdet
- Aktivistisk og engageret i samfundsforhold. Har respekt for naturen og værdsætter simple living og det at leve på naturens betingelser
- Kollektivistisk grundholdning
- Ønsker ofte involvering og mulighed for at kommentere udstillingen.
- Er glad for tilbud om talks og debatter samt andre events, som sætter

Præferencer for museumsbesøget:



Museumstype:

Explorer



Facilitator



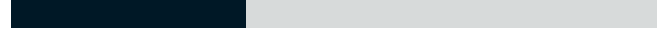
Professionals/hobbyists



Experience seekers



Rechargers



Denne persona-gruppe er ikke homogen i forhold til museumsbesøg. De har forskellige oplevelsespræferencer. Deres fællestræk er, at de synes, det er vigtigt at have et aktivt og involverende forhold til vores samfund og udviklingen både på lokalt og globalt plan. De kan sagtens synes, at arkæologi og historie er interessant, men deres driver for et besøg er, at det sættes i relation til en større samfundsdagsorden.

Hvordan tiltrækkes de?

- Sociale medier (FB og Instagram)
- anbefalinger fra venner og familie
- AOK og migogkbh
- Politikens kulturtillæg – særlig for det ældre segment
- Weekendavisen og Kosmopol.

Hvilke krav stiller de?

- Gode rammer for involvering i udstillingen og plads til debat og dialog med dem, de er sammen med.
- En café, som kan være ramme om efterfølgende eftertanke.
- Relevans for en aktuell samfundsdagsorden

Hvilke oplevelser vælger de?

- Særlige events, foredrag, debatter, samskabelse
- De vælger typisk udstillinger og særudstillinger, som kan bidrage med relevante perspektiver til de igangværende samfundsdiskussioner; fx Louisiana, SMK, Arbejdermuseet, musikfestivaler samt talks og foredrag

Den samfundsengagerede

”Det er relevant at reflektere over det sociale hierarki. Historien og udviklingen af hierarki er interessant at dykke ned i, herunder de forskellige bølger og ændringer, vi har set gennem tiden.”

Eva Maria, kvinde i 30'erne

”

Jeg vil ikke bruge tid på det en anden gang, når det tager længere tid for mig at komme herop og tilbage end selve turen rundt i museet.”

Dorte, kvinde i 50'erne

Kendskab og holdning til Vedbækfundene:

Kendskab



Forventning



Tilfredshed



Ambassadørpotentiale (vil anbefale genbesøg)



Vil anbefale besøg til andre (0-10): **6,6**

”

Den helhedsoplevelse, jeg forventer af en udstilling i dag, synes jeg ikke, jeg finder her. Specielt den venstre del virker meget bedaget. Fotokopierede tekstsedler holder heller ikke i 2023.

Pernille, kvinde i 50'erne

Motivation:

- Tema-aftener, talks eller arrangementer med fx musik og fællesspisning, som sætter udstillingen i forbindelse med nutidens vigtige emner og dagsordener
- Flere konkrete aktiviteter og/eller kreative værksteder
- Den samfundsengagerede er **ikke** fortalere for et meget konkret valg af fx klimadagsordenen som den bærende fortælling i det nye museum. De ser mere den historiske formidling som et godt grundlag for en generel diskussion om samfund, og hvordan vi mennesker kan indrette os sammen.
- Formidling udendørs ved de oprindelige bopladser

Konkrete højdepunkter:

- Rummet med gravene og dyrene (den samfundsengagerede har også nogle gange børn med)
- At der var en hyggelige stemning i Spiseriet og i gården.

Barrierer:

- Ingen i persona-gruppen har bemærket markedsføring
- Rejsetiden står ikke mål med udstillingens omfang og værdi
- Hvis persona-gruppen ikke ser sammenhængen mellem Vedbækfundene og den aktuelle samfundsdebat såsom work-life balance, klima osv.

Konkrete lavpunkter:

- Det var for hurtigt overstået
- Nogle skilte var svære at forstå

Bedsteforældre/seniorer

”Jeg vil gerne have lidt af hvert i formidlingen. Jeg kan godt li’ at ‘gå ind i historien’. Jeg ville jo godt kunne lide at være med i en begravelse og blive inddraget lidt mere. Men det skal naturligvis ikke bare være tant og fjas. Men hvis der er belæg for det, man vil vise, må det godt være underholdende.”

Annette, kvinde i 60’erne

Kendetegn:

- 60-70+ år
- Fra lokalområdet og hovedstadsområdet
- Kvinde (kan også være mænd, men ofte er det den kvindelige senior, der tager initiativet).
- Besøger kulturbegivenheder
- Kan tage sin mand med eller en veninde/ven eller et barn/barnebarn.

Præferencer for museumsbesøget:



Museumstype:

Explorer



Facilitator



Professionals/hobbyists



Experience seekers



Rechargers



Den kulturinteresserede er bredt orienteret mod alle slags attraktioner. De er nysgerrige på anderledes oplevelser, hvor de inddrages og får gode rammer for en social oplevelse. De har høje forventninger til det, de skal opleve – både indpakningen og indholdet. Hvilken udstilling, der præsenteres, er af mindre betydning. Prisen er også afgørende for, om de har lyst til at aflægge besøg – de vil have noget for pengene.

”

Jeg troede egentlig det, jeg skulle se, var gammelt og gråt. Jeg var derfor positivt overrasket og kunne ikke nå det hele på en time.”

Kvinde, 70+

Hvordan tiltrækkes de?

- Aviser: Information, Weekendavisen og Politiken
- Facebook
- Går selv ind på museernes hjemmesider
- Gennem anbefalinger fra venner og familie

Hvilke krav stiller de?

- En god café med plads til samvær og hygge.
- At blive inddraget og stimuleret kulturelt og samtidig blive klogere. Relevans for nutiden.

Hvilke oplevelser vælger de?

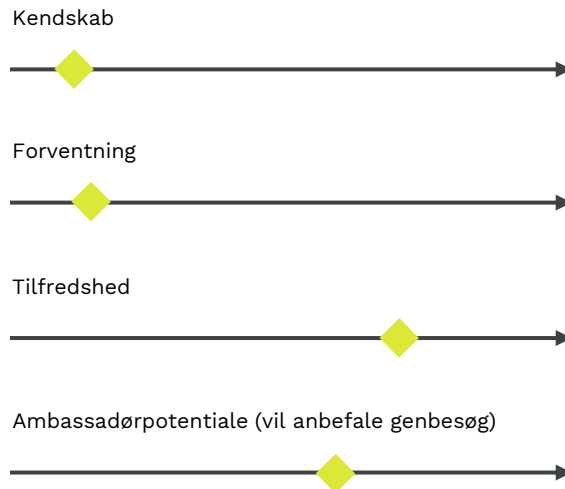
- En samlet oplevelse for dem selv og deres veninde eller barnebarn. En fortælling med plads til samvær, besøg i museumsbutik. Følelsen af at have forstået noget relevant sammen med deres ledsagere.
- Museumsbesøg – særligt ift. særarrangementer og udstillinger. Louisiana, Glyptoteket besøges ofte.
- Koncerter, teater, arkitektur og film – præmissen er, at det skal være socialt og anderledes.

Bedsteforældre/seniorer

"Den kunne godt trænge til en opgradering. Fint med fotostaterne, men måske knap så levende. Der skal nok lidt mere underholdning til, især hvis man gerne vil have børn ind. Emnet er bestemt spændende."

Britta, kvinde i 70'erne

Kendskab og holdning til Vedbækfundene:



Vil anbefale besøg til andre (0-10): **6,8**

”Men jeg synes måske det efterhånden er lidt trættende med klima-diskussionen, når de unge mennesker råber op, men samtidig sidder med deres Iphone. Og hvorfor kaster de med tomat suppe?”

Birthe, kvinde i 70'erne

Motivation:

- De er virkelig begejstret for fortællingen og historien. Men når det kommer til at forestille sig fremtidens museum og de muligheder, de hører om, kan de ikke rigtig forbinde det med begreber som "oldtiden", "stenalderen" og "7.000 år gamle skeletter".
- Skiftende særudstillinger og/eller events, hvor rummene bruges på nye måder er et must for deres genbesøg. Omvisninger med guides, aften-omvisninger, talks, kreative tilbud og koncerter.
- Bedsteforældre med barnebarn synes godt om alt det, man kan røre. De vil gerne have flere kreative tilbud, som de kan sætte deres barnebarn til.

Konkrete højdepunkter:

- Oplevelsen langt bedre end forventningen.
- Overraskelsen over hvor visuel og sanselig udstillingen var.
- Den mundtlige introduktion i billet salg.

”

Den er lidt gammeldags. Det skal være mere aktivt, hvis jeg skulle have min egne børn med.”

Niels, i 50'erne

Barrierer:

- Manglende kendskab til museet. Enkelte havde fx hørt om Vedbækfundene fra DR's serie 'Historien om Danmark', men var ikke klar over, at det var et museum dedikeret til fundene.
- Inden de besøger museet, opfatter de emnet som "noget kedeligt med gamle skeletter."

Konkrete lavpunkter:

- Udstillingen, der så lidt slidt ud og trængte til opdatering.
- At de var forvirrede, da de ikke kunne finde vej.
- For lidt variationen i formidlingen, der primært var på tekst.

Børnefamilien

”Meget forvirrende så stor forskel, der var. Først det gammeldags til venstre, hvor jeg lige fik sådan en ‘okay, det er klassisk gammeldags museum med montre og sten, der ligger på række’. Men i det andet rum er det mere røre og forstå, hvordan man har gjort det, hvilket er meget imponerende. Det er primært mine børn, som skal have en god oplevelse, så har jeg også haft en god oplevelse.”

Pernille, mor til tre, i 30’erne

”

Før besøget tænkte jeg lidt, at det var som Hadsund lokalmuseum og var meget overrasket over, hvor stort et fund det egentlig er, og at vi ikke kendte det, når nu vi bor i Lyngby.”

Anders, far i 40’erne, med sin 12 årige datter

Kendetegn:

- 23-49 år (børnene er 3-15 år)
- Fra hovedstadsområdet (mange fra København)
- Moderat museumsgænger, men søger ofte sociale begivenheder, der appellerer til børn
- Har generelt ikke hørt om Vedbækfundene

Museumstype:

Explorer



Facilitator



Professionals/hobbyists



Experience seekers



Rechargers



Mange børnefamilier er gode til at bruge kulturelle tilbud og går efter at få en oplevelse ud over det sædvanlige sammen. Museumsbesøget er en social begivenhed, hvor de søger spændende og lærerige oplevelser, der gør indtryk. Børnefamilien kommer ofte fra København, derfor skal de tilbydes en udflugt og ikke blot en udstilling. De kommer både for den kulturelle dannelse, men særligt for at få den gode oplevelse med og for børnene, som de kan tale om i fremtiden.

Hvordan tiltrækkes de?

- Opslag på sociale medier, særligt Facebook og Instagram. Her følger de kulturinstitutioner og inspirationssider såsom ‘Børn i byen’.
- Anbefalinger fra andre børnefamilier og bekendte
- AOK, Weekendavisen
- Googler efter børneaktiviteter i deres nærområde

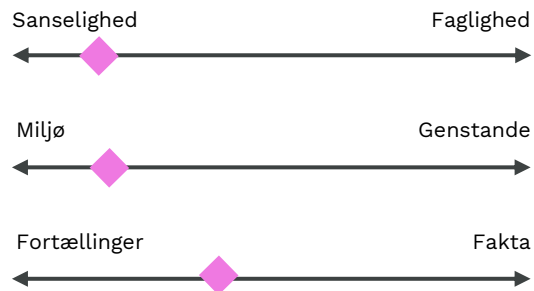
Hvilke krav stiller de?

- Plads til at børn må være børn, men samtidig også at de får rum til fordybelse, ny erkendelse og viden
- En god café med mad og god kaffe
- Børnenes ønsker er vigtige, men de voksne vil også gerne opleve noget spændende.

Hvilke oplevelser vælger de?

- De sanselige og kreative oplevelser, hvor man selv bliver inddraget, og hvor de får lov til at skabe, høre og dufte og komme i kontakt med udstillingen.
- Eksempler er Tivoli, Zoologisk have, DAC, Louisiana, Statens Museum for Kunst og teaterforestillinger.

Præferencer for museumsbesøget:



Børnefamilien

"Vi sætter os altid ned i løbet af ugen med spørgsmålet: 'Hvad skal vi lave på søndag?' Vi vælger et sted med aktivitet til børn. Så skal vi spørge 'børn, vil I på museum?' eller kan vi spørge 'Børn, vil I med derhen, hvor man kan røre dyr og skeletter og se gravene fra de første mennesker, der boede i Danmark?'"

Kamal, far til to, i 30'erne.

”

Det er simpelthen for småt til, at vi kan få en dag til at gå og bruge transport, så skal der være noget mere i den her oplevelse. Og det kræver det, når man skal pakke bilen med børn, hund og alt det her."

Nynne, mor til to, i 30'erne

Kendskab og holdning til Vedbækfundene:

Kendskab



Forventning



Tilfredshed



Ambassadørpotentiale



Vil anbefale besøg til andre (0-10): **4,4**

Motivation:

- Den samlede oplevelse; udflugter med børnene med interaktion, leg, frokost, en have og et kreativt værksted.
- Mange var inden besøget på museet motiverede af en præsentation af noget før vikingerne, som de så ofte har hørt om.
- Udstillingens samlede sanselighed. Et plus, hvis børn må røre ved genstande.
- Events, særarrangementer og temauger med fokus på noget til børn, såsom tilbud i ferieperioden eller kreative workshops, hvor de kan prøve kræfter med en stenalder-aktivitet.
- Haven og legepladsen

Konkrete højdepunkter:

- Dyrene og alt det taktile var godt for børn i alle aldre
- At der også var café, have og legeplads

Barrierer:

- Ingen kendskab til Vedbækfundene
- Museum for oldtiden eller "stenalder" er ikke motiv
- Transport for børnefamilier uden bil
- Rejsetiden for københavnerefamilien står ikke mål med udstillingens omfang og værdi
- Hård konkurrence - der findes et stort udvalg af andre interessante kulturtilbud, som er henvendt meget mere til børn.

Konkrete lavpunkter:

- Kommunikationen i udstillingen er præget af for mange og for svære skilte. Det er specielt udfordrende for forældre at bruge disse skilte til at formidle informationen videre til deres børn.
- Usikkerhed omkring, hvad der er tilladt at røre ved, og hvad der ikke er.

”

Jeg blev skuffet, det var meget småt, jeg troede faktisk, at ville være større. Jeg blev overrasket over, hvor gammelt og hvor småt alting var."

Nicolaj, far til to, i 40'erne

Læreren med sin klasse

”Alle kommuner har et samarbejde mellem skole og kultur administrationen. Man skal med i disse kataloger for at være relevant og komme ud til alle lærere i grundskolen.”

Tanja grundskoleleder i 40'erne

”

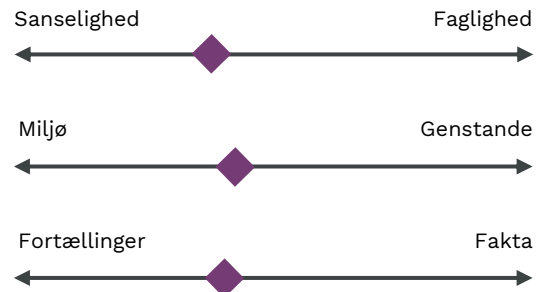
Det er dokumentation for signifikans for en gymnasielærer, der planlægger sin næste ekskursion, (at være på Unesco verdensarvslisten).
Claus STX vicerektor, mand i 40'erne

Kendetegn:

- Lærere fra hovedstadsområdet
- Interessert i at sætte handling bag ønsket om en ”åben skole”
- Lærer i grundskolen, pædagoger i børnehaverne og lærere på ungdomsuddannelserne

NB: Vi har i denne undersøgelse ikke testet de eksisterende undervisningsforløb

Præferencer for museumsbesøget:

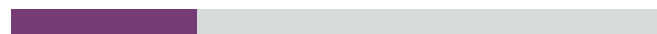


Museumstype:

Explorer



Facilitator



Professionals/hobbyists



Experience seekers



Rechargers



Læreren er på udkig efter steder, der kan hjælpe med at opfylde tidens krav om en ”åben skole”. Både fordi de synes, det giver en bedre undervisning, og fordi de ofte hører det som et krav fra forvaltning og skoleledere. For at besøget skal være meningsfuldt, er det afgørende, at museets udstilling relaterer sig til et emne i undervisningsplanen. Stenalderen er på nuværende tidspunkt kun en del af pensum i 3. klasse. Elevernes gode oplevelse er lige så vigtig som det faglige.

Hvordan tiltrækkes de?

- Et kombineret indendørs og udendørs forløb
- Anbefalinger fra kolleger, google-søgning på museer med emner, der matcher deres fag, og via undervisningssites
- En sal med plads til flere klasser og en mini-forelæsning til de større elever samt plads til kreative værksteder til de mindre
- Har de først etableret en god relation til et museum, kommer de trofast. Hvis ikke de kender jer, tøver de med selv at tage kontakt.

Hvilke krav stiller de?

- Stedet skal være hurtigt og billigt at komme til og fra.
- Museet skal kunne supplere undervisning med noget, der ikke kan formidles på samme måde i klasseværelset, fx via en følelses- og oplevelsesmæssig tilgang. Planlagte forløb er et stort plus.
- Det skal være prisvenligt. Betales ofte af klassekassen eller af eleverne selv. 30 kr. per elev beskrives som max. Altså ikke over 6-700 per klasse.

Læreren med sin klasse

”Et stærkt fagligt samspil mellem Vedbækfundene og Nærum gymnasium om undervisningsforløb vil kunne fungere som den faglige dåseåbner for regionens andre ungdomsuddannelser.”

Claus, STX vicerektor, mand i 40’erne

”

Det udstråler så meget 70’erne, at jeg følte mig hensat til min barndom. Hyggeligt, men jeg ville aldrig tage en udskolingsklasse med herhen.”

