

Strategi, værdigrundlag og udviklingsplan for

Ringkøbing-Skjern Museum

**2021-2025**

# Fra Økomuseum til Attraktionsmuseum

Fra Økomuseum til Attraktionsmuseum	2
<b>Udvikling af Ringkøbing-Skjern Museum 2021-2025</b>	<b>5</b>
Formandens forord: The guest is King	5
Ringkøbing-Skjern Museum anno 2021	7
Ringkøbing-Skjern Museums "why"	7
Fremtidstendenser og indsatsområder for Ringkøbing-Skjern Museum	10
Indsatsområde 1: Hvem er vi til for?	11
Indsatsområde 2: Historien skal fortælles levende så den ændrer folk	11
Indsatsområde 3: Stærke attraktioner og turister	11
Indsatsområde 4: Fra ét samlet brand til flere subbrands	13
En flertrinsraket fra 2021-2030	13
En fremtidsfortælling fra 2030	14
<b>Oversigt: Hvad skal der besluttes i 2021-2025</b>	<b>17</b>
<b>Ringkøbing-Skjern Museums værdier og mission</b>	<b>23</b>
Ringkøbing-Skjern Museums værdier	23
Hvordan forstås og bruges museets værdier?	23
Hvordan skaber vi en attraktiv museumsarbejdsplads?	24
Ringkøbing-Skjern Museums mission	25
Hvordan forstås og bruges missionen?	25
Museets basisopgaver som statsanerkendt museum	27
Vi gør museet relevant for nutiden gennem:	27
Vi er et økonomisk bæredygtigt museum gennem:	27
Vi er et fagligt bæredygtigt museum gennem:	28
Museets samlede virke er bæredygtigt gennem:	28
Museets basisopgaver som Ringkøbing-Skjern Kommunes statsanerkendte museumsinstitution	28
Hvordan forholder museet sig til Ringkøbing-Skjern Kommunes politik?	29
<b>Ringkøbing-Skjern Museum 2021-2025</b>	<b>31</b>
Hvordan bruges udviklingsplanen?	31
<b>Afsæt for udviklingsplanen</b>	<b>31</b>
Besøgssteder - status 2020	31
Besøgstal	33
Vurderinger vedrørende besøgstal	34
Økonomisk grundlag	35
Sponsorer	38
<b>Mål og handleplaner for museets teams, 2021-2025</b>	<b>38</b>

Organisation	38
Hvad arbejder de forskellige teams med 2021-2025?	40
Styrelse	40
Ledelse	40
Team Administration	41
Team ArkVest, herunder undersøgelser, udgravning og forskning	41
Team Drift	42
Team Formidling, herunder Læring og Frivillige	42
Frivillige	43
Team Historie, herunder samlinger og forskning	43
Team Salg	44
Team Vært	44
<b>Udvikling af besøgssteder 2021-2025</b>	<b>45</b>
Abelines Gaard	46
Abelines Gaard - potentialeanalyse	46
Bork Vikingehavn	47
Bork Vikingehavn - potentialeanalyse	48
Fahl Kro - potentialeanalyse	49
Lyngvig Fyr	50
Lyngvig Fyr - potentialeanalyse	51
Kaj Munks Præstegård	53
Skjern Vindmølle og Reberbane	54
Skjern Vindmølle - potentialeanalyse	55
Reberbanen Skjern - potentialeanalyse	56
Ringkøbing Museum og Dommerkoret	57
Ringkøbing Museum - potentialeanalyse	57
Dommerkoret - potentialeanalyse	58
Hvide Sande	59
<b>Udvikling af formidling af historien i landskabet 2021-2025</b>	<b>59</b>
Formidlingsbase Ulf	60
Ulf - potentialeanalyse	60
Formidlingsbase Provstgaards Jagthus og Nationalpark Skjern Enge	61
Provstgaards Jagthus - potentialeanalyse	62
Formidlingsbase Bundsbæk Mølle og Bundsbæk Naturpark	62
Bundsbæk Mølle og Naturpark - potentialeanalyse	63
Rakkerhuset - potentialeanalyse	64
Dejbjerg udstillingshus - potentialeanalyse	64
Levende formidling og bunkerture	65
Landskabet og ture - potentialeanalyse	65
Kultur, stier, skilte og formidling i landskabet	66
Landskabet og ture - potentialeanalyse	67

Øvrige bygninger	69
Bundbæk Møllegård	69
Magasin Skjern	69
Hattemagerhuset	70
Gåsemandens Gård	71
Tangs Hus	71
Søren Lykkes Hus	71
Husmandsstedet	72
Dejbjerg Jernalderlandsby	72
Events	72
Venue: Bork Vikingehavn	73
Venue: Bundsbæk Mølle	73
Øvrige venues	74
Økonomiske forudsætninger for planerne	74



# Udvikling af Ringkøbing-Skjern Museum 2021-2025

## Formandens forord: The guest is King

Det statsanerkendte Ringkøbing-Skjern Museum bygger på to lokalt stærkt forankrede museer, oprindeligt Ringkøbing Museum og Skjern-Egvad Museum, stiftet i henholdsvis 1908 og 1929 og fusioneret i 2007.

Ved arbejdsomme, engagerede og altid forandringsparate medarbejdere, er det lykkedes at udvikle museet til Danmarks 15. største museum med mere end 225.000 gæster, en omsætning på godt 30 millioner og en egenindtjening på ca. 65 %. Vi har altid været gode til at skabe attraktioner og gribe nye muligheder.

Trods stor succes som førende turistattraktion i Ringkøbing-Skjern Kommune, et solidt arbejde med det museumsfaglige fundament og det gode samarbejde med Vardemuseerne i den arkæologiske enhed Arkæologi Vestjylland, står vi nu overfor at ændre museets fokus, så det bliver muligt at fremtidssikre den opnåede flotte placering og fremtidige udvikling.

Gennem årene har det museale ansvar og opgaverne i forbindelse med museets strategi som Økomuseum betydet, at der er blevet opbygget et bygningsmæssigt enormt museum med 15 besøgssteder spredt rundt om Ringkøbing Fjord, omfattende mere end 70 bygninger.