Tanja, grundskoleleder i 40’erne

Kendskab og holdning til vedbækfundene:

◆ Har været forbi med en gruppe flere gange

◆ Har aldrig været forbi

Kendskab



Forventning



Tilfredshed



Ambassadørpotentiale



”

Jeg har jo aldrig været der med en klasse. Måske føler jeg lidt, det er et anneks, fundene er placeret i, og det harmonerer dårligt med, at jeg skal fortælle klassen, at de skal se verdens naturarv.”

Sune, historielærer STX, mand i 50’erne

Motivation:

- At komme på UNESCOs verdensarvsliste vil være et vigtigt kvalitetsstempel for udskolingslærere og ungdomsuddannelserne.
- Placering ved Vedbæk station er et must, hvis vi skal have flere skoleklasser. Ingen har råd til at leje bus til ekskursioner.
- Gode omvisere er et must for læreren.
- At kunne sætte en god ramme for diskussion af en samtidsdagsorden for eleverne.

Konkrete højdepunkter:

De små børns fascination af den meget taktile og oplevelsesbaserede verden. Pædagogerne fortæller hvordan børnene i ugerne efter løber rundt på børnehavens legeplads og ”finder flintesten”

Mulige undervisningsforløb:

- Det nuværende forløb for børnehavebørn og for 3. klasser vurderes meget positivt af dem, der har haft flere grupper igennem. Perioden passer til historie fagets start i grundskolens 3. klasse.
- For ungdomsuddannelserne er stenalder som emne **ikke** trækplastret. I faget historie kunne det være det i stedet lange stræk og de store linjer i vores samfundsudvikling. I faget naturgeografi er et fokus på de geologisk-klimatiske forandringer meget oplagt. Den udendørs oplevelsesrute er helt afgørende. Og endelig kunne DNA i arkæologi godt give mening i biotek-fagene.
- For grundskolens udskoling skal tilbuddet tænkes på tværs af fagene eller som et bredt emne i faget Dansk. Det kunne være stærkt at give de unge mennesker en platform med rod i historien til at diskutere individ, samfund og køn i den samfundsmæssige udvikling.

Alle interviewede var begejstrede for den fremtidige mulighed for konkrete undervisningsforløb udendørs. Menneskets forhold til naturen, uden at der råbes ’klimakatastrofe’, vil forventelig have en stor appel til lærere og pædagoger på alle alderstrin.

Personae i turistversion

Storbyturisten

Overnatninger i Storkøbenhavn:

9 mio. overnatninger i 2018; 66% udenlandske, 34% danske (Vi bruger fortsat tal fra før corona-nedlukningen). Hver anden overnatning er uden for højsæsonen.

Fremtidens turister:

Woco's forventning er, at vi vil opleve en fordobling af antallet af turister frem mod 2030. Med den vækst i sigte har Woco lanceret strategien 'Rethinking tourism in Copenhagen towards 2030' med delstrategien 'Welcome to Copenhagen North'.

Strategiernes hovedformål er at flytte turister fra Københavns centrum til bl.a. Nordsjælland. Woco går bl.a. aktivt ind i den konkrete markedsføring af de nordsjællandske oaser.

Vil storbyturisten besøge en attraktion/museum?

82% af storbyturisterne i København planlægger at besøge en kulturattraktion eller et museum. Når Wonderful Copenhagen spørger storbyturisten, hvad der er deres oplevelsesbehov, er svaret: Fascination, interesse, lokalitet, autenticitet og interaktion. Storbyturisten er dog generelt ikke på lange ferier, så der er ofte kun tale om ét eller to attraktionsbesøg per turist.

Vil storbyturisten vælge noget uden for København?

Langt de fleste turister oplever ikke en tur til fx Louisiana som andet end en udflugt i København (Woco: *Rejsemønstre i Greater Copenhagen*, 2019). 80% af alle tidligere besøgende og 85% af potentielle storbyturister vil gerne kombinere 'city' med 'countryside' oplevelser (Woco: *Københavns DNA og fremtidige potentialer*, 2020).

Vil storbyturisten bevæge sig til Vedbæk?

Woco undersøgte i 2017 de internationale turisternes villighed til at tage ud af centrum: 65% bruger offentlig transport under deres besøg; 51% af brugerne af offentlig transport forlader centrum under deres besøg; 49% af brugerne af offentlig transport tager bus; 25% af dem, der ikke bruger offentlig transport, kommer rundt i bil (Woco: *Internationale turisternes brug af offentlig transport i hovedstadsområdet*, 2017).

Den samfundsengagerede turist

Kendetegn:

- 19-29 år og 50-69 år
- Rejser som par eller i gruppe
- Kommer primært fra Tyskland, Sverige, Storbritannien, USA, Norge, Italien, Spanien og Frankrig.
- Der findes ikke målinger på andelen af samfundsengagerede turister, men hvis vi antager, at andelen er den samme som blandt danskerne, kan vi anslå tallet til omtrent 500.000 besøgende.

Den unge samfundsengagerede turist rejser efter lokale og sociale oplevelser. De leder gerne efter muligheden for at få indsigt i noget unikt eller anderledes – det 'nichede' og det 'ægte København'. Det kan fx være en bestemt bydel eller inden for madkultur. Den modne samfundsengagerede turist har ofte en oplevelse af Danmark som et foregangssamfund og vil se en nutidig dagsorden på et museum som typisk dansk.

Den unge turist er ofte spontan i sin planlægning og bliver især inspireret til sine næste besøg gennem sociale medier og rejseblogs, men også via anbefalinger fra lokale, venner og familie.

Hvordan planlægger de deres besøg?

- Finder inspiration via sociale medier, rejseblogs og apps som f.eks. Like A Local og Spotted by Locals
- Anbefalinger fra venner, familie og lokale

Hvilke kriterier vælger de ud fra?

- Autentiske, lokale og unikke oplevelser
- Danmark er mange steder kendt for en aktiv holdning til klima og menneskets relation til naturen – det vil denne turist gerne mærke.
- Oplevelsen af en særlig stemning eller atmosfære

Hvilke oplevelser vælger de?

- Skæve kulturoplevelser
- Events, særudstillinger
- Samtidskunst og populærkultur
- Musik, scenekunst, mode, mad
- "Det ægte Danmark"

Anbefalinger:

- Vær tilstede på platforme som Instagram og Facebook samt apps som Like A Local og Spotted by Locals.
- Lav særudstillinger, som fokuserer på samfundsdagsordner.
- Præsenter den samfundsengagerede turist for det unikke danske take på en historisk ramme for diskussionen om, hvilket samfund vi ønsker os.

*Estimat: 29 % af de internationale besøgende i København var mellem 14-29 i 2015. Der var 7 mio. internationale overnatninger i København i 2017, gennemsnitligt med 2,7 overnatninger pr. person.
Kilde: VisitDenmark og Wonderful Copenhagen

Bedsteforældre / senior-turisten

Kendetegn:

- 50+ år
- Rejser som par eller i gruppe
- Kommer primært fra Tyskland, Sverige, Storbritanien, USA, Norge, Italien, Spanien og Frankrig.
- Arbejder eller er pensionist
- 850.000 modne turister i KBH i 2017*

Hvordan planlægger de deres besøg?

- anbefalinger fra venner, familie og lokale
- Inspiration via rejsebøger og online guides f.eks. Tripadvisor, Google-søgninger
- Spørger hotelpersonalet til råds

Hvilke kriterier vælger de ud fra?

- Lærerig og kulturel oplevelse
- Om de kan relatere til emnet
- Komfort

Hvilke oplevelser vælger de?

- Kulturarv og historie
- Historiske bygninger, kunstværker, miljøer og traditioner, som er typisk dansk
- Gastronomi, hobbyer, afslapning

Anbefalinger:

- Vær rådgivende på Facebook og egen hjemmeside. Søgeordsoptimer (SEO) mod den modne turist.
- Opgradér formidlingen til to sprog

De modne turister er ofte ægtepar, der rejser sammen eller i vennegrupper. De rejser for at nyde det gode liv sammen og går derfor efter komfortable, men også livsbekræftende oplevelser.

De vil gerne opleve kulturen i det land, de rejser til, og hvis de får ny viden og lærerige oplevelser med undervejs, er det en bonus. De følger rigtig gerne anbefalinger fra venner og familie, som tidligere har rejst til samme destination. De får også inspiration igennem rejsebøger og guides.

De søger gerne oplevelser, der relaterer sig til deres egne interesser fra enten deres profession eller fritid.

*Estimat: 33 % af de internationale besøgende i København var 50+ i 2015. Der var 7 mio. internationale overnatninger i København i 2017, gennemsnitligt med 2,7 overnatninger pr. person. Kilde: VisitDenmark og Wonderful Copenhagen

Turistfamilien med børn

Kendetegn:

- Rejser enten som en familie eller i en gruppe af flere familier.
- Kommer primært fra Tyskland, Sverige, Storbritanien, USA, Norge, Italien, Spanien og Frankrig.
- Består både af arbejdende voksne, småbørn og skolebørn.
- 429000 personer fra turistfamilier i KBH i 2018*

Turistfamilien rejser for at få kvalitetstid, samvær og lærerige oplevelser. Ferien er en mulighed for at få pause fra en hektisk hverdag og samtidigt få nye perspektiver på verden og hinanden.

De søger derfor oplevelser for hele familien og underholdning, som både er voksen- og børnevenlig. De ønsker at blive aktiveret og at kunne engagere sig i oplevelserne sammen.

God tilgængelighed samt tryghed i forhold til planlægning er alfa og omega, når familien skal beslutte sig for sit næste besøg.

Hvordan planlægger de deres besøg?

- anbefalinger fra venner, familie og lokale
- Rådgivning fra rejsebureauer og turistinformation
- Inspiration via sociale medier (25%), online guides med brugeranmeldelser (32%) og Google-søgninger

Hvilke kriterier vælger de ud fra?

- Børnevenlighed
- Kreative aktiviteter for både børn og voksne
- Tilgængelighed
- Effektiv, tryk og nem planlægning

Hvilke oplevelser vælger de?

- Familievenlige attraktioner
- Aktive og sjove oplevelser
- Topattraktioner, som er typisk dansk

Anbefalinger:

- Vær rådgivende online på Facebook og egen hjemmeside. Søgeordsoptimer (SEO) mod turistfamilien
- Præsenter turistfamilien for tilbuddet om en udflugt ud af storbyen; udstilling inde, udstilling ude, frokost, legeplads, flotte Nordsjælland
- Opgradér formidlingen til to sprog

*Estimat: 13 % af de internationale besøgende i København var familier i 2018. Der var 7 mio. internationale overnatninger i København i 2017, gennemsnitligt med 2,7 overnatninger pr. person. Kilde: VisitDenmark storbyturister i København 2018

Lokalområdet

Opbakning og kulturinstitutionens betydning for borgerne i Vedbæk og Rudersdal Kommune

En kulturinstitution i Vedbæk

I dette afsnit dykker vi helt ned i lokalområdet, hvor det nye museum kan placeres. En kulturinstitution vil altid have en stor betydning for det område, den placeres i, i det her tilfælde Rudersdal Kommune og mere specifikt Vedbæk by. Samtidig er en bred lokalopbakning også central for, at et museum kan blive en succes.

Vi vil på de følgende sider beskrive:

- Opbakning i Rudersdal Kommune
- Kulturinstitutionens betydning for Rudersdals og Vedbæks borgere
- Kulturinstitutionens betydning for erhvervs- og kulturaktørerne i Vedbæk



Opbakningen i Rudersdal Kommune

Rudersdal Kommune ser sig selv som en kulturkommune. Gennem mange år er dens kulturelle profil blevet mere og mere forankret i de politiske beslutninger. **I Rudersdal kommunes kulturpolitik spiller natur, kunst og historie en helt central rolle**, og det nye museum for Vedbæk-fundene spiller markant ind i både historie og natur.

I Rudersdal Kommune – som i alle landets øvrige kommuner – er der en politisk debat om, hvordan budgetterne skal prioriteres. Men trods argumenter om andre prioriteringer, har der været en **bred politisk opbakning til at prioritere kulturen, herunder museerne**.

Der findes ikke egentlige målinger af borgerne i Rudersdal Kommunes opbakning til projektet, men vi ved fra andre steder i Danmark, som har kultur som er på Unesco verdensarvsliste (Helsingør, Stevns, Jelling), at det spiller en **stor rolle for den lokale stolthed og fortællingen om lokalområdet**, som borgerne kan fortælle videre.

”

Forskere fra Nationalmuseet fremhæver i en ny analyse Vedbæk som et knudepunkt i jægerstenalderen, og Vedbæk er, i en sammenligning med de bedste jægerstenalderfund i verden, en direkte kilde til nutidens forståelse af fortidens liv. Ikke bare i Vedbæk, i hovedstadsområdet, på Sjælland eller i Danmark. Vedbækfundene er nogle af verdens vigtigste, kulturhistoriske fund.

I Rudersdal er vi naturligvis meget stolte af, at 'det var lige' her hos os, at vores fælles historie på tværs af nutidens landegrænser for alvor begyndte. Men fundene er vigtige for andet end vores lokale identitet. De har, ifølge den nye analyse, stor værdi både nationalt og internationalt og potentiale til at komme på UNESCO's Verdensarvsliste.

Det er væsentligt for os i kommunalbestyrelsen at sikre den kulturelle arv og formidlingen af denne også for fremtidige generationer. Derfor ønsker vi at styrke arbejdet hen mod at etablere et nyt museum for Vedbækfundene bl.a ved at prioritere midler til fundraising. Arbejdet med udvikling af det nye museum sker i samarbejde med Nationalmuseet og Kulturministeriet og med en finanslovsbevilling fra Folketinget, så vi sikrer landets bedste museum om jægerstenalderen og dens betydning for moderne mennesker.

Ann Sofie Orth, borgmester i Rudersdal Kommune.

”

Kulturinstitutionens betydning for Rudersdals og Vedbæks borgere

Kultur og oplevelser spiller en afgørende rolle for vores livskvalitet og mentale sundhed. Dansk Industri præsenterede i november 2022 en analyse med konklusionen, at **tre ud af fire danskere mener kultur og oplevelser er vigtigt for livskvaliteten**. DI's konklusioner kommer på baggrund af en repræsentativ undersøgelse, som spurgte den danske befolkning ind til betydningen af 13 forskellige typer fysiske oplevelsestilbud uden for hjemmet såsom forlystelsesparker, museer, biograf, koncerter, zoologiske haver og sport-events. Undersøgelsen konkluderer, at **både unge og ældre deler oplevelsen** af, at kultur og oplevelser har betydning for deres livskvalitet. Kultur og oplevelser er **vigtigt på tværs af uddannelsesniveau**. Dog angiver personer med en videregående uddannelse i endnu højere grad, at kultur har betydning for deres livskvalitet.

Det, danskerne i allerhøjeste grad får ud af kultur- og oplevelsestilbud, er "gode stunder med venner og familie". Men også argumentet om den **styrkede almene dannelse ("jeg får nye indtryk og ny inspiration") vægter højt**, og særligt for de danskere, der har været på museer.

Netop den styrkede almene dannelse fylder hos Lena Berger, der er skolebestyrelsesformand for Vedbæk Skole og medlem af Vedbæk visionsudvalg. Hun vurderer, at særligt hvis det nye museum placeres som nabo til Vedbæk skole, vil der være **stor interesse for at etablere et tæt partnerskab mellem skolen og museet**.

"Åben skole ligger mig meget på sinde, og Vedbækfundene kunne næsten ikke passe bedre til vores skole. Vi kan fuldstændig oplagt bruge det i vores klassers historieundervisning, og vi kan løfte viden fra museet ind i andre fag."

Lena Berger, skolebestyrelsesformand Vedbæk Skole og medlem af Vedbæk visionsudvalg:

”Vi har endnu ikke diskuteret det i skolebestyrelsen, men min vurdering er, at der vil være stor opbakning fra forældrene på skolen, og at lærerne for de forskellige fag også kan vindes for et aktivt partnerskab med et nyt museum for Vedbækfundene. Mon ikke også spejderforeningen, der bor ved siden af, vil være med. Vi står lige over for at skulle diskutere at give Vedbæk Skole en toning, og det kunne netop være fortællingerne fra Vedbækfundene og dannelse gennem historien.”

Kulturinstitutionens betydning for erhvervs- og kulturaktørerne i Vedbæk

Vi har ikke gennemført en undersøgelse af holdninger hos erhvervs- og kulturaktørerne i Vedbæk. Vi ved fra Woco's undersøgelser i andre lokalområder, at en kulturinstitution, der tiltrækker et større antal danske besøgende og turister, har en konkret **positiv betydning for både aktivitet og omsætning**.

Fra en undersøgelse, Woco gennemførte i 2020 blandt Frederiksberg Kommunes erhvervs- og kulturaktører, ved vi, at disse ser positivt på øget turisme og mener, det vil **øge omsætningen hos dem samt forstærke bylivet** (Woco: *Kvalitativ analyse af turisme-relaterede styrker, udfordringer og potentialer på Frederiksberg*, 2020).

Formanden for Rudersdal erhvervsforening, Jesper Winther, vurderer, at samme **positive syn på turisme vil kunne findes i Vedbæk**. Der er naturligvis stor forskel på Frederiksberg og Vedbæk, men en større attraktion som et nyt museum til Vedbækfundene vil have stor betydning for erhvervslivet i Vedbæk – særligt, hvis det placeres ved Vedbæk station i gå afstand til stranden og Vedbæk Havn:

"Vi har på det seneste set en opblomstring i erhvervene i området ved Vedbæk Havn. Der er sket det inden for det sidste halvandet års tid fx Vedbæk Kulturnat og en årlig havnefest. Derfor tror jeg i høj grad, det vil være i stand til at gribe muligheder."