Denne satsning har medført betydelige omkostninger til vedligehold og renoveringer af bygninger, hvorved der savnes økonomiske ressourcer til udvikling og markedsføring.

Den stærke økonomiske og udviklingsbaserede satsning, der er sket omkring øvrige attraktioner og museer i den nærmeste omegn, understreger nødvendigheden af at nytænke Ringkøbing-Skjern Museums udviklingsplan frem mod 2030, og med handlingsorienteret fokus på de første fire år.

Der bliver konkurrence omkring tiltrækningen af gæsterne. De besøgendes ønsker og krav til oplevelsen øges og ændres. Der skal være både læring og debatskabende oplevelser.

Turiststrømmen til Vestkysten vil de kommende år blive øget væsentlig, også i skulder- og vintersæsonen.

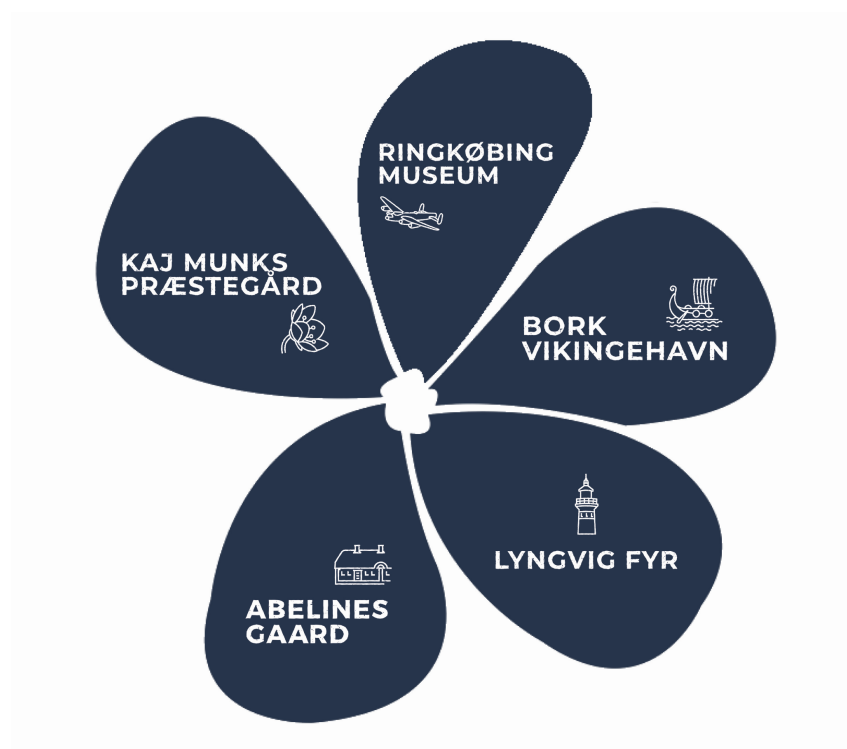
Det vil med de rette tilbud og historier give muligheder for tiltrækning af endnu flere besøgende på vore besøgssteder og formidlingsstationer.

Museernes tiltrækning af gæsterne kræver en autentisk og levende fortælling og formidling af historien med tidssvarende formidlingstiltag.

Skal Ringkøbing-Skjern Museum fastholde sin position som attraktiv historisk formidler og fremover komme i Top-10 blandt museer i Danmark, kræver det ændret fokus på museets drift og strategi.

Det kan ikke understreges nok, at det er nødvendigt at satse på indtægtsgivende museumsvirksomhed, så der er råd til at fastholde ansatte og lave udvikling. Derfor er vi nødt til at udvikle museet til en helårsattraktion, også for at understøtte en stabil likviditet.

Ringkøbing-Skjern Museum må derfor udvikles med gentænkning af grundkernen fra Økomuseum til Attraktionsmuseum, hvor der satses og sættes fokus på 5 hovedattraktioner: Bork Vikingehavn – Lyngvig Fyr – Abelines Gård – Kaj Munks Præstegård samt Ringkøbing Museum



Gennem tiltrækning af kommunal støtte, sponsorer og fondsmidler vil det være muligt at udvikle museet til en helårsdestination og fastholde positionen som kommunens absolut væsentligste turistattraktion.

Med modige og visionære beslutninger, bliver det gennem de kommende 10 år muligt at fordoble antallet af gæster på Ringkøbing-Skjern Museum, tiltrukket af autentiske og levende fortællinger på et fagligt højt niveau.

Hans-Ole Jessen  
Styrelsesformand

## Ringkøbing-Skjern Museum anno 2021

Ringkøbing-Skjern Museum er af flere omgange et fusionsmuseum. I 1992 blev det daværende Skjern-Egvad Museums vision at blive et Økomuseum med mange satellitmuseer og fortællinger, der tog udgangspunkt i de forskellige, vestjyske landskaber og menneskets brug af det. I 2007 blev Ringkøbing Museum og Skjern-Egvad Museum fusioneret til Ringkøbing-Skjern Museum. Hovedgrebet i den ny, fælles vision blev fortsat økomuseumstanken.

Ringkøbing-Skjern Museum har haft et næsten jævnt stigende besøgstal, der i høj grad skal tilskrives den voksende turisme på vestkysten og udviklingen af især Bork Vikingehavn. Med formidling i et miljø, der er rekonstrueret ud fra arkæologiske udgravninger, og ikke et historisk bevaret kulturmiljø, er Vikingehavnen et brud med økomuseumsidéen.

Det element fra den franske økomuseumsbevægelse, der fik størst betydning for museets formidling, var levendegørelse af historien, og museet markedsførte sig fra ca. 2010 med begrebet "levende historie". Selve økomuseumsvisionen har vist sig svær at markedsføre og svær at fastholde i et Vestjylland, der, i visionens periode, har set stigende turisme og en øget efterspørgsel efter attraktioner og kvalitetsoplevelser. Hovedparten af museets gæster er tyske og danske turister.