Erhvervs- og kulturaktører, som Jesper Winther tror, vil kunne gribe mulighederne: Restauranter langs strandvejen, blomsterhandleren, forpagtningen af den gamle stationsbygning, som nu bruges til events, den stadig aktive fiskerihavn, som huser restauranten Nautilus, et ishus og en cafe og naturligvis Restaurant Hotel Marina og Hotel Marina.

Jesper Winther, Formand for Rudersdal Erhvervsforening og i bestyrelsen for Vedbæk Havn:

”

Jeg tror på, at hvis det går godt for kulturen, så smitter det af på lokalområdet. Hvis du har din virksomhed i et område, der er attraktivt, og hvor der er aktivitet, så tæller det for virksomhedsejerne. Det vil også have

”

betydning for tiltrækningen af nye tilflyttere.

Kulturinstitutionens betydning for erhvervs- og kulturaktører i Vedbæk

”Jeg mener det bliver rigtig godt hvis vi kan få flyttet Vedbækfundene hjem til Vedbæk”.

Det siger formanden for Vedbæk Handels- og Erhvervsforening som svar på spørgsmålet om hvilken betydning det vil have for lokalsamfundet, hvis Vedbæk tilføjes et nyt museum af international kaliber

”Vi har ikke rigtig været vandt til at have et kulturtilbud i Vedbæk. Og så tror jeg det vil sætte Vedbæk på landkortet.

Daniel Carlsson synes Wocos undersøgelse af holdninger hos erhvervslivet på Frederiksberg kan give god mening i en Vedbæk kontekst: ”Det vil styrke handlen og forretningslivet i området. Hvis man kommer som skoleklasse er det fx tæt på stranden, så skal de måske have en is på havnen. Kommer der besøgende fra Danmark eller udlandet vil det måske også en tur på haven og se en ægte dansk fiskerihavn, hvor der stadig landes fisk som i gamle dage. Kunder avler kunder og kommer der flere besøgende til Vedbæk vil der også være flere der får mod på at udvide deres forretning eller iværksættere der får mod på at starte noget nyt”.

På spørgsmålet om der også kunne komme negative holdninger til museumsplanerne i lokal området er Daniel Carlssons svar: ” Der vil givetvis være nogen i Vedbæk som vil være nervøse for en placering af en ny attraktion i beboelsesområder eller midt i naturen. Der kommer jo en belastning af trafikken ved at der vil være flere besøgende som skal til og fra. Så den fysiske placering bliver vigtig for opbakningen. For os der bor her, bliver det jo også en anledning for mange flere at se og forstå vores egen historie og oprindelse. Og så tror jeg det vil få flere i Vedbæk til at gå en tur ud i naturen, i hele Maglemose området”.

Daniel Carlsson formand for Vedbæk Handels- og Erhvervsforening.

” *Erhvervsforeningens medlemmer bruger jo i dag aktivt havnen i markedsføringen og hvis vi også kan tilføje et museum af denne kaliber, tror jeg vi har en ekstra streng at spille på. Det tror jeg kun vil være en fordel. Og for museet tror jeg også det kan blive en fordel at vi har et aktivt lokalområde.* ”

Et dannelsesprojekt for Rudersdals unge?

Med afsæt i vores interviews med lærere fra en lokal folkeskole, en pædagog fra en nærliggende børnehave og lærere fra det nærmeste gymnasium, kan vi tegne konturerne til et **dannelsesprojekt med afsæt i Vedbækfundene**.

Børnehaven og folkeskolens 3. klassetrin har allerede gode konkrete erfaringer med at besøge det nuværende Vedbækfundene, men alle kunne se et større potentiale for et egentligt dannelsesprojekt for alle Rudersdal Kommunes børn og unge ved i fremtiden at bruge **den brede fortælling om, hvordan de første mennesker i Vedbæk levede sammen og i samspil med naturen**. Det kunne også ske i gennem Undervisningsministeriets Videnspædagogisk driftscenter.

To faktorer er afgørende:

- En generel lyst fra institutionerne til at få børn og unge ud af klasselokalet for at blive inspireret og dannet gennem fælles oplevelser.
- At tage afsæt i verdenskulturarv, som er fundet og findes i lokalområdet – eventuelt i partnerskab med det internationale Unesco skole-samarbejde. Altså både en følelse af lokal stolthed og en villighed til at se det logiske i at tage et lokalt afsæt for at iscenesætte en global dagsorden om, hvordan vi mennesker vælger at leve med naturen og hinanden.

Vi vurderer, at et partnerskab initieret af Rudersdal kommune om opbygning af undervisningsforløb til de forskellige alderstrin samt en fast systematik for årlige besøg til Vedbækfundene vil blive taget godt imod hos de lokale uddannelsesinstitutioner og dagtilbud.



Del 2: Økonomisk bæredygtighed

Vurdering af besøgstal, driftsindtægter og driftsudgifter

Afsæt for vurderingen af økonomisk bæredygtighed

På de kommende sider vil vi med afsæt i den viden, vi har fra publikumsundersøgelsen, vurdere museets fremtidige økonomiske bæredygtighed.

Først vurderer vi besøgstal. Med afsæt i det potentielle besøgstal fastlægges indtægtsspænd for:

- Entreprindtægter
- Butiksindtægter
- Café- og event-indtægter

Disse holdes efterfølgende op mod driftsudgifter baseret på nøgletal fra lignende museer og kulturattraktioner.

Væsentligste risici:

- Museets placering og udformning er et væsentligt element i at tiltrække et tilstrækkeligt publikumsgrundlag.
- Markedsføring af museet bør være i særligt fokus og rettes mod de karakteriserede personer for at sikre museet en stærk position på et konkurrencepræget marked.
- Museets ledelse skal drive stedet med et stramt fokus på indtægter og udgifter for at sikre en bæredygtig drift.
- Driftstilskud fra Rudersdal Kommune kan være nødvendigt for at sikre en økonomisk bæredygtig drift.



Målgruppernes størrelse i Hovedstadsregionen

Nedenfor er en kvantificering af de fire valgte persona-grupper samt 'storbyturisten'. Som det fremgår, er disse bruttogrupper, som Vedbækfundenes markedsføring kan rettes mod, ganske store.

Turister i København:

9 mio. årlige overnatninger svarende til **3,3 mio. besøgende** heraf:

- Danske storbyturister: 3,1 mio. årlige overnatninger i København svarende til **1,15 mio. besøgende**.
- Udenlandske storbyturister: 5,9 mio. årlige overnatninger i København svarende til **2,2 mio. besøgende**.

Udenlandske turister:

- Som besøger en attraktion: **3,7 mio.**
- Som forlader centrum: **1,1 mio.**
- Som bruger offentlig transport: **1,4 mio.**
- **25%** af svenskerne og **33%** af tyskerne er her i egen bil.

Hver turist har gennemsnitligt 2,7 overnatninger. Hver turist besøger gennemsnitlig 1.7 attraktioner under deres besøg.
Kilde: Wonderful Copenhagen 2018 for antal og 2017 for transportvaner



1) Børnefamilier: 249.293

2) De samfundsengagerede: 284.763

3) Bedsteforældre/seniorer: 432.246

4) Skoleklasser (grundskole og ungdomsuddannelser):

221.888 (5 år-15 år) – 9.245 klasser
105.217 (16 år-20 år) – 4.384 klasser

Kilde: 1) Danmarks Statistik: Børnefamilier er **antal** familier med et eller flere børn). 2) Estimeret ud fra DUF Demokratianalysen 2022. Anslår 15% er meget aktive og ESS siger 17% (Hvor interesseret er du i politik?). 15% af samlet antal personer i Region hovedstaden 1.898.426 (Danmarks Statistik. NB grupper overlapper de andre målgrupper. 3) Danmarks Statistik, folketal 1. kvartal 2023 Regionhovedstaden 60+ 4) Danmarks Statistik, folketal 1. kvartal 2023 Regionhovedstaden. Antal klasser beregnet ud fra gennemsnitlig 24 i hver klasse.

9 sammenlignelige tilbud i regionen

Disse ni attraktioners vilkår for at tiltrække publikum er alle sammenlignelige med det nye museum for Vedbækfundene; der er tale om mellemstore kultur- eller naturhistoriske attraktioner med primært fokus på formidlingen af én fortælling, som alle ligger placeret i samme region Hovedstaden.

Danmarks Tekniske Museum: 64.237 årlige besøgende (110 kr.)

Danmarks teknologiske kulturarv. Tilbyder stor samling inden for teknologi historie. Har planlagt at fraflytte de utidssvarende nuværende bygninger til fordel for Svanemøllerværket i København.

Esrum Kloster: 35.000 årlige besøgende (95 kr.)

Formidling af klosteret og danske middelalder. Meget oplevelsesorienteret ude og inde.

Medicinsk Museion: 37.556 årligt besøgende (90 kr.)

Medicinsk Museion forsker i, indsamler og udstiller den medicinske kulturarv. Museet er indrettet i bygninger fra 1787, der blev opført til Kirurgisk Akademi.

Køge Museum: 35.770 årlige besøgende (125 kr.)

Lokalt kulturhistorisk museum med et særligt fokus på jægerstenalderen og arkæologi.

Besøgstal er fra Visitdanmarks attraktionsliste fra 2019. 2019 er valgt, da tallene fra 2020-2022 er påvirkede af situationen med corona. 110 ud af 300 attraktioner har flere end 48.000 besøgende.

Stevns Klint Experience er estimeret ud fra de 37.577 besøgende, de pr. 16.09.23 har registreret i åbningsåret.

Besøgstal for Nordsjællands Museum stammer fra Danmarks Statistik.

M/S Søfart: 107.233 årligt besøgende (135 kr.)

Museet åbnede i nye bygninger i 2013 og formidler skibs- og søfart i et moderne format.

Hørsholm Egns Museum: 12.060 årligt besøgende (40 kr.)

'Stenalderjægerne fra Nivå' er en deludstilling i det lokale kulturhistoriske museum. Besøgstal er samlet tal for Nordsjællands Museum

Zoologisk Museum: 93.621 årligt besøgende (105 kr.)

Danmarks naturhistorie. Genåbner i 2025 som Statens Naturhistoriske Museum i et stort nybygget museum.

Mosedede fort: 12.000 årlige besøgende (110 kr.)

Formidler historien om 1. verdenskrig. Er placeret på et af de danske fort, som blev opført for at beskytte København mod angreb syd fra.

Stevns Klint Experience: 40.000 årlige besøgende (140 kr.)

Formidler historien om den store masseudryddelse for 66 mio. år siden og kobler den til nutidens budskab om at stå sammen om det, der har værdi for os som mennesker. Ligger lidt uden for regionen, men er den nyeste og bedst sammenlignelige attraktion.

Tre scenarier for besøgstal

De endelige besøgstal for det nye museum for Vedbækfundene afgøres af, hvor vellykket museet og dets formidling bliver, og hvor godt markedsføringen rammer målgrupperne.

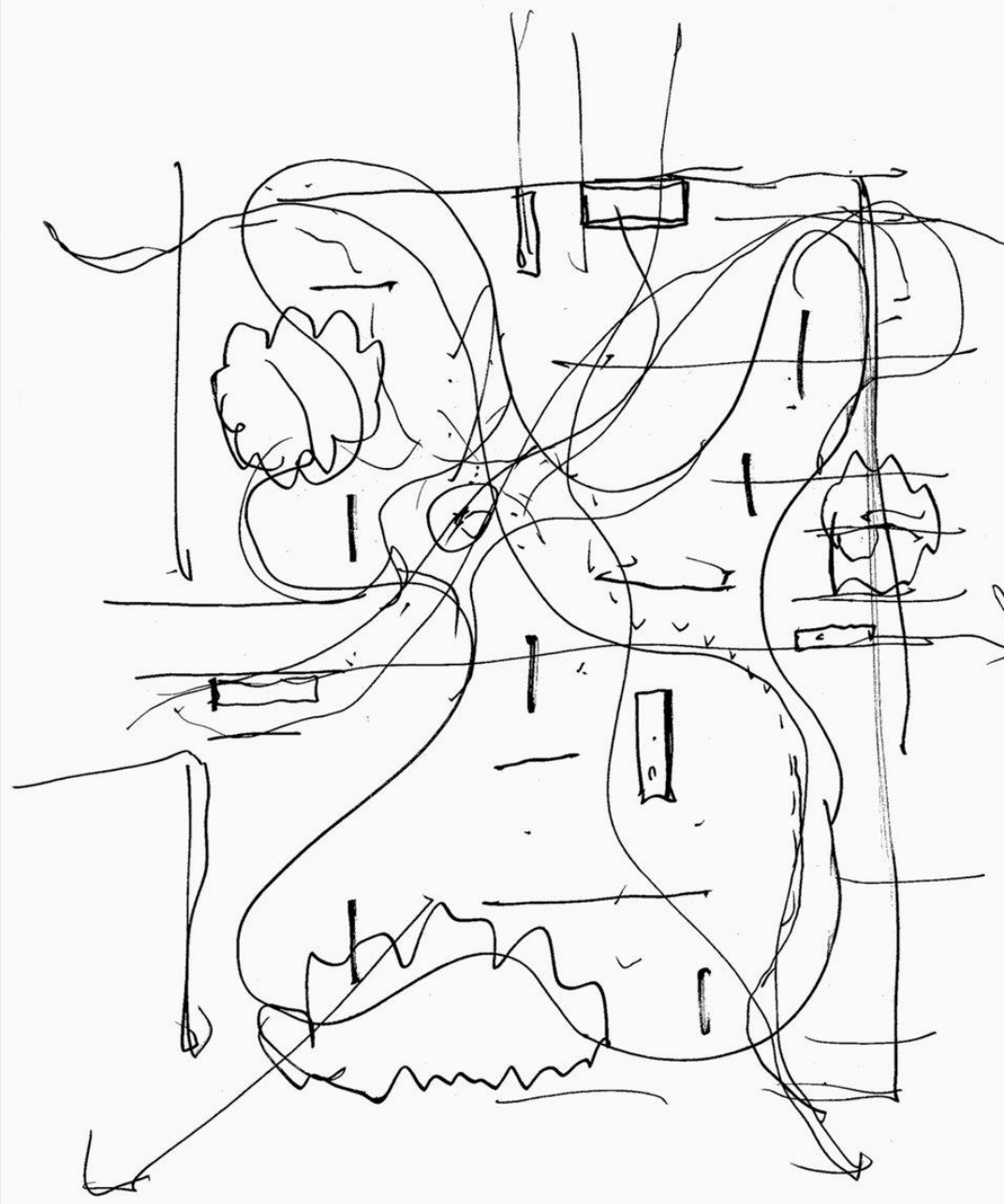
De positive vurderinger i publikumsundersøgelsen kombineret med den generelt positive udvikling for attraktioner i Danmark hos både turister og herboende viser, at det absolut er **realistisk, at et nyt attraktivt museum for Vedbækfundene vil kunne placere sig på niveau med sammenlignelige attraktioner** i regionen.

De kommende siders bæredygtighedsberegninger vil tage afsæt i disse tre scenarier for det fremtidige besøgstal:

1. **65.000 besøgende årligt**; i top 3 af de sammenlignelige attraktioner.
2. **50.000 besøgende årligt**; i midterfeltet af de sammenlignelige attraktioner.
3. **35.000 besøgende årligt**; en minimumsvurdering i bunden af de sammenlignelige attraktioner.

Skoleklasser

Det nuværende Vedbækfundene havde i 2022 79 besøg fra skoleklasser eller andre børnegrupper, hovedsageligt for 3. klasser og børnehavebørn. Med det nye bredere koncept, som også kan tiltrække udskoling og ungdomsuddannelser, vurderer vi, at det er realistisk at gå efter 300-500 gruppebesøg om året. De bedste attraktioner i regionen har 1.000 besøg fra skoleklasser om året.

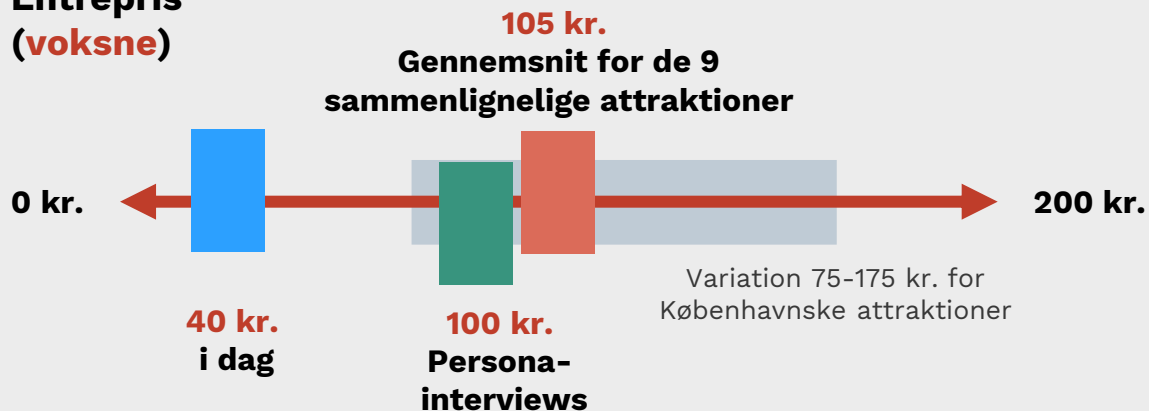


Fremtidig entrépris

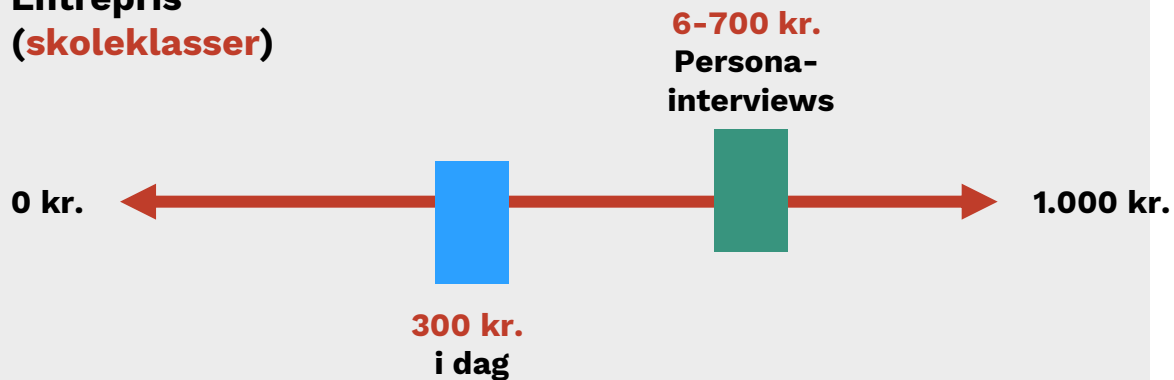


Fremtidig entré pris

Entrépris (voksne)



Entrépris (skoleklasser)



Prissætning:

Generelt, ser vi to modsatrettede tendenser for kulturattraktioners entrépriser. Flere mindre museer – ofte kommune-museer – giver gratis adgang, mens nye større attraktioner fjerner gratis dage og sætter rekordhøje entrépriser.