Ringkøbing-Skjern Museum anno 2021 består af 15 forskellige kulturhistoriske besøgssteder og formidlingsstationer rundt om Ringkøbing Fjord. Museet er en selvejende museumsvirksomhed med fokus på kulturturisme, men er samtidig et statsanerkendt museum, der løser offentlige forpligtelser og sikrer, at kulturhistorien i Ringkøbing-Skjern Kommune bliver bevaret og formidlet. I alt vedligeholder museet i dag 70 bygninger, der også omfatter rekonstruerede huse, administration og magasiner. Med den store bygningsmasse er det svært at fastholde sammenhæng mellem indtægter og udgifter. Jo flere bygninger museet har fået at administrere, jo mere har der været fokus på bygninger og deres vedligehold frem for god formidling og udvikling. Fokus er forsvundet fra dem, museet er til for - gæster, brugere og samarbejdspartnere. Der er derfor brug for en gentænkning af grundkernen for et fremtidssikret Ringkøbing-Skjern Museum.

Museet har forandret sig kontinuerligt siden det opstod som foreninger uden samling eller museum i Ringkøbing (1908) og Skjern (1929). Gennem museets historie er der både købt, solgt, bygget og nedrevet bygninger for at skabe de bedste baser for de gode fortællinger. Museet er ikke statisk, men konstant foranderligt. Vi har altid været gode til at skabe attraktioner og gribe nye muligheder.

## Ringkøbing-Skjern Museums "why"

Hvorfor findes Ringkøbing-Skjern Museum? Hvad gør museet helt særligt set i forhold til de omkringliggende vestjyske museer? Hvad er Ringkøbing-Skjern Museum ekstraordinært god til? Og hvordan vil vi gerne styrke disse kerneværdier og styrkepositioner gennem vores virke? Disse spørgsmål besvares, når vi beskriver museets "why".

Museets styrkeposition er et resultat af mange års fokus på "levende historie". Det er denne kerne, som al aktivitet på museet drejer omkring, og derfor er det blevet museets berettigelse i verden, at vi gør vestkystens historier levende. Vi er faktisk verdensmestre i det, men lidt jysk underspillethed skader ikke.

Vi skaber historiske oplevelser, men vi gør det baseret på faglig viden. I vores øjne er faglighed både den historiskfaglige - eller arkæologiske baserede, men også den formidlingsfaglighed, der skal til at omsætte den nørdede viden til seværdige udstillinger eller gode manus til guidede ture. Når turene skal markedsføres, kræver det også en særlig faglighed, ligesom indkøb af netop det merchandise, der forlænger den gode oplevelse efter besøget. Vores bygninger har brug for dygtige håndværkere, så den faglighed er meget relevant for os, ligesom vi er bevidste om, at de første, gæsterne møder, er vores værter.

En måde at gøre vores tilbud relevante og få gæsterne til at føle sig velkomne på vores museer er altid at tænke "gæsterne først". Det er nødvendigt, at alle medarbejdere og styrelsesmedlemmer ved, at vi ikke er gæsterne - "we are not visitors". Vi kan derfor ikke gå ud fra, at gæsterne synes, det samme er spændende, som vi selv falder i svime over; eller at de lærer på samme måde, som vi selv lærer. Der er mange læringsstile, målgrupper, vidensniveauer, læsefærdigheder, forskellige tilgange til lyde og lugte, faste rammer eller mulighed for at gå på opdagelse blandt vores gæster. Derfor skal vi altid overveje, hvem vi laver oplevelsen til, og overveje, hvordan vi bedst fanger netop deres interesse - både i markedsføringen, i selve oplevelsen og i museumsbutikken bagefter.



Museumsinstitutionerne nord og syd for os har i de seneste år fornyet deres besøgssteder med højprofilerede satsninger gennem arkitektur og virkningsfulde formidlingsteknikker. Strandingsmuseet, Holstebro Museum, Tirpitz og snart FLUGT er eksempler på dette. Herudover åbnede en ny formidlingsattraktion, Naturkraft, i Ringkøbing-Skjern Kommune i 2020. Det er nødvendigt at også Ringkøbing-Skjern Museum i de kommende år har en stærk strategi, hvis vi fremover vil være en del af dette museumslandskab. De ovenstående museer og formidlingsinstitutioner har i øvrigt fremmet vestjysk identitet og stolthed over historien - og det vil vi også gerne med Ringkøbing-Skjern Museum.

Vores "why" rummer også en vision. Alle vores besøgssteder er ikke attraktioner i 2021 - men samlet set er vi igang med en rejse mod, at Ringkøbing-Skjern Museum har flere attraktioner. Vi er allerede en markant medspiller i den vestjyske turisme - men vores vision er at blive en nøglespiller. På den måde tror vi også, vi i fremtiden kan blive noget af det,

man peger på, når man som beboer i Ringkøbing-Skjern Kommune skal fortælle andre om det sted, man kommer fra.

Det er dette "why" og disse kerneværdier og vision, der bærer udviklingsplanen for Ringkøbing-Skjern Museum.

## Fremtidstendenser og indsatsområder for Ringkøbing-Skjern Museum

Museets medarbejdere og styrelse (bestyrelse) har i løbet af 2019-2020 deltaget i arbejdsgrupper omkring museets værdier og potentialer. Arbejdsgrupperne har fulgt to spor: 1) at definere museets kerneværdier, og 2) at se mulighederne for udvikling med fremtidsbriller på. Til det sidste har vi hentet inspiration fra fremtidsforsker Claus Kjeldsen og Slots- og Kulturstyrelsens enhedschef for museer Ole Winther.

Den gennemgående værdi for alle museets teams er **mod**. Både som noget, vi vil stræbe efter at have, når vi håndterer dagligdags uenigheder i tilgangen til vores arbejde. Men også noget, som museet allerede har haft gennem en lang årrække, som modet til at gribe de chancer, der bliver givet for udvikling. Forandringsparathed er ikke bare et smart ord, men en konkret tilgang til, hvordan hver ny sæson gribes af museets medarbejdere.

Kerne værdien 'mod' er nødvendig at fastholde i de kommende år, hvis vi skal nå vores ambitiøse mål om fortsat at være en væsentlig turistattraktion på Vestkysten. Modet skal ligge latent hos museets medarbejdere, i museets ledelse, og i museets styrelse.

Vi tror på, at nogle af de mest væsentlige fremtidstendenser inden for museums- og kulturverdenen i det næste årti bliver:

1. *at være noget for nogen* - altså, at de historier, vi fortæller, og måden, vi gør det på, har relevans for nutidens museumsgæster.
2. *at være transformative* - forstået sådan, at gæsterne skal gå ud af museet med en lille smule ændret holdning, med et mere nuanceret syn på verden eller med en god social oplevelse.
3. *at have et højt attraktionsniveau* - museerne bliver målt mod en meget bred vifte af sociale og kulturelle tilbud fra indlevende PlayStation-spil over biograffilm, store teateriscensættelser, over "escape-rooms" til personlige og unikke oplevelser i mødet med vidende og engagerede mennesker.
4. *at være helhedsoplevelser* - det er ikke kun lokale eller nationale oplevelser, museumsoplevelsen bliver målt imod - på den samme uge kan vi gå rundt mellem Pompejis ruiner, drikke kaffe i caféen på The Met i New York og se den sidste nye udstilling i Vedersø. Det stiller store krav til hele kunderejsen og salget fra sociale medier og nyhedsbreve til souvenirerne i butikken og genbestilling af billetten til særudstillingen.

Fremtidstendenserne danner base for museets fire indsatsområder i udviklingsplanen:

## Indsatsområde 1: Hvem er vi til for?

En central opgave i udviklingsplanen er at spørge, hvem Ringkøbing-Skjern Museum er til for? Når vi udvikler museets besøgssteder, og når vi prioriterer museets opgaver inden for formidling og bevaring, skal sigtet være fremtidens museumsbrugere og de tendenser, vi kan tyde i samfundsudviklingen. Opgaven betyder også, at vi skal være gode værter og invitere andre indenfor i historien, så vores gæster og brugere kan mærke det.

Det er med andre ord vigtigt, at alle museets teams arbejder målgruppeorienteret. Det gælder ved udviklingen af værtskab, formidlingstilbud, udstillinger, markedsføring, hjemmeside med information til bygherrer osv. Et målgruppeorienteret blik kan sikre, at vi differentierer målgrupperne til de forskellige besøgssteder og aktiviteter, at vi tilgodeser forskellige nationaliteter, køn og aldre, at vi kan være lokalmuseum for lokale, at vi har skoletilbud til forskellige læringstrin, at vi tilgodeser særligt udsatte og arbejder med "outreach" på vestjysk, fx ved at henvende os til nye landbrugsfamilier, der i dag ofte er indvandret. Et øget fokus på hvilken målgruppe, vi henvender vores indsats mod, vil styrke museets position i det lokale og nationale museumslandskab, og det vil ruste museet til en kommende revision af museernes statslige tilskudsordning.

## Indsatsområde 2: Historien skal fortælles levende så den ændrer folk

Museets hovedbrand har de seneste år være "Levende Historie". Dette er stærkt, når gæstetallet er stort nok til, at vi kan stille med formidlere, der levendegør historien, men nærmest et anti-brand i ydersæsonen, hvor der er færre ressourcer. En del af opgaven bliver at udvide værktøjskassen med mindre mandskabstunge formidlingsgreb, der, ved hjælp af teknologiske løsninger og fokus på personhistorier og gæsternes sociale oplevelser, stadig får historien til at føles levende.

Ringkøbing-Skjern Museum er den moderne skjald, der fortæller historien levende og dramatiseret, så den fænger hos publikum, får os til at se ting fra flere perspektiver og huskes af nye generationer. De fleste menneskers historie kan gribe os om hjertet - og enkelte personligheder bliver ikoniske eller måske ligefrem martyrer. Ingen mennesker er sort-hvide, og det præger vores beslutninger og liv, i fortiden som nu. Ved at tage udgangspunkt i menneskers dilemmaer kan vi selv tage stilling. Til fortiden - og måske også til vores egne muligheder og valg. Historiske miljøer er historien - og du kan træde ind i den. Det fysiske rum kan være en tidsmaskine til historien. Det er det, der er museernes styrker, og det, Ringkøbing-Skjern Museum vil være blandt de bedste i Danmark til at bruge. Sådan vil museet gøre historiske oplevelser transformative.

## Indsatsområde 3: Stærke attraktioner og turister

Ringkøbing-Skjern Museums samlede besøgstal er på over 220.000 gæster. Ringkøbing-Skjern Museum lå som nummer 15 på listen over museer i Danmark målt på samlet besøgstal (se figur nedenfor). Det kan tilskrives det høje antal turister i Destination Vesterhavet samt at museets tilbud er attraktive for turisterne. En væsentlig opgave de

næste fire år bliver at styrke besøgstallet yderligere ved at fokusere ressourcerne på at udvikle de mest populære besøgssteder og nye muligheder for attraktionsudvikling. Det er en styrke også fremover, at museet i en årrække har haft en høj egenindtjening og et stærkt fokus på den kommercielle del af museumsudvikling. Der er ikke en definition på, hvornår museer betegnes som attraktioner, men med mere end 100.000 gæster og en strategisk benchmarking og udvikling af såvel den historiefaglige som de kommercielle sider af museumsvirksomheden følger vi pejlemærkerne hos Top Attraktioner. Siden Bork Vikingehavn blev etableret i 2000 har Ringkøbing-Skjern Museum været blandt de førende museer i Danmark i forhold til attraktionstænkning. Denne position skal styrkes fremover.

En væsentlig del af opgaven bliver at afvikle en del af museets eksisterende besøgssteder for at fokusere kræfterne på de steder, hvor egnens vigtigste eller mest populære historier kan fortælles. Denne indsats skal skabe balance i museets økonomiske og kreative ressourcer. Der skal både være fokus på besøgspotentialer, fortælleværdi og kulturhistorisk værdi, når vi vælger hvilke besøgssteder og formidlingsbaser, vi prioriterer. Det er også vigtigt at have for øje, at landskabet rummer et utal af relevante historiske fortællinger - og vi kan hverken fortælle eller bevare dem alle. Derfor skal vi have et blik for, hvad der er særligt stort potentiale i at fortælle netop inden for Ringkøbing-Skjern Museums ansvarsområde.