Anbefaling til fremtidig entrépris:

Med et nybygget museum til Vedbækfundene, en præsentation som Unesco verdensarv og en moderne og levende formidling som afsæt er det vores vurdering, at entréprisen kan lægges lige over gennemsnittet.

Vi anbefaler en individuel entrépris på DKK 120,- og en entrépris for skoleklasser på DKK 600,-.

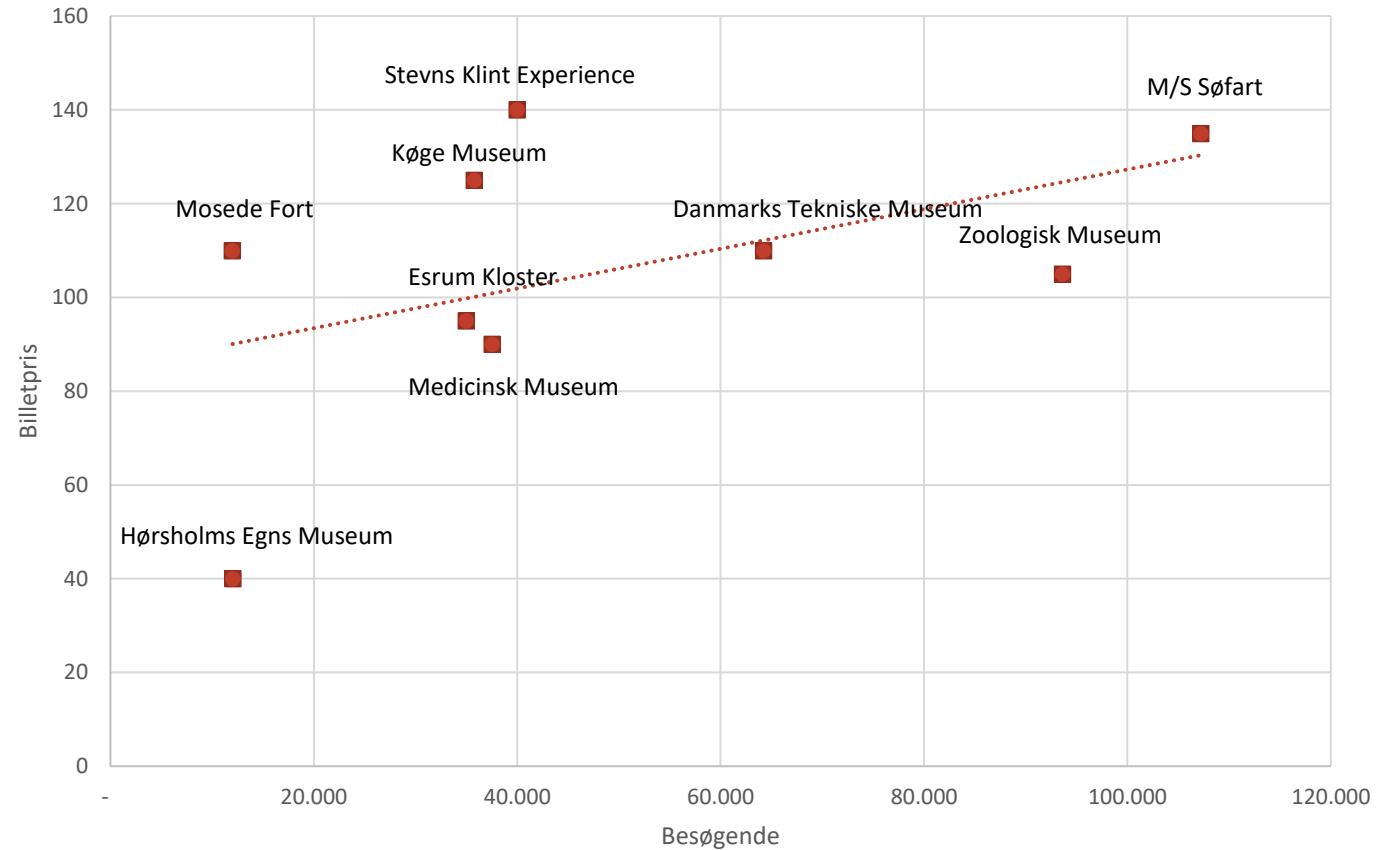
Fordelingen af entrépriser for Vedbækfundenes publikum i dag:

- 41% betaler fuld pris
- 18% betaler halv pris
- 41% har gratis adgang

Fordelingen af publikum, der giver henholdsvis fuld entrépris og nedsat entrépris, er beregnet for perioden 01.01.23 til 24.05.23, eksklusiv besøgende i butikken alene, skoleklasser og børnehavebesøg. Vi har indsat publikum med billet til Gl. Holtegaard kunsthøls som fuld pris. Hvis samme fordeling (41% gratis og 18% halv pris) fortsætter for det nye museum, vil det give en gennemsnitlig entrépris på DKK 65,-. Vi anbefaler strammere rabattakster fremover, fx indføre halv pris for børn eller kikke på pensionist rabatterne.

Med en entrépris på 120,- og lidt færre prisreduktioner, vil gennemsnitsindtægten per museumsgæst ligge på DKK 80,-.

Billetpris og besøgstal hos de ni sammenlignelige tilbud:



Indtjening fra museumsbutikken



Den nye museumsbutik

En ny og større museumsbutik

Med afsæt i publikumsundersøgelsen er det oplagt at prioritere museumsbutikken højt i det nye museum for Vedbækfundene. En større og mere attraktiv butik vil også være garant for en større omsætning. Lykkes det at tiltrække flere turister, vil potentialet yderligere forøges, hvis det kan lykkes at ramme præcis de varer, som giver turisten "et stykke Danmark" med hjem.

Der findes ikke et samlet normtal for omsætning i museumsbutikker, men ud fra informationer indhentet fra otte museumsbutikker anslår vi, at de store førende butikker omsætter for DKK 50-60 per besøgende og de mellemstore for DKK 30-40 per besøgende (NB: per museumsgæst, ikke per butiksbesøgende).

Omsætning og avance

En veldrevet butik i det nye museum vil kunne nå en omsætning på DKK 40,- per besøgende. Butikkens gennemsnitsavance på varerne er estimeret til 25%.



Indtjening fra café/restaurant og events



Den nye café/restaurant

Attraktivt tilbud ude og inde

Med afsæt i publikumsundersøgelsen er der ikke tvivl om, at det fremtidige museum skal have et attraktivt café/restaurant-tilbud. Der skal være plads i cafeen til et større publikum end i dag – også i højsæsonen. Vi anbefaler 50 indendørs pladser (25% mere end Spiseriet har i dag) samt 50 udendørs pladser placeret på toppen af det nye museum med udsigt over både det nuværende Øresund og de daværende jægerstenalder bopladser. Dette vil i sig selv gøre museumscaféen til en del af oplevelsen på en tur til det nye Vedbækfundene. Der bør være direkte adgang til caféen, så man ikke behøver købe adgang til museet for at besøge den.

Indtjening per stol

Der findes ikke normalt for museumscaféers/-restauranters omsætning og indtjening. Da mange museer og attraktioner har bortforpagtet deres køkken, er det også svært at få et indblik i, hvilken økonomi der egentlig arbejdes med.

Vi har derfor valgt, at estimere en fremtidig omsætning ud fra Horestas normtalsanalyse, der estimerer en årlig omsætning på caféer uden for København til gennemsnitligt DKK 40 – 60.000 per stol. Udendørspladser kan naturligvis ikke forventes at indbringe samme omsætning. Vi har derfor estimeret udendørspladser til det halve; gennemsnitligt DKK 20 – 30.000 per stol. Horestas gennemsnitlige normalt for en veldrevet café uden for København angiver en indtjening på 10% af omsætningen.

Udlejning og event

Det er vores anbefaling, at man i de nye rammer bygger en større sal, som kan bruges til udstillinger og forskellige kommercielle formål. Et fleksibelt multirum. Set med museumscaféens øjne vil muligheden for at gøre brug af et større mere spændende rum til events og udlejninger uden for museets åbningstid være værdifuldt for den samlede økonomi.

Med et dygtigt kommercielt køkken, der er i tæt samspil med udstillingen og museets andre events, kan nye større faciliteter generere en væsentlig indtægt.



Den nye café/restaurant

Mulige udstillingsorienterede events:

Guidede ture, Talks (både ude og inde), 'behind the scenes'-arrangementer med servering, Arkæologens kreative DNA værksteder.

Mulige kommercielle events uden museumsfaglig tilgang (fx 20 gange om året):

Udlejning til bryllupper, konfirmationer mv, 'high level arrangementer' for virksomheder, hvor både museum og restaurant lukkes for offentligheden i en dag og kun er åben for virksomhedens kunder eller medarbejdere.

En samlet udlejning af caféområdet, tagterrasse og multirum vurderes at kunne prissættes til DKK 25.000,-. med 20 årlige ikke-museumsfaglige udlejninger giver det DKK 500.000,-.

Omsætning og avance

Det er Rudersdal Kommunes ønske ikke at drive den attraktive cafe selv, men at indgå en forpagtningsaftale. Dette vil også være et godt signal til lokalområdet, især hvis det kunne lykkes at indgå forpagtningsaftale med lokale aktører i Vedbækområdet. Det er centralt at forpagteren kan forstå de kommercielle muligheder, der er i at arbejde sammen med museets grundfortælling og de særlige typer events, som dette giver mulighed for.

Med en omsætning der jf. Horestas tal vil kunne nå DKK 4 mio. årligt **uden at medregne events**, vil det jf. Horestas normtal betyde en indtjening omkring DKK 400.000. Der bør derfor kunne indgås en forpagtningsafgift på DKK 300.000-500.000 alt efter besøgstal.

Hertil kommer lejeindtægten for events, som bør gå direkte til museet.

Vores forsigtige anslag på forpagtningsafgift for det kommende museums café/restaurant samt events og udlejning er på mellem DKK 800.000 og DKK 1.000.000.



Vurdering af driftsudgifter



Årlige driftsudgifter

Driftsudgifterne for det nye museum vil være på linje med dem for det nuværende museum. Dog potentielt større afhængigt af, hvilken publikumsinteresse det lykkes at generere.

Vi anbefaler at lægge et estimeret driftsudgiftsbudget ud fra disse nøgletal fra andre attraktioner:

- **Personaleudgifter**, inkl. skoletjeneste: 1,8-2,3 fuldtidsansatte pr. 10.000 besøgende. Gennemsnitsløn beregnet ud fra det nuværende Vedbækfundenes medarbejder sammensætning og lønudgift til DKK 403.000,- (afgøres af den konkrete kombination af museumsinspektører, administrative og timelønnede studentermedhjælpere)
- **Markedsføring, salg og kommunikation**: 10-16 kr. pr. besøgende
- **Ejendomsdrift og vedligehold**: 15-25 kr. pr. besøgende
- **Særudstilling** (fx hvert andet år): 5-9 kr. pr. besøgende
- **Administrationsomkostninger**: 6-8 kr. pr. besøgende



Økonomisk bæredygtighed sammenfatning

Sammensætning af driftsudgifter og potentielle indtægter

Vurdering af driftsbudget med 35.000 besøgende*)

DRIFTSINDTÆGTER	Normalt år
Entre 35.000 besøgende, gennemsnits indtægt på DKK 80,- pr. gæst	2.800.000
Entre, grupper/skoleklasser 300 skoleklasser, entre pris på DKK 600,- pr. klasse	180.000
Museumsbutik 35.000 besøgende køber for i gennemsnit DKK 40,-	1.400.000
Cafe/restaurant Forpagtningsafgift DKK 300.000,- og indtægter fra events DKK 500.000,-	800.000
Øvrige indtægter Tilskud, Rudersdal Kommune	2.675.000
Indtægter, alt	7.855.000

DRIFTSUDGIFTER	Normalt år
Personaleudgifter Mellem 6,3 og 8,05 medarbejdere. Her beregnet på 7 ansatte til gnm. årsløn på DKK 403.000,-	2.821.000
Markedsføring DKK 10-15 kr. pr. gæst	420.000
Ejendomsdrift og vedligehold DKK 15-25 kr. pr. gæst	700.000
Særudstillinger DKK 5-9 kr. pr. gæst	210.000
Administrationsomkostninger DKK 6-8 kr. pr. gæst	245.000
Omkostninger til drift af museumsbutik	1.500.000
Udgifter, alt	5.896.000
DRIFTSRESULTAT	1.959.000

*) I bunden af de sammenlignelige attraktioner i hovedstadsområdet.

Vurdering af driftsbudget med 50.000 besøgende*)

DRIFTSINDTÆGTER	Normalt år
Entre 50.000 besøgende, gennemsnits indtægt på DKK 80,- pr. gæst	4.000.000
Entre, grupper/skoleklasser 400 skoleklasser, entre pris på DKK 600,- pr. klasse	240.000
Museumsbutik 50.000 besøgende køber for i gennemsnit DKK 40,-	2.000.000
Cafe/restaurant Forpagtningsafgift DKK 400.000,- og indtægter fra events DKK 500.000,-	900.000
Øvrige indtægter Tilskud, Rudersdal Kommune	2.675.000
Indtægter, alt	9.815.000

DRIFTSUDGIFTER	Normalt år
Personaleudgifter Mellem 9 og 11,5 medarbejdere. Her beregnet på 10,7 ansatte til gnm. årsløn på DKK 403.000,-	4.312.000
Markedsføring DKK 10-15 kr. pr. gæst	600.000
Ejendomsdrift og vedligehold DKK 15-25 kr. pr. gæst	1.000.000
Særudstillinger DKK 5-9 kr. pr. gæst	390.000
Administrationsomkostninger DKK 6-8 kr. pr. gæst	350.000
Omkostninger til drift af museumsbutik	1.500.000
Udgifter, alt	8.152.000
DRIFTSRESULTAT	1.663.000

*) I midterfeltet af de sammenlignelige attraktioner i hovedstadsområdet.

Vurdering af driftsbudget med 65.000 besøgende*)

DRIFTSINDTÆGTER	Normalt år
Entre 65.000 besøgende, gennemsnits indtægt på DKK 80,- pr. gæst	5.200.000
Entre, grupper/skoleklasser 500 skoleklasser, entre pris på DKK 600,- pr. klasse	300.000
Museumsbutik 65.000 besøgende køber for i gennemsnit DKK 40,-	2.600.000
Cafe/restaurant Forpagtningsafgift DKK 500.000,- og indtægter fra events DKK 500.000,-	1.000.000
Øvrige indtægter Tilskud, Rudersdal Kommune	2.675.000
Indtægter, alt	11.775.000

DRIFTSUDGIFTER	Normalt år
Personaleudgifter Mellem 11,7 og 14,9 medarbejdere. Her beregnet på 13,5 ansatte til gnm. årsløn på DKK 403.000,-	5.440.500
Markedsføring DKK 10-15 kr. pr. gæst	780.000
Ejendomsdrift og vedligehold DKK 15-25 kr. pr. gæst	1.300.000
Særudstillinger DKK 5-9 kr. pr. gæst	455.000
Administrationsomkostninger DKK 6-8 kr. pr. gæst	455.000
Omkostninger til drift af museumsbutik	1.500.000
Udgifter, alt	9.930.500
DRIFTSRESULTAT	1.844.500

*) I top tre af sammenlignelige attraktioner i hovedstadsområdet.

Museumsstørrelse



Det nye museums størrelse

Det nye museum til Vedbækfundene skal ikke være et stort museum, men det skal have kapacitet til det høje mål for årlige besøgende på 65.000 med en forventet ujævn fordeling henover året (se anslået fordelingskurve på næste side).

Vi vil anbefale et udstillingsareal på 600 m2, hvilket er omtrent en fordobling fra det nuværende museum.

Derudover vil vi både for publikums oplevelse og for indtjeningsmulighederne anbefale at inkludere en multirum, som både kan bruges til særudstilling og ryddes til større events og udlejning.

Endelig vil det være et krav fra publikum, hvilket også understøttes af vores publikumsinterviews, at der er museumsbutik og café/restaurant. Et udendørs serveringsareal placeret på det nye museums tag vil være en ekstra attraktion.

Til det store udendørsareal, som tilknyttes museet, skal der budgetteres til udendørs formidling samt anlæggelse af formidlingsruter og gangstier. På arealet, fx der hvor formidlingsruterne starter, bør der etableres en tema legeplads med spændende legeområde der tager afsæt i stenalder temaet.