#### Danmarks Statistik 2019: De 20 mest besøgte museer i Danmark, antal gæster

	Museumstype	Museumskategori	Museumsnavn	Besøgssted
1	Statslig	Kulturhistorisk	Nationalmuseet	1.882.018
2	Statsanerkendt	Kunstmuseum	Louisiana Museum of Modern Art	757.163
3	Statsanerkendt	Kunstmuseum	ARoS Aarhus Kunstmuseum	718.061
4	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Kongernes samling	559.554
5	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Den Gamle By	523.173
6	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Moesgaard Museum	517.123
7	Statsanerkendt	Kunstmuseum	Ny Carlsberg Glyptotek	514.608
8	Statslig	Kunstmuseum	Statens Museum for Kunst	390.728
9	Statsanerkendt	Kunstmuseum	Arken Museum for Moderne Kunst	345.101
10	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Odense Bys Museer	338.495
11	Statslig	Naturhistorisk	Statens Naturhistoriske Museum	325.883
12	Statsanerkendt	Kunstmuseum	Designmuseum Danmark	310.192
13	Statsanerkendt	Kunstmuseum	Skagens Kunstmuseer	232.496
14	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Vardemuseerne	226.753
15	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Ringkøbing-Skjern Museum	226.075
16	Statsanerkendt	Blandet	Museum Sydøstdanmark	196.507
17	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Museum Østjylland	177.883
18	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Vikingskibsmuseet	170.547
19	Statsanerkendt	Kulturhistorisk	Nordjyllands Historiske Museum	144.812
20	Statsanerkendt	Blandet	Museum Sønderjylland	138.963



## Indsatsområde 4: Fra ét samlet brand til flere subbrands

En fjerde væsentlig opgave er at ændre museets identitet og ansigt udadtil. Hjemmeside, sociale medier og markedsføring skal ændres fra at brande ét samlet økomuseum til at give de enkelte besøgssteder og øvrige aktiviteter som fx. skoletjeneste og Arkæologi Vestjylland hver sit unikke udtryk. En ny identitet kræver nye navne, stil og logo for de enkelte besøgssteder og for det samlede museum. Et fremtidigt Ringkøbing-Skjern Museum vil ikke have fokus på at være ét museum, men på at være mange unikke besøgssteder med egne brands - samlet under én museumsinstitution.

Da museet var økomuseum, var tanken, at det ville føles som en helhedsoplevelse af historien at opleve forskellige tidsaldre og livsbetingelser på flere besøgssteder rundt om Ringkøbing Fjord. I 2021 opfatter vi helhedsoplevelser som gæstens samlede oplevelse af museumsbesøget. Oplevelsen starter første gang en vestjyde eller en gæst i Vestjylland hører eller læser om stedet, over billetbooking og ankomst til p-pladsen, gennem billetsalg og toiletbesøg, over selve museumsoplevelsen og til det, hun husker gennem det, hun købte i museumsbutikken, og til når hun får et nyhedsbrev med rabat på det næste besøg. Har oplevelsen været på attraktionsniveau, vil hun have magneten hængende på køleskabet eller t-shirten på, så hun kan starte en samtale om stedet med sine venner. Ringkøbing-Skjern Museum har som ét af få museer i Danmark haft dette fokus i en lang årrække, men der er stadig store udviklingsmuligheder for at alle besøgssteder bliver helhedsoplevelser.

### En flertrinsraket fra 2021-2030

Udviklingsplanen skal ses som første modul i en flertrinsraket, der samlet set bliver et egentligt 'turn around'. Forandringen skal først og fremmest ske ved, at museet fremover sætter fokus på "gæsterne først" i stedet for "bygninger først". Dermed vil museets primære fokus gå fra at være bygningsbevaring til at være, hvordan museets formidling fænger forskellige typer gæster - og flest muligt af dem - og giver dem en fantastisk helhedsoplevelse.

Første trin i raketten er, at museet accepterer sin styrke som attraktionsmuseum. Vi må tage det som et udgangspunkt, at Ringkøbing-Skjern Museum befinder sig midt i Danmarks fysisk og besøgmæssigt største kystdestination. Museets primære besøgs-potentiale ligger i de især danske og tyske turister, og sekundært i de 57.000 lokale borgere.

Første trin 2021-2025 vil skabe basen for, at museet frem til 2030 vil have forandret sig markant. Hovedfokus i det første modul er organisationsforandring, skærpelse af indsatsområder, formulering af delstrategier for museets forskellige teams, formulering af projekter til udvidelse, forandring eller nyskabelse af museets formidlingsplatforme, politisk lobbyarbejde og indledende dialoger med fonde, der på sigt kunne tænkes at støtte de projekter, der for alvor udfoldes i trin to og tre fra 2025-2030+.

Det bliver med andre ord ikke specielt synligt de nærmeste år, at Ringkøbing-Skjern Museum er under forandring. Dog, forandringerne vil kunne mærkes blandt museets ansatte, ses i ændret navn og visuelt udtryk, opleves som nye måder museet kommunikerer på, og opleves på kontorerne hos de store fonde.

## En fremtidsfortælling fra 2030

Som navigationsinstrument på rejsen til fremtiden er det vigtigt med en forestilling om, hvordan museet vil være forandret om knap 10 år. Museets ledelse og styrelses drømme er derfor sammenskrevet til en drøm eller fortælling set fra år 2030.