600 m2 udstillingsareal

250 m2 bygningsteknik, gangareal, toiletter, billetsalg

200 m2 multirum til særudstilling, kreativt værksted, undervisning og event/udlejning

150 m2 café/restaurant indendørs til 50 gæster

50 m2 køkken/lager

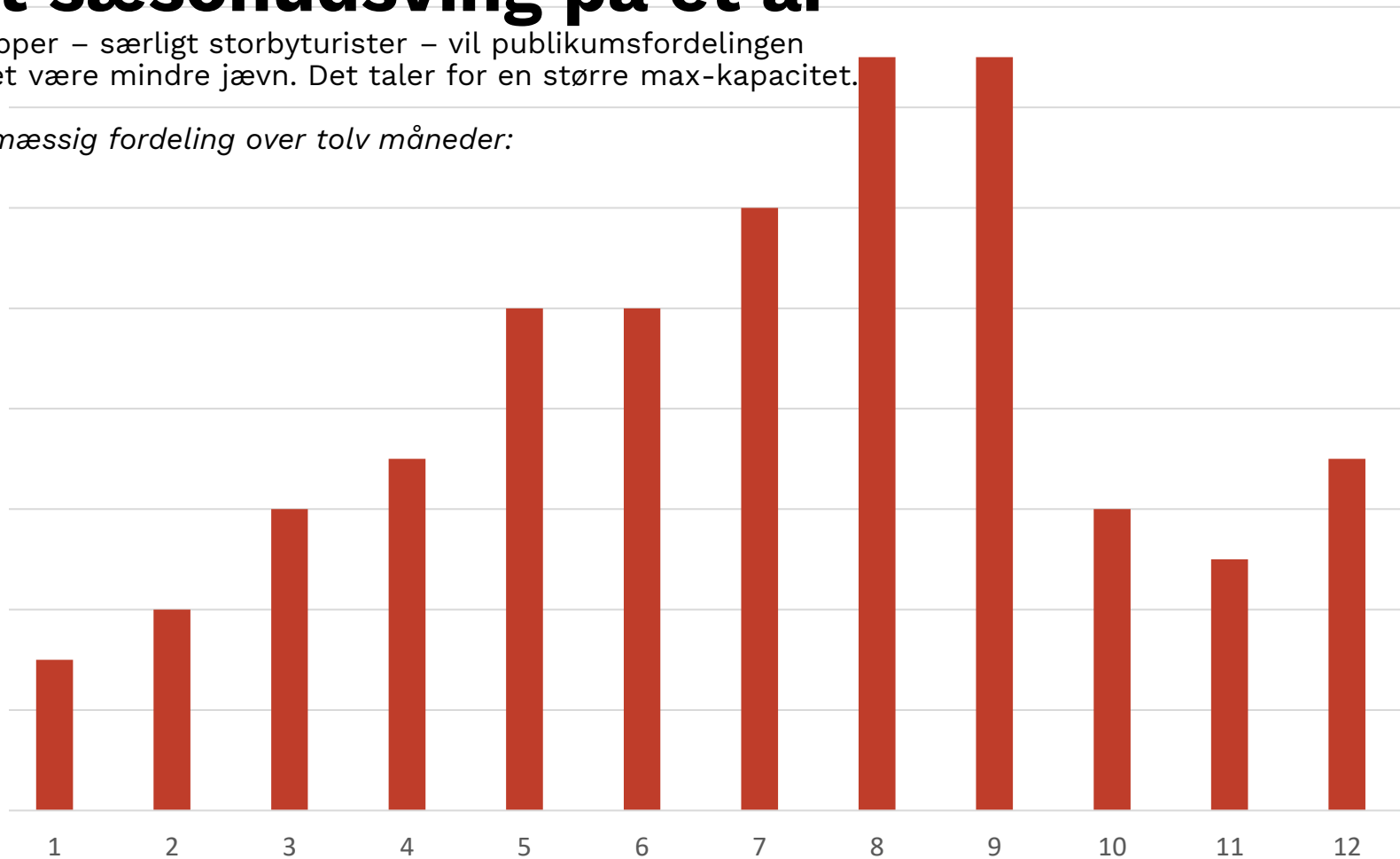
50 m2 butik

I alt: 1.300 m2

Anslået sæsonudsving på et år

Med nye målgrupper – særligt storbyturister – vil publikumsfordelingen over kalenderåret være mindre jævn. Det taler for en større max-kapacitet.

Anslået procentmæssig fordeling over tolv måneder:



Del 3: Tendenser

Indsigtsanalyse, den komparative analyse og formidlingstendenser

Sammenfatning af forarbejdet

På de følgende sider fremlægges det arbejde, der er gået forud for workshoppen med Rudersdal Kommune og Rudersdal Museer.

Forarbejdet består af tre dele:

- **Et casestudie**, hvor Operate Experience har gennemgået ti sammenlignelige attraktioner i Danmark og Europa.
- **Den komparative analyse 'Vedbæk – Jægerstenalderens globale hovedstad'** udarbejdet af Lasse Vilien Sørensen, Mads Lou Bendtsen & Peter Vang Petersen.
- Operate Experiences **opsummering af formidlingstendenser** i 2023.

Forarbejdets hovedkonklusioner:

- 1) De meget spændende konklusioner, som den moderne arkæologis DNA-metode og rammesætningen af disse, som den komparative analyse sætter op, giver mulighed for at præsentere de fund, der i mange år har været på Museet for Vedbækfundene, på en helt ny og mere spektakulær måde.
- 2) De ti attraktioner i Danmark og Europa, vi har kigget på i indsigtanalysen, understøtter, at **emnet 'jægerstenalderen' eller formidlingen af det tidligste liv på kloden kan danne grundlag for en attraktion.**
- 3) De attraktioner, der involverer deres publikum og tilbyder *immersive* oplevelser enten som *reenactment* eller som interaktiv formidling, synes at have den største succes.
- 4) Hovedkonklusion nummer 3 matcher de formidlingstendenser, som Operate Experience ser som de drivende i det markante skift i kultur- og museumsformidling, som er i gang i Danmark og Europa. Publikum søger oplevelser, og **vi ser et skift fra alene at formidle genstande til at efterleve publikums ønske om deltagelse og samskabelse.**
- 5) Disse to sidste konklusioner skal ikke forstås sådan, at genstandene (i dette tilfælde selve fundene) ikke er det centrale. Publikum ønsker oplevelsen bygget op omkring konkret og forskningsdokumenteret fakta. De ønsker at blive klogere samtidig med, at de og dem, de har taget med på museum, får en oplevelse sammen, som de kan bruge i deres dialog.

Indsigtsanalysen



Læsevejledning for indsigtsanalysen

Sammen med Rudersdal Kommune har vi udvalgt 10 forskellige cases, der belyser, hvordan forskellige attraktioner gør sig attraktive over for publikum fordelt på en række parametre.

Hver case har på baggrund af desk research og enkelte interviews fået tildelt en score bedømt på syv forskellige parametre:

Fortællingslag: Hvor mange forskellige fortællinger har attraktionen fokus på? Findes der en dominerende fortælling, der udfoldes i dybden, eller er der en række parallelle fortællinger, der alle foldes ud sideløbende og ligevægtigt.

Interaktive elementer: Benytter attraktionen sig af mere klassiske museale formidlingsmetoder, eller benytter den i højere grad elementer, som publikum kan interagere med?

Inddragelse af forskning: Hvordan benyttes forskningen, der ligger til grund for attraktionen. Henvises der til forskningen i formidlingen eller er der ligefrem mulighed for, at publikum selv kan agere forskere?

Natur som led i oplevelsen: Er der mulighed for – og i hvor høj grad – indtænker attraktionerne naturoplevelser som en naturlig del af publikums besøg?

Arkitektur: Hvordan er det æstetiske udtryk for de bygninger, der huser attraktionerne? Er der tale om mere traditionelt byggeri, hvis primære opgave forenklet sagt er at sikre ly og varme for genstandene, eller er det et mere visionært byggeri, der bygger bro mellem arkitekturen og temaet for attraktionen?

Størrelse: Hvor stor er den pågældende attraktion?

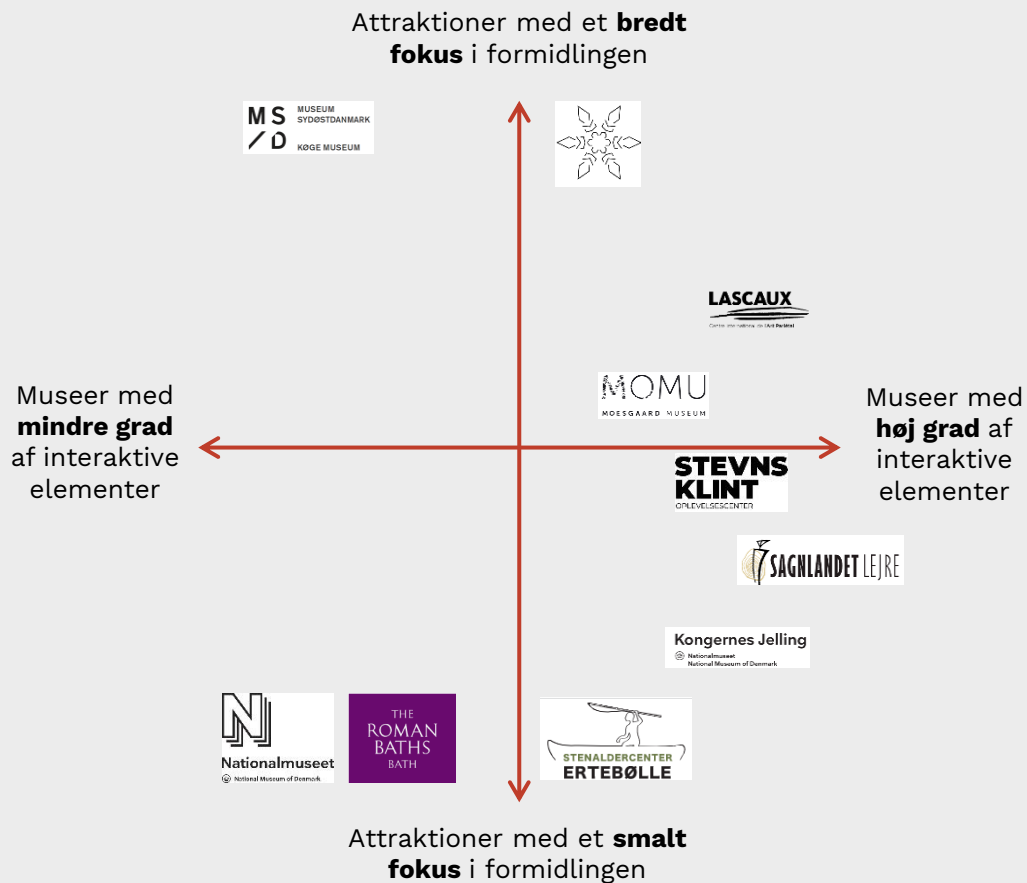
Model for opdelingen af attraktioner:

På baggrund af vores casestudie kan attraktionerne organiseres efter to dimensioner, der er illustreret til højre:

Har attraktionerne et **bredt fokus** i formidlingen forstået som flere parallelle fortællinger, der får lov at fylde lige meget, eller er der et **smalt fokus**, hvor de går i dybden med én eller to udvalgte fortællinger.

Benytter attraktionerne i **mindre grad interaktive elementer** forstået som mere klassiske museale formidlingsgreb, hvor man gennem tekst kan lære mere om genstandene, eller benytter de i **højere grad interaktive elementer**, så publikum kan interagere med udstillingen?

Model for opdeling af attraktioner



Kongernes Jellinge

Profil: Attraktionen formidler historien om vikingetiden i Danmark. Afsættet er, at netop her blev Danmark grundlagt i vikingetiden. Hovedattraktionen er Jellingestenene og derudover de arkæologiske udgravninger af 1440 meters palisader sat i Vikingetiden.

Formidlingsvurdering: Meget visuel og interaktiv formidling. De kalder det selv en "moderne interaktiv udstilling med plads til undersøgelser og forundring". De gør meget brug af projiceringer og scenografi. Derudover kan Danmarks første timescope-kikkerter benyttes fra taget af museet til at give publikum en tur tilbage i historien, så de kan se, hvordan der så ud, da Jellingestenene blev sat.

Forskning: Spiller ikke en stor rolle i formidlingen. I kælderetagen er der beskrivelser af, hvordan arkæologi afdækker historien.

Natur: Der er indtænkt flere naturoplevelser i selve besøget på museet. For det første er selve Jellingestenen placeret lige uden for museumskomplekset. Derudover er der lagt op til, at man prøver kikkerterne på taget af bygningen, hvor der også er et fint udsyn til den omkringliggende natur.

Fysiske rammer: Traditionelt byggeri, der ikke er videre æstetisk behageligt. Der findes en indendørs udstillingsbygning og et stort udeareal, hvor Jellingestenene kan ses samt det store "palisade-fort", som er blevet afdækket. Mellemstor museumsbutik med museums kopier af smykker, genstande i glas, metal, ben, horn og træ, fornemt tekstilhåndværk skabt efter gamle metoder og delikatesser såsom håndbrygget øl, mjød og sennep. Mindre café med kaffe og vand, som kun i sommerhalvåret tilbyder sandwich og salat.

Publikum: 228.382 besøgende i 2019. Gratis adgang.

Brug af kulturarvsstempel: UNESCO-stemplet bruges aktivt i profileringen og markedsføringen af attraktionen. Det var også hovedbegrundelsen for, at museet blev bygget i 1994. Begrundelsen for UNESCO-stemplingen var, at det var her, den danske nation blev født og skabt. De blev valgt ud fra UNESCOs kriterie (iii).



Sagnlandet Lejre

Profil: Attraktionen giver besøgende mulighed for at rejse tilbage til fortiden og få en totaloplevelse for hele familien med *reenactment* og genopbyggede fortidssamfund. Der er fokus på tre tidsperioder fra Danmarkshistorien; jægerstenalder, jernalderen, og vikingetiden. Formidlingen har primært fokus på de historiske kendetegn for perioderne, men der er en overbygning i fortællingen, hvor der er fokus på multikultur.

Formidlingsvurdering: 100% grundlagt på oplevelser for den enkelte. Kræver deltagelse. Meget personalekrævende. Stor vægt på undervisning og på længere besøg – ”*bliv fortidsmenneske og hold din ferie i Lejre*”. Videnspædagogisk aktivitetscenter med imponerende tilbud af aktiviteter – fx kan man hver dag lege med ler, man kan møde dragthåndværkeren, være med til vildsvinefodring, opleve en vikingegal, se film, blive arkæolog for en dag mv.

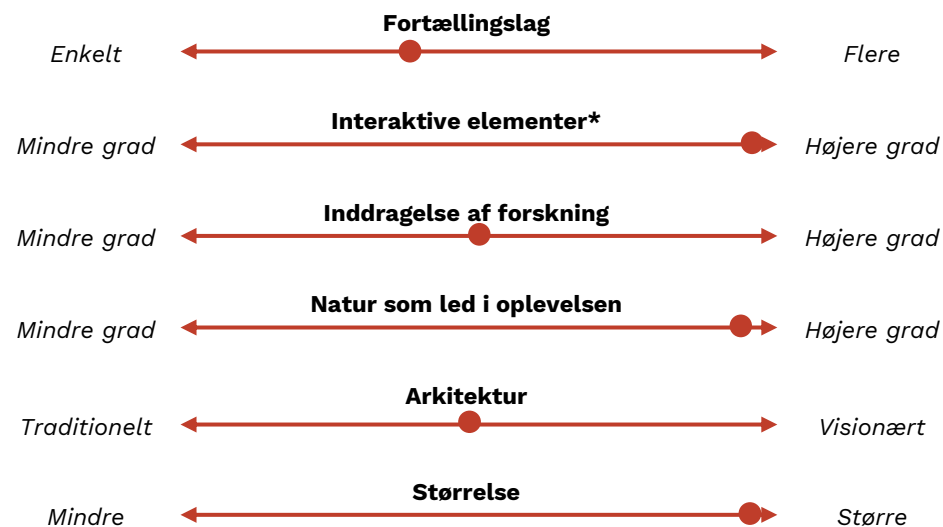
Forskning: Sagnlandet Lejre blev grundlagt i 1964 med det formål at udføre konkret fysisk forskning i fauna, dyr og teknologier fra fortiden. Dette formål viderefører Sagnlandet Lejre i dag gennem en metode kaldet *eksperimentel arkæologisk forskning*, hvor forskere og besøgende fx dagligt er med til at bedrive forskning ved at benytte de genskabte arkæologiske genstande og efterfølgende undersøge deres nedbrydningsmønstre.

Natur: Hele attraktionen er bygget op omkring det store udendørsareal, hvor gæsterne kan leve sig tilbage til de forskellige tidsperioder.

Fysiske rammer: Sagnlandets område dækker 430.000 m² og er et egentlig fortidens Danmarks Disneyland, men hvor alle attraktioner er à la fungerende værksteder eller reenactment-scenarier.

Publikum: 61.130 besøgende i 2019 – entrépris: 195,- for voksne og 130,- for børn. Kun åben i sommerhalvåret. Ser sig selv som Sydsjællands vigtigste attraktion.

Brug af kulturarvsstempel: -



Moesgaard Museum

Profil: Moesgaard slår på kultur, natur og arkitektur som den samlede publikumsoplevelse. De taler om museumsoplevelser, hvor scenograferede og dramatiserede fortællinger er baseret på den nyeste forskning og teknologi. Museumsrum tager publikum igennem danmarkshistorien fra stenalderen til middelalderen. Et større område tæt på indgangen er dedikeret til skiftende spektakulære særudstillinger, så genbesøg altid er en mulighed.

Formidlingsvurdering: First-mover i Danmark på oplevelsesbaseret museal formidling. Godt flow i deres udstillinger, hvor der veksles mellem mere klassiske formidlingsgreb og interaktive elementer som evolutionstrappen, timescope-kikkerter og store scenografiske opstillinger i udstillingsrummene, fx i udstillingen 'stenalderpigen på strandbredden med muslingebjerget'.

Forskning: Moesgaard forsøger at inkludere forskningen i deres udstillinger fx med initiativet 'Bliv superforsker for en dag', hvor de besøgende kan hjælpe med at opklare mysterier fra fortiden. De lægger vægt på naturvidenskabelige metoder. I udstillingslaboratoriet er studerende fra fagene arkæologi og antropologi på Aarhus Universitet med til at skabe udstillinger.

Natur: Der er mulighed for at tage en gåtur op ad museets tag, men derudover er der ikke indtænkt yderligere oplevelser eller formidling i forhold til den omkringliggende natur.

Fysiske rammer: Museumsbygningen er på i alt 10.000 m2 nettoareal. Dertil er en stor café, der serverer kolde og lune retter, som består af danske og allerhelst lokale produkter og råvarer med vægt på økologi og bæredygtighed, og en museumsshop med tekstiler og lædervarer, anderledes designprodukter, unik kunsthåndværk, mjød, sjovt legetøj, postkort og plakater. Udendørs kan museets tagflade bestiges, hvor man kan opholde sig og har udsigt til omkringliggende skov og Kattegat mod øst.

Publikum: 357.079 besøgende i 2019. Nummer 25 på VisitDenmarks attraktionsliste.

Brug af kulturarvsstempel: -



Stenaldercenter Ertebølle

Profil: Fokuserer på jægerstenalderens sidste del, den såkaldte 'ertebøllekultur'. Præsenterer sig som Danmarks eneste attraktion med dette formidlingsfokus.

Er en del af Vesthimmerlands Museum. Startede i 1990'erne som en frivillig forening og har stadig en støtteforening. Tilbyder skoletjeneste til lokalområdet, men har derudover ikke en særligt formuleret mission udover at præsentere ertebøllekulturen.

Formidlingsvurdering: Formidlingen er hovedsageligt oplevelsen i naturen og præsentationen af de autentiske stenalderbosteder; sejlture, hvor stenalderfolket har fisket, og ture i området, hvor de har boet. Også udenfor sæson er der tilbud om gruppebesøg og enkelte events med arkæolog-guede ture med særlige temaer, fx stenalderkvinden. En mindre indendørs formidling er baseret på en traditionel opstilling af genstande og skilte med tekst.

Forskning: Forskning fylder ikke meget i formidlingen udover enkelte guidede ture med arkæologer. De arkæologiske undersøgelser af skaldyrsdyngen ved Ertebølle 1893-97 er dog naturligvis en del af forklaringen på, hvorfor der er et stenaldercenter i Ertebølle.

Natur: En stor del af udstillingen er de autentisk genskabte huse fra ertebøllekulturen, der befinder sig udendørs.

Fysiske rammer: 25.000 m² udendørs oplevelseslandskab giver en miniversion af Sagnlandet Lejre med autentiske udendørs tilbud. Mindre indendørs formidling og mindre museumsbutik med gammeldags legetøj, keramik, tekstiler, ting i træ, smykker, postkort og plakater. I butikken kan man købe kaffe, juice og is.

Publikum: 12.445 besøgende i 2019. Kun åben i sommersæsonen fra og med skolernes sommerferie.

Brug af kulturarvsstempel: -



Nationalmuseet

(afdelingen for Danmarks Oldtid)

Profil: Nationalmuseet afdeling for perioden omkring stenalderen befinder sig i kælderens og rummer den største kronologiske fortælling om menneskets liv og udvikling.

Formidlingsvurdering: I forhold til det resterende museum er sektionen om jægerstenalderen af betydeligt lavere kvalitet. Formidlingen er opført helt klassisk med glasmontre og mindre tekststykker, der forklarer de forskellige genstande. Hvert montre er fyldt til et punkt, hvor det næsten fremstår rodet. De udstiller de værktøjer, stenaldermennesket benyttede til at sikre sin overlevelse. I løbet af udstillingen kommer vi aldrig tæt på eller bag ved stenaldermennesket, og det virker fjernt og uinspirerende.

Forskning: Informationer om forskning bag udstillingerne indgår som en mindre del af formidlingen. Derudover er der et særligt rum, der er dedikeret til de "skattejægere", der har fundet de skatte, der er fremvist på museet, ellers er der ingen inddragelse af forskning i denne del af museet.

Natur: Ikke indtænkt som en del af oplevelsen.

Fysiske rammer: Den lave formidlingsvurdering kan hænge sammen med de fysiske rammer for udstillingen. Udstillingen indgår i en samlet fortælling om Danmarks oldtid, der strækker sig fra 12.500 f.Kr. til 1050 e.Kr. Overordnet er udstillingen primært bygget op omkring de mere spektakulære fund, fx solvognen, egtvedpigen, guldhornene mv. På genstandsplan findes der ikke lige så "spektakulære" fund fra jægerstenalderen.

Publikum: 464.408 besøgende i 2019. De åbnede i 2021 deres højt promoverede og tungt annoncerede udstilling *Vikingerne*, hvilket kan forklare de høje besøgstal. Året før var besøgstallet ca. 100.000 lavere.

Brug af kulturarvsstempel: -



Køge Museum

Profil: Køge Museum er et mindre kulturhistorisk museum, der indgår som en del af Museum Sydøstdanmark. Museet blev grundlagt i 1894 som Sjællands første provinsmuseum. Museet indgår i dag i Køge Kyst-projektet, som er en plan for udviklingen af Køges havnefront.

På museet kan man opleve forskellige udstillinger om Køges historie, herunder byens middelalderlige fortid, søfart og handel samt livet på landet i 1800-tallet. Museet har også en samling af kunstværker og en række arkæologiske fund fra området.

Desuden har museet et aktivt formidlingsprogram, der omfatter guidede ture, workshops og foredrag om lokalhistorie og kulturarv.

Formidlingsvurdering: Museet er bygget op omkring to udstillinger; en særudstilling der for tiden er Jim Lyngvilds debatudstilling *Vølver, Guld og Guder* og deres faste udstilling. Den faste udstilling er delt ud på ni forskellige rum, der hver især har deres eget tema. To af rummene har fokus på fund fra jægerstenalderen, heriblandt en massegrav. Udstillingen kredser om de begravede menneskers skæbne, og hvordan de døde. Derudover er der lagt op til, at publikum kan reflektere over placeringerne af de døde i forhold til køn, alder, status, hvilket afspejler hidtil ukendte aspekter af jægerstenalderen sociale strukturer. Mindre elementer af interaktiv karakter er indtænkt. Der bliver udleveret en QR-kode i starten af turen, som man kan bruge til at lære om de forskellige genstande og bygninger både på museet og hjemmefra.

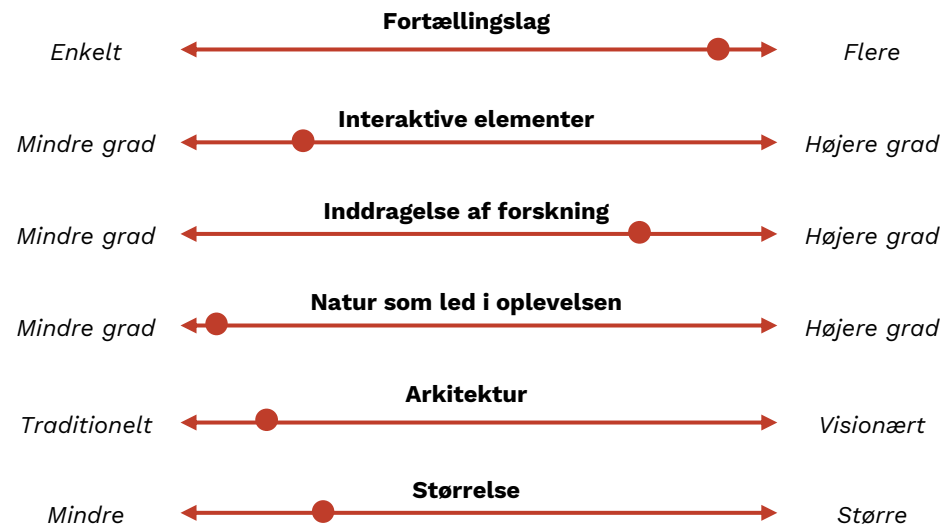
Forskning: Et af de ni rum har fokus på den massegrav, der blev fundet på Strøby Egede. Udstillingen formidler det forskningsarbejde, der har været i forbindelse med udgravningen, og det forskningsarbejde, der forsat er undervejs. Publikum har mulighed for løbende at se, hvad forskerne på museet finder ud af gennem deres arbejde og publikationer. Derudover har publikum mulighed for løbende at stille spørgsmål til forskerne, kommentere deres resultater eller rette henvendelse, hvis der er et særligt område, de ønsker, at forskerne skal fokusere på.

Natur: Ikke en del af oplevelsen.

Fysiske rammer: Museet ligger i et af byens gamle renæssancehuse fra 1600-tallet, der igennem årene har været igennem flere renovationsrunder. Seneste renoveringsrunde var færdigt i 2015. Det er et mindre museum, hvor et besøg typisk varer en time til halvanden.

Publikum: Museet havde 35.770 besøgende i 2019.

Brug af kulturarvsstempel: -



Stevns Klint Experience

Profil: Stevns Klint Experience formidler historien om den store masseudryddelse for 66 millioner år siden, hvor halvdelen af Jordens dyrearter uddøde – herunder også dinosaurerne. Fortællingen kobles til nutidsdagsordenen dels ved at berøre klimaforandringer, som ramte kloden i tiden op til astroide-nedslaget, og dels ved iscenesættelsen af selve nedslaget som en global katastrofe, der udslættede liv.

Opsummeret i denne sætning fra attraktionen, som de kalder essensen af verdensarv: *”At stå sammen og tage vare på det, der har værdi for os som mennesker”.*

Formidlingsvurdering: Hele oplevelsen er velkomponeret, og der er en rød tråd igennem hele besøget. Der er to hovedrum i udstillingen. Et rum med projiceringer på væggene og med en stor 37 ton tung kalksten som monument midt i rummet. Det andet rum tager mere traditionelle greb i brug og har flere forskellige genstande udstillet kombineret med formidling gennem skilte. Der er enkelte interaktive touchskærme og et imponerende digitalt spil på en stor rund touchscreen.

Forskning: Arkæologi spiller en central rolle for hovedfortællingen. Særligt centreret omkring den amerikanske geolog Walter Alvarez, der i 1978 ankom til Stevns Klint og udviklede hele teorien om, at man i de tynde striber i klinten kunne aflæse den afgørende naturhistoriske begivenhed, der havde fundet sted 66 mio. år før vor tid. I formidlingen spiller forskningen ikke umiddelbart en større rolle.

25 forskere fra Tyskland, Holland, Belgien, USA og Danmark har hjulpet med at grave historierne frem. Seks museer, to universiteter og en række private samlinger har lånt eller foræret genstande til udstillingen.

Natur: Attraktionen byder på en storslået udsigt over det varierede landskab og havet. Adgangen til oplevelsescenteret er udformet som en nedstigning gennem klintens geologiske lag, og selve oplevelsescenterets facade er af kalksten.

Fysiske rammer: Bygningen er samlet på knap 1.500 kvadratmeter, hvoraf udstillingsrummet er på 520 m2 fordelt på Klintesalen og Verdensarvssalen.

Publikum: Endnu ikke opgivet, da de åbnede i 2022

Brug af kulturarvsstempel: Attraktionen bruger aktivt verdensarvsstemplet som led i deres profilering og markedsføring. Stevns Klint modtog UNESCO-stemplet for at være det bedste sted i verden at opleve sporene efter den astroide, der ramte jorden for 66 mio. år siden. Stevns klint blev optaget på listen ud fra kriterie (viii).



Ilulissat Isfjordscenter

Profil: Ilulissat Isfjordscenter er et forsknings- og udstillingscenter beliggende i Ilulissat, Grønland. Det er dedikeret til undersøgelse og bevarelse af det arktiske miljø med særligt fokus på den nærliggende Ilulissat Isfjord, som er på UNESCO's verdensarvsliste. Centeret fokuserer ikke kun på videnskab, men også på kunst, og man kan opleve en fast kunstudstilling og løbende særudstillinger i centeret.

Besøgende kan lære om isfjordens geologi, dyreliv, og dens betydning for det globale klima. Derudover er centret også involveret i forskningsprojekter og initiativer, der sigter mod at øge bevidstheden om miljømæssige udfordringer i Arktis og arbejder for at fremme bæredygtig udvikling i regionen.

Formidlingsvurdering: I forhold til den ambitiøse indretning og formidling er der valgt et mindre areal end de fleste andre attraktioner. Interessant vinkel at lade is stå i centrum for de forskelligartede fortællingslag, der findes på museet. Der formidles både om videnskab, kunst og fortællinger fra de oprindelige folk. Der er flere interaktive elementer, hvor der er mulighed for at røre eller lege og blive klogere på isen og de fortællinger, den indeholder.

Det samlede kompleks rummer udstilling, biograf, café og en butik.

Forskning: Centralt i udstillingen er en række iskerner fra borer i indlandsisen, der viser isen både i dag og tilbage til 124.000 år f.v.t. Udstillingen viser, hvordan iskernerne gennem forskning kan gøre os klogere på både kultur og klimas udvikling gennem tiden. Der lavet et besøgs materiale til folkeskolelever kaldet *den lille forsker*, hvor eleverne har mulighed for at lege forskere på udstillingen.

Natur: Bygningen er indrettet, så der er udkig ud over den spektakulære natur på begge sider af centret. Derudover er det muligt at få et fjernblik fra taget oven på museet. Endelig er der vandreruter fra museet og ud på isen.

Fysiske rammer: Isfjordscentrets fysiske rammer er æstetisk dragende og er smukt integreret i det omkringliggende landskab. Bygningens form er en vredet struktur, der giver et utroligt udsyn til isen på fjorden. Bygningen er opført i en blanding af stål, træ og glas. Museet har vundet flere priser for sin arkitektur heriblandt 'Årets Byggeri 2021' af Magasinet Byggeri.

Publikum: Ikke oplyst

Brug af kulturarvsstempel: Ilulissat isfjord blev optaget på UNESCOs verdensarvsliste i 2014 på baggrund af kriterie (vii)(viii). Optagelsen på verdensarvslisten var en bærende grund til, at centeret blev bygget. Centeret bruger aktivt kulturarvsstemplet i deres markedsføring og branding, hvor det fremhæves som en af grundene til at besøge centeret og lære mere om isen.



Lascaux Experience

Profil: Lascaux-grotten er en hule beliggende i det sydvestlige Frankrig. Den indeholder nogle af de mest kendte og betydningsfulde præhistoriske hulemalerier i verden. For at beskytte grotten mod skade og for at give besøgende mulighed for at opleve malerierne blev museet opført i nærheden af grotten, hvor besøgende i dag kan se nøjagtige reproduktioner af malerierne og lære mere om deres betydning og historie. Praktisk talt, er der mere tale om et kompleks end et enkelt museum. Museet er løbende blevet udbygget med flere bygninger, der hver især tager et forskelligt take på hulemalerierne.

En stor del af formidlingen er bygget op omkring selve opdagelsen af hulemalerierne, dernæst maleriernes betydning og sidst en mere perspektiverende del, der handler om kunst for mennesket generelt.

Formidlingsvurdering: For at beskytte de oprindelige malerier er der produceret en 1-1 kopi af alle de steder i grotterne, hvor der er malerier. De er udstillet i flotte rammer rundt omkring på museet. Der er en blanding af klassisk museumsformidling og mere interaktiv publikumsinteraktion gennem digitale artefakter, filmvisninger, touchscreens mv. Der er mulighed for at få audioguides med gennem museet.

Forskning: Der forskes løbende i grotterne, og den forskning formidles på museet.

Naturen: Bygningen er opført ved siden af grotterne, og der er stier tilkøbet selve komplekset, hvorfra man kan nyde den omkringliggende natur.

Fysiske rammer: Den samlede størrelse på hele området er lidt over 50.000 m². Bygningen blev designet af arkitektfirmaet Snøhetta og har bløde organiske former, der er bygget ind i det omkringliggende landskab. De fysiske rammer er mildest talt imponerende og fremstår som state of the art indenfor museumsbyggeri. Selve bygningen har vundet European Museum of the Year Award i 2017 og ArchDaily Building of the Year Award i 2017.

Komplekset huser også en café og afholde møder og events mv.

Publikum: omkring 3.300 gæster pr. dag, da de åbnede.

Brug af kulturarvsstempel: UNESCO verdensarv bruges delvist som markedsføring og branding af attraktionen. Det fremgår som et underpunkt på deres hjemmeside, og der er en del af den tidslinje, der bliver præsenteret på hjemmesiden. I selve museet er der videomateriale og informationsstande, hvor besøgende kan lære mere om, hvad verdensarv betyder, og hvorfor Lascaux-grotten er blevet optaget på UNESCOs liste.



The Roman Baths - Bath

Profil: The Roman Baths i Bath, Storbritannien, er en samling forskellige historiske bygninger, herunder et romersk badehus, en romersk tempelruin og en pumpestation fra det 18. århundrede, der blev bygget for at tømme de varme kilder og genopbygge badehuset.

The Roman Baths er ikke kun et museum, men også et sted, hvor besøgende kan opleve og lære om den romerske kultur og historie. Der er udstillinger og guidede ture, der giver besøgende mulighed for at udforske badehusets forskellige områder og lære om dets historie og betydning for Bath og Storbritannien som helhed.

Formidlingsvurdering: Det er en todelt oplevelse, når man besøger de historiske bygninger, hvor man dels oplever de gamle bade og kommer igennem et museum, der bygget op efter engelsk tradition med stor fokus på genstandene. Herefter er der mulighed for at spise på deres restaurant eller i deres café, der er på højt niveau i forhold til konkurrenterne. Der bliver udleveret en audioguide i starten af turen, som man kan bruge til at lære om de forskellige genstande og bygninger.

Forskning: Der er fokus på de enkelte genstande og deres kulturhistoriske betydning, og der er ikke inkluderet forskning eller forskningslementer i udstillingerne.

Natur: Ikke indtænkt som en del af oplevelsen.

Fysiske rammer: Selve attraktionen er opbygget omkring flere forskellige bygninger, hvoraf flere er ældre og historiske. Hovedelementet er det ældre romerske bade- og pumpehus. Derudover er en fine dining restaurant og café en del af attraktionen.