*Når man siger Ringkøbing Fjord Museerne ved fondene og på Christiansborg kender de fleste museet som en markant museumsinstitution, der går forrest i nyudvikling af museumsformidling, og som har været med til at gøre det legitimt for museer ikke bare at blive betragtet som attraktioner, men også været med til at ændre holdning til at statsanerkendte museer primært er drevet på kommercielle præmisser.*

*Man ved, at Ringkøbing Fjord Museerne er en drivkraft bag, at man nu ikke længere taler om kyst- og naturturisme, men om kyst-og kulturturisme.*

*Det er man, fordi museet i 2020 startede en "turn-around", hvor man accepterede, at det var som turistattraktion, museets egentlige styrke lå. Det betød en modig satsning fra museets bestyrelse, ikke blot på "pengemaskinerne", som man dengang omtalte blandt andet Lyngvig Fyr, men på de bedste historier på vestkysten – dem, som resten af verden ikke kunne leve uden. Desuden begyndte man at efterleve den kerneværdi, man egentlig havde opdyrket gennem mange år, nemlig at gøre historien levende. Det modige valg dengang betød, at man skar alt det væk, der dengang mest af alt var gået hen og blevet mere "død" historie end "levende".*

*Man har valgt at holde fast i den stærkeste turistsatsning, museet havde i 2020, nemlig Bork Vikingehavn, og lige om lidt åbner det nye besøgscenter, der for alvor gør Bork Vikingehavn til en helårsattraktion. I 2020 var man dér, at man med næsten 70.000 gæster var nødsaget til at leje toiletvogne til gæsterne, og bød dem, der var vikinger for en dag at spise fra engangsservice ved udendørs bord-bænk-sæt. Ved at satse massivt på udbygning af vikingehavnen til en helårs topattraktion, har museet understøttet en af de største museumssucceser på turistområdet på vestkysten. Når attraktionen genåbner, møder de nu 150.000 årlige besøgende i BORK en involverende indendørs vikingefortælling, og et udendørs besøg i vikingetiden, der kan noget helt forskelligt sommer og vinter. Avisen beskriver det sådan i den første anmeldelse:*

*Med den nye formidlingsbygning er Bork Vikingehavn rykket ind i en ny epoke. Den nye bygning skal gøre historien endnu mere levende året rundt. Ud over at have basisfunktioner med attraktive faciliteter til frivillige og ansatte, vil gæsterne i fremtiden kunne starte en rejse ind i vikingetiden, der giver dig mulighed for at bruge din krop og dine sanser uanset din alder. Du vil få fornemmelsen af at være rejst til et fremmed land i fortiden, hvor menneskene taler et sprog, du genkender en smule af, men med et helt andet mentalt afsæt. Vikingernes forfædre fylder meget, og deres liv*

*og bedrifter hører du om gennem de myter og fortællinger, du får - og de smykker og ting, du ser, der har tilhørt dem. Guderne er ikke abstrakte, men en del af hverdagen. Politik er det, du lever i. Kvinder og mænd er lige værd - eller ingenting værd, hvis de er trælle og ufri. Fra du er lille, lærer du det, du skal kunne som voksen. Måske kan du bygge skibe? Måske kan du bage brød? Måske blander du farver? Eller væver de smukkeste stoffer? Måske er du selv en dygtig fortæller? Eller - vil du være kriger og med i dronningens hird?*

*Det miljø, du oplever gennem, er som at være med på en teaterscene, og der er plads til både de gode fortællinger, de fantastiske genstande og skuespillere, "rigtige vikinger". Sommer og vinter fortsætter din rejse ud i den virkelige vikingeverden, hvor du kan se de dygtige håndværkere, være med til at sy i skind, handle med vikingerne og opleve deres hjem.*

*Sommer og vinter kan du smage på vikingetiden foran langilden i caféen, hvor du kan kigge ud over de rimdækkede enge eller de solbeskinnede klitter i horisonten. Skal du besøge, står den lune stald eller den grønne busk klar til dig - måske opgraderet en lille smule siden vikingetiden.*

*De projekter, som museet har gennemført gennem de seneste år, først med en opgradering af Abelines Gaard, og siden med en gennemgribende opdatering af formidlingen omkring Kaj Munk på museet i Vedersø, har betydet, at Ringkøbing Fjord Museerne med rette kan kalde sig førende indenfor museumsformidling i interiørmuseer, hvor man gennem lyd- og projicerede formidlingsgreb virkelig føler, at man som gæst er på besøg i et hjem, hvor beboerne beriger dig med spændende historier.*

*Museets direktør har siden sin første arbejdsdag for godt 11 år siden holdt på, at områdets vigtigste historie er den om Kaj Munk. For fem år siden blev det besluttet, at statstilskuddet fra næste års bevilling gives som et generelt statstilskud til Ringkøbing Fjord Museerne. De seneste år er kendskabet til museet vokset betydeligt, efter museet valgte at tage gæsterne ved hånden og gennem en udstilling med større indblik i Kaj Munks samtid har gjort de moralske dilemmaer, som Kaj Munk selv oplevede før og under 2. Verdenskrig, til omdrejningspunktet for et besøg på Kaj Munk Museet. Museets besøgssammensætning er væsentligt yngre og fra flere nationaliteter, primært dansk og tysk, end for 10 år siden.*

*Museet er fortsat stærk på natur-kultur ekspeditioner i det vestjyske landskab, både ved vestkysten og øst for Ringkøbing Fjord. Ikke mindst i Skjern Enge og ift. kystens bunkerstillinger bliver hundredevis af gæster ved hjælp af dygtige guider og ny formidlingsteknik ført godt ind i de udendørs oplevelser.*

*Samtidig har museet sørget for at gøre et besøg i Lyngvig Fyr til en eksklusiv oplevelse, der ud over en bjergtagende udsigt over Vesterhavet og Ringkøbing Fjord også byder på en historisk tidsrejse for de ca. 100.000 gæster, der årligt sikrer sig billet til stedet.*

*Stærke partnerskaber omkring ambitiøs formidling af historien i Ringkøbing-Skjern Kommune har skabt en både strategisk men også en organisk vækst, hvor museet har oplevet et jævnt stigende besøgstal gennem alle årene, så museet ikke kun fastholder sin*

*position i toppen af danske museer, men også er tæt på at nå den fordobling i besøgstal, som næsten virkede urealistisk for knap 10 år siden. Museets dengang måske mest modige satsning var at indgå en aftale om, at museet både indgik i udviklingen af Flymuseet til Vestjysk Fly- og Teknikmuseum og det nye museum om vestkysthistorier i Hvide Sande, hvortil der netop er taget første spadestik og som om et par år afløser Fiskeriets Hus.*