Publikum: -

Brug af kulturarvsstempel: De romerske bade kom i 2021 på UNESCOs verdensarvsliste som en del af en række europæiske "Great Spa Towns" under kriterie (ii)(iii). Udover de romerske bade er selve byen Bath på listen over verdens naturarv. De blev valgt ud fra kriterie (i)(ii)(iv). De Romerske Bade er derfor unikke, da de har en "dobbelt" UNESCO-position, som de bruger aktivt som en del af deres branding over for turister.



Den komparative analyse

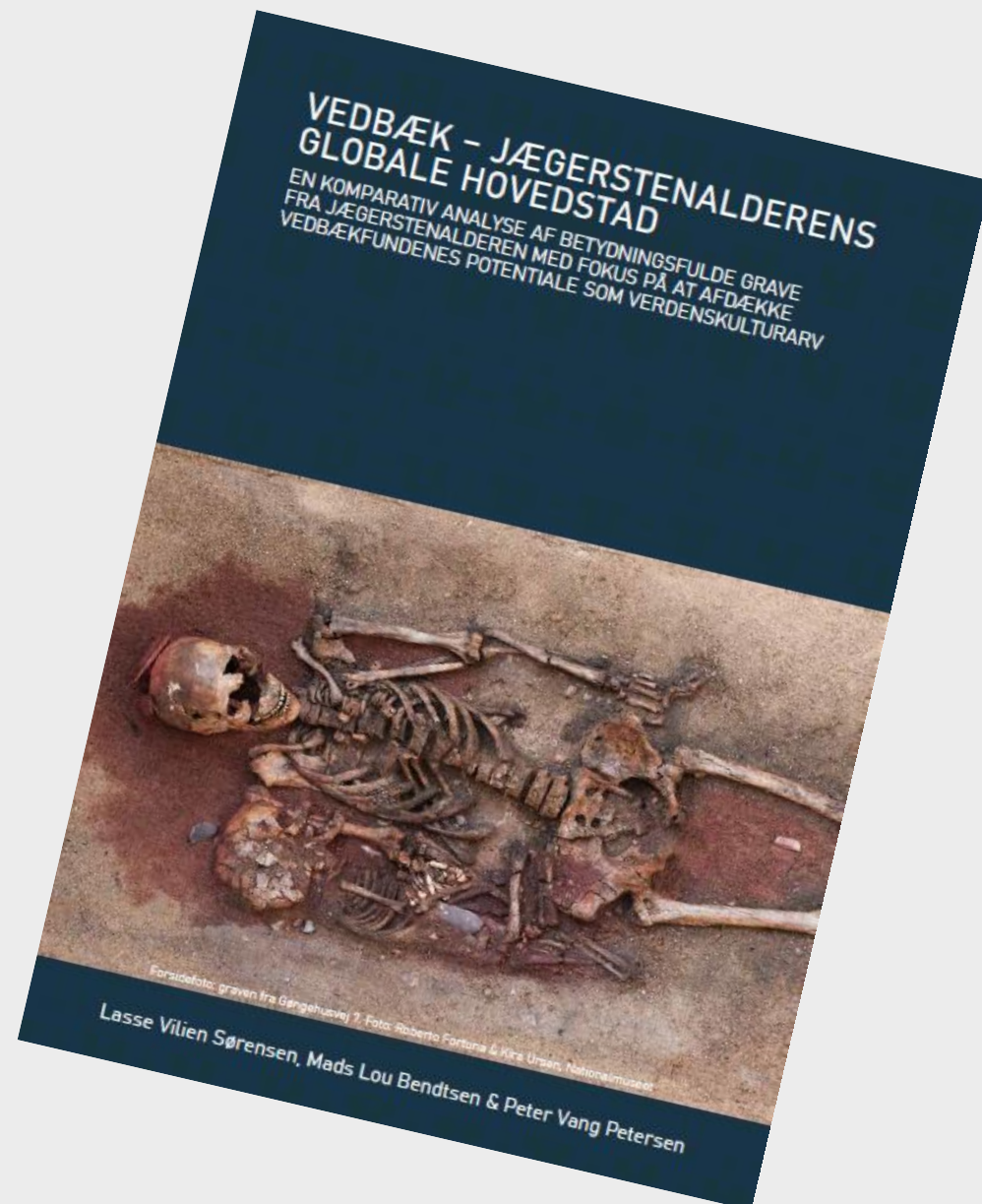


Den komparative analyse

Den komparative analyse 'Vedbæk – Jægerstenalderens globale hovedstad' er udarbejdet af stenaldereksperterne Lasse Vilien Sørensen, Mads Lou Bendtsen og Peter Vang Petersen.

Med et fokus på et nyt museum og profil for det nye Vedbækfundene er de fire vigtigste konklusioner efter vores opfattelse:

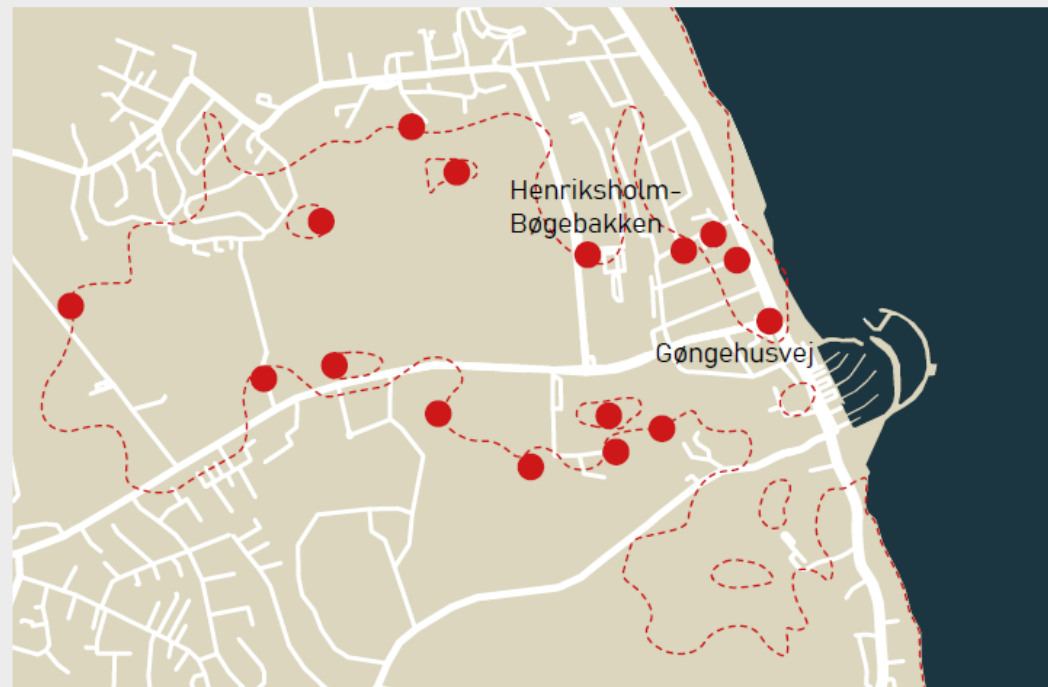
- 1: Vedbækfundene kan fortælle historien om Vedbæk som Jægerstenalderens globale hovedstad
- 2: Formidling af en glemt verden har relevans for hele menneskeheden.
- 3: Vedbækfundene er en af de vigtigste arkæologiske fund i verdenen fra denne tidsperiode.
- 4: Området ved Vedbæk indeholder netop alle de forsknings- og formidlingsmæssige ingredienser, der skal til for at blive kategoriseret som verdenskulturarv.



3 formidlingsscenarier:

Den komparative analyse udpeger tre scenarier for den fremtidige formidling. Alle tre er en del af spørgerammen for publikums interview, som vi har gennemgået tidligere i rapporten .

- a) Klimaforandringer og bæredygtighed, og hvordan disse faktorer har påvirket mennesker gennem forhistorien.
- b) Øget ulighed med fokus på, hvorfor mennesket går fra egalitære til mere hierarkiske organiseringer.
- c) Den antropocæne påvirkning, der sætter fokus på menneskets globale påvirkning på forskellige niveauer.



Kort over kendte stenalderlokaliteter langs den fossile fjord ved Vedbæk. Illustration fra den komparative analyse.

Formidlingstendenser



Museumsformidling i et paradigmeskifte

Museumsformidling har gennem de seneste ti år været inde i en markant udvikling fra at have genstanden i fokus til at have publikumsoplevelsen i fokus. Det er Operate Experiences forventning, at denne udvikling vil fortsætte og forstærkes over de kommende år. Det er derfor et rigtig godt tidspunkt at planlægge publikumsoplevelsen på et nyt museum.

Fokus på immersive og taktile oplevelser

Fra fremtidsforskere har vi flere bud, der understøtter, at vi ser en tendens til mere fokus på publikums ønsker om taktile og immersive oplevelser.

Fremtidsforskeren Amy Webb fra Future Today Institute bygger sine bud på, hvad hun ser de førende tech-virksomheder har i pipelinen, og hvad de amerikanske universiteter vælger at bruge forskningstid på.


Hun har gennem flere år argumenteret for, at det fysiske er på vej tilbage, og at vi som borgere og forbrugere af oplevelser har nået et mætningspunkt, hvad angår digitaliseringen.

Årtiers stræben efter det digitale har suget os alle ned i mobilen, og det har affødt en trang til det modsatte – det fysiske møde. *”Den mobile tech-cyklus er snart slut og vil langsomt blive erstattet af lyd og gestik som interface og indhold.”* Det betyder ikke nødvendigvis færre digitalt styrede oplevelser, *”men at vi bevæger os mod det usynlige interface, hvor ”kloge objekter” vil erstatte mobilen.”*

Fire formidlingstendenser



Vi vil have
interaktion
og
samskabelse



Væk fra skærme
over til
immersive lag,
der taler til
flere sanser



Stedsspecifik
formidling



VR og AR
(Metavers...)

Bilag



Metode – undersøgelse af potentielt publikum

Metodedesign

Indsigterne og personaerne er blevet til på baggrund af et analysedesign, der har involveret følgende aktiviteter:

- **Desk research:** gennemgang af en række eksisterende analyser og rapporter, bl.a. den komparative analyse. Indsigtsanalyse på ti sammenlignelige danske og europæiske attraktioner.
- **Prototyping workshop:** workshop med Rudersdal Kommune og Rudersdal Museerne, der fastlagde de specifikke personer som ønsket for fremtidens museum
- **Kvalitative interviews:** 20 interviews blev gennemført med de udvalgte personer. Interviewene blev gennemført som for-interview via telefon og tilstedeværelsesinterview efter besøg på Vedbækfundene. Interviewene kombinerede åbne, eksplorative spørgsmål og skalaspørgsmål.

Persona-gruppen *læreren med sin klasse* blev for de to lærere/pædagoger, som allerede havde været på museet med en gruppe børn, alene gennemført som telefoninterview.

Spørgerammen kan findes fra side 92.

- De tre interessant-input er kommet dels via personligt interview, telefoninterview og med input fra Rudersdal rådhus.

Rekruttering

Rekruttering af målgrupperne er sket via åbne opslag på sociale medier, hvor potentielle respondenter er blevet screenet via et minisurvey.

Rekrutteringsmetoden har sikret en repræsentativ bredde i respondenter. Dog skal vi være opmærksomme på, at deltagere sandsynligvis har været mere positivt stemt overfor et museumsbesøg, end det gennemsnitligt kan forventes, idet deltagelsen i nogen grad har været motiveret af en interesse i at deltage i undersøgelsen.

Dette er forventeligt i denne type undersøgelser og udgør som sådan ikke et metodisk problem, men bør tages i betragtning i læsningen af analysens konklusioner.

Bæredygtighedsanalysen

Disse er gennemført ud fra desk research og indsamling af best practice information om museumsbutikker og museums café/restaurant gennem interview og rapporter fra Wonderful Copenhagen og VisitDenmark. Derudover har Horestas rapporter dannet baggrund for dele af de økonomiske estimater.

Input – ikke facit

Husk at konklusionerne på de forskellige typer af research og interview skal opfattes som væsentlige faktuelle brikker forud for en beslutning – men ikke nødvendigvis som et facit, der skal følges.

SPØRGERAMME

For-interview (pr tlf.) Vedbækfundene maj 2023

Mange tak for dit tilsagn om at være med i vores publikumsundersøgelse. Vi skal undersøge interessen for at bygge et nyt museum med moderne formidling af Vedbækfundene. Der findes i dag en mindre udstilling af Vedbækfundene i lejede lokaler. Den udstilling skal du se forud for interview med os.

1. Hvad er dine forestillinger når du hører om museet Vedbækfundene?

- Har du nogensinde hørt om Vedbækfundene? [hvis ja noter hvad]
- Hvis nej – hvad tror du museet handler om? Hvad tror du "Vedbækfundene" betyder?
- Udstillingen fortæller om en række unikke arkæologiske fund af grave der er omkring 7.000 år gamle. Det handler altså om stenalderen og nogle af de allerførste mennesker der har bosat sig i Danmark – hvad synes du umiddelbart om dette emne [aldrig tænkt over-umiddelbart spændende-ikke lige noget jeg tror bliver interessant...]
- Med denne viden om museet, ville du da have planlagt et besøg her, hvis ikke vi havde bedt dig om det? [hvorfor / hvorfor ikke?]

2. Du skal snart en tur til Holte og se Vedbækfundene. Tager du derind alene eller sammen med nogen? Hvem?

3. Hvilke kultur- og museumsoplevelser har du haft det seneste års tid?

- Har der været nogen oplevelser, du har syntes særligt godt om? Hvorfor?

4. Hvem er du typisk sammen med, hvis nogen, når du har kultur- eller museumsoplevelser?

5. Hvor søger du normalt inspiration, når du skal have en god oplevelse?

Her tænker jeg fx på sider på nettet, FB, Instagram, aviser, venner eller andre kilder til inspiration.

6. Har du en ide om din transport til Vedbækfundene i Holte?

- Egen bil, offentlig transport – hvilken tror du?

Vedbækfundenes adresse er Attemosevej 170, 2840 Holte. Der er parkeringsplads lige ved siden af, hvis du kommer i bil. Fra midt i København ad Helsingør motorvejen er der 20 kilometer. Er du ikke i bil, så er letteste offentlige transportmiddel at tage bus 150S fra Nørreport og stå af ved Gl. Holte, Øverødvej. Turen med bus tager ca. 25 minutter. Herefter 10 minutters gang til Vedbækfundene.

SPØRGERAMME

For-interview (pr tlf.) Vedbækfundene maj 2023

Jeg sender dig mail /sms / Messenger med alt info.

Hvornår vil det passe dig at besøge Vedbækfundene, jeg har fx disse mulige tidspunkter: [angiv tre mulige]

Efter du har besøgt den lille udstilling og fået kaffe og kage i cafeen Spiseriet lige ved siden af, vil vi interviewe dig om din oplevelse. Interviewet kommer formentlig til at tage omkring 45 min. - 1 time. Du må som udgangspunkt selv bestemme, hvornår du besøger Vedbækfundene, men jeg vil anbefale, at du sætter en time af til dit besøg (inkl. kaffe + kage i cafeen).

Når du ankommer til Vedbækfundene, henvender du dig i billetsalg og fortæller at du er gæst fra Operate. Så får du dine billetter samt voucher til cafebesøget og en kage og en kaffe eller te.

På det tidspunkt vi har aftalt for interview, finder du min kollega der står for interview i kunsthall Gl. Holtegaard som ligger lige overfor cafe og Vedbækfundene. I kunsthallens butik/billetsalg fortæller du, at du skal til interview hos Operate. Så viser de dig vej.

SPØRGERAMME

Persona-interviews Vedbækfundene maj-juni 2023

Dybdeinterview

Der stilles gennemgående uddybende spørgsmål til respondentens svar.

0. Indledning

Jeg vil i første halvdel af interview stille dig spørgsmål om den udstilling, du lige har set, den nuværende udstilling om Vedbækfundene. I anden halvdel af interviewet vil jeg høre om din holdning til planerne om et helt nyt museum til Vedbækfundene.

1. Overordnet oplevelse

[Under hele punkt 1.1 noterer interviewer de ord og sætninger, som uhjulpet kommer fra respondenterne om betragtninger om museumsoplevelsen]

1. Helt overordnet, hvordan var dit besøg på udstillingen Vedbækfundene?

- Hvad var særligt godt, og hvad var mindre godt?

1. Hvis du tænker tilbage på de forventninger, du havde forud for besøget, hvordan passer din oplevelse så med dem?

- Var der noget, der overraskede dig under besøget?

1.1.4. På en skala fra 0-10, hvor 10 er det højeste, hvor sandsynligt er det så, at du vil anbefale et besøg på den nuværende udstilling Vedbækfundene til dine venner og familie?

- *Begrund dit svar*

1.1.5. På baggrund af dit besøg vil jeg gerne bede dig give point til Vedbækfundene på otte punkter. Hvert punkt kan få fra 1-5 point, hvor 1 er det laveste, og 5 er det højeste.

I hvor høj grad passer det, at Vedbækfundene er et sted:

- Jeg kan slappe af og samle ny energi
- Hvor jeg kan blive klogere på noget, jeg har en særlig interesse i
- Hvor jeg har en særlig oplevelse
- Hvor jeg lærer noget nyt
- Hvor jeg skaber en god oplevelse for dem, jeg er sammen med
- Hvor jeg oplever noget, jeg kan fortælle andre om bagefter
- Som er populært at besøge
- Hvor jeg kan være aktiv og interagere med udstillingen

[Udlever papir med punkter. Respondenterne bedes begrunde sine scoringer]

SPØRGERAMME

Persona interviews Vedbækfundene maj-juni 2023

1. Besøget

I det følgende vil jeg gerne høre lidt nærmere om de praktiske omstændigheder ved dit besøg i udstillingen.