*Ringkøbing Fjord Museerne er sammen med Vardemuseerne kendt for at have måske Danmarks mest ambitiøse skoletjeneste. Samtlige elever fra alle 10 klassetrin i de to vestjyske kommuner får hvert år obligatorisk undervisning gennem museernes kultur- og naturtilbud. I Varde Kommune, hvor tilbuddet startede først, kan man her 15 år senere begynde at mærke de langsigtede effekter, da kommunens virksomheder melder, at det er forholdsvis nemt at rekruttere nyuddannede til ledige stillinger, da de unge ser det som attraktivt at vende hjem, og befolkningen generelt hører positivt om det vestjyske, der nu kun sjældent omtales som udkant.*

*Lokale vestjyder havde for 10 år siden lidt svært ved at vænne sig til at Ringkøbing Museum genopfandt lokalmuseet med debatskabende udstillinger rettet mod lokalsamfundet. I dag indgår museet naturligt som en del af de lokale kulturaktører, der er med til at sætte Ringkøbing på landkortet på den positive måde – som et sted, hvor udstillingerne altid giver noget at tale om, hvad enten det er om LGBT, Aggers Vestjylland, Bondebyen og Borgerbyen, Fotos fra det gamle Ringkøbing, "Omkom...", Kvinde min – fra kyskhedsbælte til kvindelige borgmestre eller nogle af de mange andre udstillinger, der har været debatskabende de seneste 10 år.*

*De fleste tænker ikke længere over, at museet for 10 år siden tog de dengang svære beslutninger om at sælge nogle af de steder fra, der ikke længere var velbesøgte. Bundbæk Mølle fungerer i dag som conferencecenter og café, hvor der stadig bages i den gamle ovn. Den gamle Skjern Vindmølle drejer ofte som vartegn i Skjern, og det par, der bor i den, har været i Ude og Hjemme hvor der blev taget billeder af deres helt særlige hjem, som de passer rigtig godt på – for de vil gerne have, at møllen står 100 år endnu.*

*Ringkøbing Fjord Museerne er - ud over at skabe historisk funderede oplevelser med gæsterne i centrum - også en attraktiv arbejdsplads med dygtige mennesker, der stortrives med at være fagligt i top, hvad enten det drejer sig om gæsteservice, magasinarbejde, forskning eller formidling.*

## Oversigt: Hvad skal der besluttes i 2021-2025

UDVIKLING				
Aktivitet / besøgssted	Brændende platform	Mål	Handlinger / beslutninger	Tidsplan
Abelines Gaard	Gården er forsømt ift. vedligehold. Publikumsforhold er fra 1970'erne. Stedet mangler egentlig formidling. Der er ringe kobling mellem gården og kulturmiljøet. Besøgstallet afspejler at museet er forsømt.	Abelines Gaard skal formidlingsmæssigt være et forbillede for fremtidens interiør-museer, hvor inde- og ude er bundet sammen, og personhistorierne er en oplevelse, der forstærkes af det originale miljø - med tidssvarende publikumsfaciliteter  Forventning: 20.000 gæster, entré: 100 kr.	Projektstart inkl. drøftelse med arkitekter, ingeniører og plan om mulighed for opgraderede gæstefaciliteter, formidling og sammenhæng mellem inde- og udemiljø.  Fondssøgning.  <i>Er besluttet. Igangsættes 2021.</i>	2021-2024
Brandprofil / identitet	Museets markedsføring som økomuseum havde fokus på en samlende identitet, hvor alle museer skulle ses for den fulde oplevelse. Der er behov for en ny identitet, hvor attraktionerne kan brandes i deres egen ret, med forskellig profil og målgrupper. SoMe kommunikation og web har været	Museet har mange unikke besøgssteder, og det skal afspejles i kommunikation og markedsføring. Det kræver et totalt skifte fra at samle enheder under "Levende historie" til at skabe unikke fortællinger, farver og fortællestil til hvert sted. Kommunikation skal i fremtiden være en stærk markedsføringskan	Revision af navn(e). Museets navne og de unikke identiteter besluttet af bestyrelserne. Prioritering af timer til Team Salg, ansættelse af SoMe og Web-kyndig. Ny hjemmeside. Nyt kommunikations- og markedsføringskoncept med nye, individuelle identiteter for besøgssteder og ture.	2021-2022

	prioriteret ned ift. trykte medier. Der mangler ressourcer i afdelingen, fx. til levende billeder.	al på SoMe og virtuelle medier og kræver dedikerede timer.	Samarbejde med eksternt buro om brandprofil.	
Bork Vikingehavn	Vikingehavnen er bygget til 15.000 gæster, men i dag kommer knap 70.000. Faciliteter er utidssvarende og utilstrækkelige til gæstetrykket, til frivillige og medarbejdere. Museet har kun åbent i sommerhalvåret, og det er svært at fastholde personale og udvikle stedet, når personale opsiges i oktober. Museet har konkurrence fra især Ribe Vikingecenter, og differentierer sig ikke fra lignende attraktioner.	Bork skal fortsat være en betydende historisk attraktion i 2030. Der skal igangsættes forprojekter og interne projekter, der afdækker formidlingspotentialet i det arkæologiske materiale. Stedet skal løbende udvikles med faciliteter med henblik på at skabe et helårsmuseum samt mulighed for og sammenhæng med ny ankomst- og udstillingsbygning. Forventning: 100-150.000 gæster, entré: 160 kr.	Vi sætter gang i at beskrive planerne for et helårsmuseum. Afklares: målgrupper, muligheder for udvidet vikingemiljø (helårs?), etablering af ankomst- og udstillingsbygning, inkl faciliteter for gæster, frivillige og ansatte.	2021-2030
Lyngvig Fyr	Fyrtårnet er primært en god udsigt, men der er dårligt plads til tidssvarende formidling, der pt. finder sted i loftsrum. Ejerskabet ligger ved eksternt	Målet er bedre faciliteter til udstilling og gæster (ex. overbygning af gårdrum) samt at sætte naturen i spil til formidling. 100.000 gæster, entré:100 kr.	Vi afklarer med Naturstyrelsen, hvordan vi får bedst mulige fysiske og udstillingsmæssige rammer.	2021-2025