1. Hvordan forberedte du dig på besøget?

- Læste du fx på hjemmesiden, anmeldelser eller andet?
- Hvordan passede museets åbningstider dig? (tirsdag-fredag 12-16 og weekend 12-17)

1. Hvor let syntes du det var at finde Holte og Vedbækfundene? Hvilken transport benyttede du dig af

1.2.4 Hvad synes du om udstillingens omfang?

- For kort, for lang, tilpas

1. Hvad syntes du om modtagelsen på museet (indgang og billetsalg)?

2. Hvad syntes du om museumsbutikkens udbud?

- Var der noget i butikken, der særligt fangede din interesse? Hvorfor?
- Hvad synes du der mangler?
- Hvor vigtig er en museumsbutik for din samlede oplevelse?

- Hvad ville du normalt være interesseret i at købe i en museumsbutik?

1.2.7. Hvad syntes du om café-faciliteterne i Spiseriet og serveringen dér?

- Hvordan var kvaliteten af din servering?
- Hvad er dit indtryk af det samlede serveringstilbud?
- Hvor vigtigt er en museumscafé for din samlede oplevelse?

1.3 Markedsføring

Har du stødt på indhold om Vedbækfundene udenfor museet? (fx online, aviser, magasiner, blogs, instagram mv.)

- Uddyb, hvor og hvad?

2. Udstilling & formidling

Jeg vil gerne tale med dig om, hvordan du oplevede udstillingerne og selve formidlingen på museet.

Hvad synes du om udstillingen?

- Uddyb dit svar

Var der noget konkret viden, du savnede under dit besøg?

SPØRGERAMME

Persona interviews Vedbækfundene maj-juni 2023

3.0 Fremtiden

Nu vil jeg stille nogle spørgsmål om Vedbækfundenes planer for fremtiden.

3.1. Fremtidens "Vedbækfund museum" er tænkt til at være 1.500 – 2.000 m² og altså 5-6 gange så stort som det nuværende.

- Jeg vil nu vise dig tre mulige placeringer for det nye museum og bede dig vurdere, hvilken som er den bedste placering.
 - placering A
 - placering B
 - Placering C

[Læg de tre A4 ark med placering ifh transport og fundsteder op på bordet. NB Husk navn på skema]

3.2. Fundenes betydning. En helt ny endnu ikke offentliggjort forskerrapport kategoriserer de arkæologiske fund i Vedbæk som nogle af de mest betydningsfulde og mest fortællende fund i verden fra jæger-stenalderen. Rapporten vurderer, at det vil være muligt at få Vedbækfundene på UNESCOs verdensarv liste *[Forklar UNESCO verdensarv liste hvis respondenter ikke kender udtrykket]*

- Har det betydning for din interesse for at besøge udstillingen, hvis vi fremover pga. af fundene kan præsentere området her for 7.000 år siden som et af de første steder i det nuværende Danmark, hvor der boede

mennesker?

- Har det betydning for din interesse for at besøge udstillingen, hvis vi pga. fundene kan præsentere området her for 7.000 år siden som en af de vigtigste bopladser i Europa?
- Har det betydning for din interesse for at besøge udstillingen, hvis Vedbækfundene kommer på UNESCOs verdensarv liste?

3.3 Hvilken historie er den vigtigste at fortælle fra det nye museum? Prioritér, hvad du synes er den mest spændende vinkel at fortælle om menneskene og samfundet i Vedbæk for 7.000 år siden.

[Respondenten vises fire kort med billeder og tekst og bedes om at prioritere dem 1-2-3-4. NB husk navn på skema]

- Sådan levede de første danskere i det nuværende Vedbæk med mindre dagligt slid og mere tid til leg og fællesskab
- Sådan levede de første danskere i det nuværende Vedbæk i et tæt samspil med naturen, før menneskeheden med landbrugssamfundet begyndte at underlægge sig naturen og påvirke klimaet i mere og mere negativ retning
- Sådan arbejder arkæologerne med de nyeste DNA metoder for at afdække hvad 7.000 år gamle fund kan fortælle os
- Sådan levede de første danskere i det nuværende Vedbæk med mere lighed før de efterfølgende samfund blev organiseret mere hierarkisk (med nogen der bestemte over andre)

SPØRGERAMME

Persona interviews Vedbækfundene maj-juni 2023

3.4 Museumsoplevelser ud og inde?

- Vil det have betydning for dig, hvis udstillingen indendørs var suppleret af tilbud om udendørs aktiviteter rundt til udvalgte gravsteder og med tilbud om aktiv deltagelse og leg?
- Vil du synes om en længere udendørs rute med nedslag og fortællinger undervejs?

3.5 Hvilke formidlingsformater vil du foretrække i det nye museum?

- Ligesom i den nuværende udstilling
- Flere områder hvor jeg selv kan interagere med udstillingen og røre ved genstandene
- Mere levende fortællinger hvor stenaldermenneskerne vækkes til live
- Flere skeletter, genstande og skilte med tekster

3.6 Særudstilling? Vil det være vigtigt for dit besøg (genbesøg), at det nye museum over tid kan tilbyde nye vinkler og nye elementer på de udstillinger, som vises ude og inde?

3.7 Hvordan vil du prioritere disse faktorer, hvis du skulle bestemme over det nye museum for Vedbæk Fundene?

[et ark med slidere, hvor respondenter med kuglepen placerer sin holdning mellem i mindre grad og i større grad – NB Husk navn på skema]

- Museumsbyggeriets arkitektur: traditionelt-visionært
- Naturen som led i din samlede oplevelse: mindre grad-højere grad
- Museums butik og cafe: mindre grad-højere grad
- Inddragelse af arkæologi forskning i fortællingen: mindre grad-højere grad
- Elementer i udstillingen du kan røre, trykke og aktivere: mindre grad-højere grad

4. Forslag og entre

Vi er ved at nå til vejs ende, men inden vi slutter, vil jeg gerne høre dine tanker om, hvordan du mener, Vedbækfundene kan udvikle sig fremadrettet.

4.1 Hvor ville din grænse gå for entre på et nyt større museum med moderne cafe og butik samt supplerende tilbud om udendørs oplevelser?

[respondenten får lov til med kuglepen at tegne sin holdning ind på en fysisk slider på papir mellem 0 kr. og 150 kr. NB Husk navn på skema]

4.2 Hvis du skal give et råd til Vedbækfundene, hvad kunne det så være?

4.3 Har du andet du har lyst til at supplere med her til sidst?

Tusind tak for din tid og inputs!

Spørgeramme survey gennemført af Nordstat 22. august 2023 – 28. august 2023

Insert DK_Demo

Age (16+)

Recode to age groups (16-29, 30-44, 55-64, 65+)

Gender

Zipcode (recode to Region; Region Hovedstaden, Region Sjælland, Region Syddanmark, Region Midtjylland, Region Nordjylland) – Screenout if Region Sjælland, Region Syddanmark, Region Midtjylland, Region Nordjylland

Screening

Carousel

S1. Cirka hvor ofte besøger du følgende kulturelle attraktioner?

1: Museer

2: Attraktioner

3: Kunstmuseer

4: kunsthaller

Scale:

1: Ugentligt

2: Månedligt

3: Kvartalsvist

4: Halvårligt

5: Årligt

6: Sjældnere end årligt

7: Aldrig

Screen out if S1 = 7 for ALL 1-4 statements

Kendskab

Single

Q1. Har du hørt om museet for Vedbækfundene som ligger i Holte?

1: Har besøgt museet

2: Har hørt om, men aldrig besøgt

3: Nej

Show if Q1 = 2,3

Single

Q2. Vedbækfundene er en udstilling som fortæller om en række unikke arkæologiske fund af grave, der er omkring 7.000 år gamle. Udstillingen handler om stenalderen og nogle af de allerførste mennesker, der har bosat sig i Danmark.

Hvor sandsynligt er det, at du vil overveje at besøge sådan et museum?

1: Slet ikke

2: I lav grad

3: I nogen grad

4: I høj grad

5: I meget høj grad

99: Ved ikke

Spørgeramme survey gennemført af Nordstat 22. august 2023 – 28. august 2023

Det nye museum

Single

Q3. Nye arkæologiske metoder, bl.a. med brug af DNA til at undersøge de 7.000 år gamle skeletter, og det som var lagt i graven med dem, viser at dette område i Vedbæk for 7.000 års siden var en af de vigtigste bopladser i Europa, som tydeligt kan fortælle hvordan nogen af de første mennesker i Danmark bosatte sig.

Gør denne viden et besøg mere interessant for dig?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Single

Q4. Der er planer om at bygge et helt nyt museum til Vedbækfundene. Vil det gøre et besøg mere interessant for dig?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Single

Q5. De nye arkæologiske metoder, konkluderer også, at Vedbækfundene har potentiale til at blive inkluderet på Unescos verdensarvsliste fordi de er blandt de bedste fund i verden fra denne tid.

Vil dette gøre et besøg mere interessant for dig?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Single

Q6. At fortælle om hvordan vi levede i Danmark for 7.000 år siden giver museet mulighed for at sætte sammenligne med hvordan vi mennesker indretter os i 2023, fx hvordan vi dengang og i dag havde forskellige måder at leve i samspil med naturen, at vi dengang indrettede vores liv så vi arbejdede betydeligt mindre andel af dagen og at vi i modsætning til i dag levede med færre beslutnings hierakier.

Synes du dette kunne være et interessant emne at formidle på det nye museum?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Spørgeramme survey gennemført af Nordstat 22. august 2023 – 28. august 2023

Single

Q7. Vil det have betydning for din overvejelse om at besøge museet hvis det placeres lige ved Vedbæk station, som ligger på kystbanen, 20 minutters togtur fra København?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Museumsoplevelsen

Single

Q8a. Vil det have positiv betydning for dine overvejelser om at besøge museet, hvis udstillingen indendørs var suppleret af tilbud om udendørsaktiviteter rundt til udvalgte gravsteder og med tilbud om aktiv deltagelse og leg?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Single

Q8b. Vil det have positiv betydning for dine overvejelser om at besøge museet, hvis udstillingen udover den indendørs udstilling inkluderede en længere udendørs rute med nedslag og fortællinger undervejs?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad
- 3: I nogen grad
- 4: I høj grad
- 5: I meget høj grad
- 99: Ved ikke

Multi, AO 99 = Single, AO 3 = Open

Randomize AO 1+2

Q9. Hvilke formidlingsformater vil du foretrække i det nye museum?

- 1: Områder hvor man selv kan interagere med udstillingen og røre ved genstanden og hvor stenaldermenneskerne vækkes til live
- 2: Områder hvor man ser skeletterne, genstande og skilte med tekster
- 3: Andet, notér venligst
- 99: Ved ikke

Øvrige oplevelser

Single

Q10. Har det betydning for dig og dine overvejelser om at besøge museet, hvis der etableres en museusbutik som en del af det nye museum?

- 1: Slet ikke
- 2: I lav grad

Spørgeramme survey gennemført af Nordstat 22. august 2023 – 28. august 2023

3:I nogen grad
4:I høj grad
5:I meget høj grad
99:Ved ikke

Single

Q11. Har det betydning for dig og dine overvejelser om at besøge museet, hvis der sammen med det nye museum etableres museums cafe/restaurant?

1:Slet ikke
2:I lav grad
3:I nogen grad
4:I høj grad
5:I meget høj grad
99:Ved ikke

Single

Q12. Billetprisen bliver 120 kroner for voksne og gratis for børn. Synes du umiddelbart dette lyder som en rimelig pris?

1:Slet ikke
2:I lav grad
3:I nogen grad
4:I høj grad
5:I meget høj grad
99:Ved ikke

Single

QB1. Har I bil i husstanden?

1:Ja
2:Nej

Following questions should be implemented as panel variables visible:

educationLevel
civil_status
city_size
household_income
occupation

De fem museumstyper definitioner

De fem museumstyper er udviklet af to amerikanske professorer; John Falk og Lynn Dierking. Ved hjælp af mange studier og undersøgelser, har de fundet frem til de såkaldte '*identitetsrelaterede motivationer*', som gæster har for at besøge museer. Disse kan inddeles i fem kategorier:

Explorerer

Er drevet af nysgerrighed og lysten til at lære. De er interesserede i, hvad museet kan tilbyde i forbindelse med dets udstillinger og er på jagt efter det spændende, fængende, lærerige.

De er således også målrettede og kritiske, og hvis de ikke finder noget, der fanger deres opmærksomhed, bevæger de sig videre.

Facilitator

Er drevet af det sociale aspekt. De tager på museum sammen med andre, og under besøget bevæger de sig sammen gennem udstillinger. De ser først og fremmest museumsbesøget som en social begivenhed.

Deres motivation for at tage på museum er ikke styret af en lyst til at lære eller undersøge, så meget som det skal være en god oplevelse for venner eller familie.

Professional/ hobbyist

Tager på museum for at få tilfredsstillet sin lyst til at lære mere, gerne om et specifikt emne, de selv har interesse i.

De er gerne uddannede indenfor det felt, de søger mere information om, eller betragter det som hobby, hvor de opsøger udstillinger, der bekræfter og forstærker den viden, de allerede besidder.

Hvis de tager afsted med andre, deler de gerne deres entusiasme med de andre.

Experience seeker

Anser museet som en vigtig institution, som man 'bør' besøge, hvis man får muligheden.

De er mere drevet af museet som et kulturelt 'must see' og opsøger gerne populære udstillinger på baggrund af deres omtale.

Turister falder ofte under denne kategori, da de er drevet af at se og opleve kultur, når de er ude og rejse.

Recharger*

Tager på museum for at opleve et afbræk fra hverdagen, for at slappe af og anser museer som et tilflugtssted, hvor de kan 'tanke op' omringet af inspirerende og betagende genstande på udstillingen.

Denne type har gerne fokus på den æstetiske dimension og er typisk tiltrukket af kunst- og frilandsmuseer, hvor de kan bevæge sig rundt i deres eget tempo. Derfor er denne type mere tilbøjelig til at tage på museer alene.

* Uddrag fra bogen "The Museum Experience Revisited" (2013), Falk & Dierking, s. 47

Rudersdal Museernes vision og motivation for det nye museum

Vores vision

Museet Vedbækfundene er det eneste i Danmark, som udelukkende fokuserer på jægerstenalderen. Vedbækfundene er en perle i europæisk historie. Derfor har Rudersdal Kommune, Nationalmuseet og staten en vision om at skabe Danmarks bedste museum om den sene jægerstenalder og dens betydning for moderne mennesker.

Det nye museum skal fortælle historien om menneskets symbiose med naturen, som den bliver mere og mere relevant i vores egen tid efterhånden, som konsekvenserne af klimaforandringerne åbenbarer sig for os. Fortællingen skal vi skabe med udgangspunkt i naturen i og omkring den tidligere Vedbæk Fjord og Vedbækfundene.

Skeletterne og gravene er som en bog, vi endnu ikke helt har åbnet. Efter flytningen bliver fundene genstand for nye forskningsprojekter i jægerfolkernes DNA og DNA fra jordprøver. Det kaldes arkæologiens tredje revolution, og den vil levendegøre jægerfolkernes liv og død og den verden, de levede i. Forskning vil give os ny viden, så vi kan begejstre gæsterne med en levende, aktuel og relevant historie.

Den nye viden vil vi formidle gennem engagerende og personlige historier om vores fjerne forfædres liv og død. Målet er, at formidlingen vil give de yngre generationer indsigt og fornyet håb i klimakrisen, fordi de får nye perspektiver på klimaforandringerne og deres egen plads i naturens kredsløb samt en øget indsigt i klodens cyklusser.

Det vil vi levendegøre på det sted, hvor den enestående bo- og gravplads er fundet, og hvor vores forfædres liv udspillede sig i jægerstenalderen. Det er hér, vi kan udfolde den enestående fortælling og gøre den nærværende for nutidens mennesker.

Rudersdal Museernes vision og motivation for det nye museum

Vedbækfundene flytter hjem.

Museets motivation:

Vedbækfundene er 22 velbevarede individer, en rigdom af gravgaver og spor af menneskelig aktivitet. Der findes ikke tilsvarende fund i verden, og derfor er Vedbækfundene kulturarv af internationalt format, måske endda verdenskulturarv. I dag er syv individer udstillet på Rudersdal Museer: Kvinden med barnet på svanevingen, familie-graven med to voksne og et barn samt de to grave med kronhjortegevire, som i dag er udstillet på Gl. Holtegård, rykkede i sin tid ved vores forståelse for jægerstenalderen, da man for første gang kunne fornemme forfædrenes menneskelighed, deres kærlighed og savn. Pludselig blev den fjerne fortid levende for os på en måde, som den aldrig havde været før. Det er ikke bare en dansk historie, det er en historie om livets vilkår i verden for 7.000 år siden.

Fundene har en exceptionel værdi i forskningsøjemed i dag, hvor naturvidenskabelige metoder åbner helt nye muligheder for historisk indsigt i menneskers tilpasningsevne og klimaets forandring. Vedbækfundene har netop været en del af et kæmpe forskningsprojekt, som viser det største og vigtigste skift i menneskehedens historie – overgangen fra jæger-samlere til agerbrugere. Og der er stadig mange ubesvarede spørgsmål om vores fortid, som kun Vedbækfundene i kraft af deres omfang og bevaringstilstand kan give os svar på gennem forskning.

Det unikke ved Vedbækfundene er netop, at man her har 22 individer fra samme population, der er så velbevarede, at man med DNA-undersøgelser kan gøre jægerfolket levende og relevante for os på en måde, der ikke er set mange på noget museum. Fundene er derfor enestående kilder til viden om en hel befolkningsgruppes liv og død.

DNA-undersøgelserne har allerede skabt sensation i faglige kredse og i medierne, men museerne har kun i ringe grad formidlet teknologien og perspektiverne i den. Med Vedbækfundene som omdrejningspunkt vil vi fortælle historierne om menneskernes liv i naturen, omsorgen for deres spædbørn, deres fangstmetoder og hverdag, deres sundhed og sygdomme – og deres bånd til andre folk i Danmark og Europa. Vedbækfundene og offentligheden fortjener en moderne formidling, fordi Vedbækfundene udgør en global attraktion, som vi med rette kan betragte som jægerstenalderens svar på Guldhornene.