	partner. Der er begrænset plads til gæster i fyret, så oplevelsen skal udvides udenom selve fyrtårnet.			
Kaj Munks Præstegård	Museet drifter stedet under en tidsbegrænset aftale. Stedet modtager tilskud via finansloven og kan bortfalde. Samarbejdsaftalen kan gøre beslutninger svære, og der opstår uklarhed om ansvar og prioriteringer. Der er pt ca. 50 m2 afsat til egentlig udstilling, så et besøg fordrer forhåndskendskab til Kaj Munk. Besøgstallet er svagt faldende.	Målet er at gøre Kaj Munks museum til det vigtigste formidlingssted i kommunen, hvor begreber som mod, modstand, ytringsfrihed, danske værdier, demokrati og hvorvidt vi hver især vil kæmpe for det, vi har kært.  Tilbygning/ombygning til egentlige udstillinger. 50.000 gæster. Entré: 125 kr.	Dialog med bestyrelsen for KMP om bæredygtig og langsigtet samarbejdsaftale. Enighed om vision. Fokus på manden med meningers mod i en 2VK kontekst. Skab rum til dialog og debat om aktuelle temaer ift. demokrati, åndsfrihed osv. Evt. nyt navn besluttet i bestyrelsen. Løbende opgradering af udstillinger og formidling. Drøftelse af behov for større udstillingsareal.	2021-2024
Ringkøbing Museum	Ringkøbing Museum fremstår utidssvarende, og 1. salen er misvedligeholdet. Der er ikke adgang for handicappede og gangbesværede. Der er kun ét, gammelt og svært tilgængeligt publikumstoilet. Ringkøbing Museum har gennem årtier forsøgt planer ift. mere egnede bygninger til	Ringkøbing Museum skal være lokalmuseum anno 2021 med afsæt i historie til debat og engagement, med skiftende udstillinger. Handicaptilgængelighed øges og toiletfaciliteter og indgang opgraderes.	Samarbejde med fx. arkiv og kunstforening. 1. salen afspærres frem til der er afklaring på ansvar for istandsættelse. Der udarbejdes budget for opgradering af museet, i dialog med RKSK. Museets profil og målgrupper afklares, og der lægges en plan for skiftende udstillinger. OBS: RKSK bør udbedre tag på "cigarkasse".	2021-2025

	<p>moderne udstillinger, uden held. I 2020 åbnede attraktionen Naturkraft, med bl.a. kulturhistoriske udstillinger, i udkanten af Ringkøbing.</p>			
Fahl Kro	<p>Fahl Kro har et højt besøgstal, der primært skyldes billetfællesskab med Bork Vikingehavn. Udstillingen har været med fokus på vikingetid, og der har ikke været en tydelig identitet for stedet. Fahl Kro er en bevaringsværdig krobygning, men museet skal ikke primært drive kro.</p>	<p>Madkultur - vestjysk kultur gennem mad. Hvis det ikke lykkes: inddragelse i Bork-projektet, primært som faciliteter til kontor og køkken.</p>	<p>Indretning af udstillingslade til madkultursted og opbevaring. Alternativ: indretning til kontor.</p>	<p>2021-2023/ 2024-2025</p>
Formidling i landskabet, inkl. Provstgaards Jagthus og Skjern Enge	<p>Museets har i 40+ år haft et stærkt fokus på sammenhænge i kultur- og naturlandskaber, og har tilknyttet naturvejledere. Der gives ikke længere tilskud fra Friluftsrådet til naturvejledning, og der er konkurrence fra private aktører om formidling i landskabet. Formidlingen er tidskrævende og dyr, og kræver god planlægning og attraktive ture for</p>	<p>Udnytte potentialet for formidling i Naturnationalparken og formidle de gode historier i landskabet.</p>	<p>Afsøgning af muligheder, samarbejdspartnere, evt. samspil med Pumpestation Nord.</p>	<p>2021-2025</p>



	at være økonomisk bæredygtig.			
Skoletjeneste / Læring	Museet har et stærkt samarbejde med nogle institutioner, der gør brug af 'klip' til at besøge museet. Besøg på museum er ikke obligatorisk. Det er svært at komme ud til besøgsstederne. Det er dyrt, når klip (der er tilskud fra kommunen) er opbrugte. Museets mangler medarbejdere for at udvikle skoleformidling med før-under-efter af høj kvalitet.		Vi arbejder for at alle kommunens daginstitutioner og skoler bruger museet.	2021-2030

AFVIKLING			
Aktivitet / besøgssted		Handlinger / beslutninger i perioden	Tidsplan
Gåsemandens Gård		Beslutning om salg	2021
Hattemagerhuset		Beslutning om salg	2021
Husmandsstedet		Nedrivning ( <i>er besluttet</i> )	2021-2022
Dejbjerg Jernalder		Landsby lukkes ( <i>er besluttet</i> ) og nedrives. (Udstillingsbygning evt. skoletjeneste)	2021-

STAND BY			
----------	--	--	--

Aktivitet / besøgssted		Handlinger / beslutninger i perioden	Tidsplan
Skjern Vindmølle		Aftalte om daglig drift med Skjern-Egved Museumsforening	2021-2024
Skjern Reberbane		Daglig drift	-
Bundsbæk -området, inkl. mølle, rakkerhus, møllegård og DJA bygning		Daglig drift	2021-2024
Dommerkontoret		Daglig drift	2021-24
Søren Lykkes Hus		Overvej salg	2022

ANDRE FORHOLD			
Aktivitet / besøgssted		Handlinger / beslutninger i perioden	Tidsplan
Danmarks Flymuseum		Dialog. Samarbejde ift. løft af udstillinger?	2022?
Fiskeriets Hus		Dialog om ansvarsområder, sparring ift. udvikling	-
Naturkraft		Samarbejde. Har betydning for museets aktiviteter i Ringkøbing.	-
Øvrige		Samarbejde, fx. med Vestjyllands Kunstpavillion	-

# Ringkøbing-Skjern Museums værdier og mission

## Ringkøbing-Skjern Museums værdier

### Hvordan forstås og bruges museets værdier?

Ringkøbing-Skjern Museum er kendetegnet ved, at såvel den faste stab som sæsonarbejderne er dedikeret til at fortælle historien videre og arbejde for at passe på den vestjyske kulturhistorie. Der hersker en venskabelig og jordnær omgangsform. Det er ikke vigtigt bare at have et arbejde - det er vigtigt at arbejde lige netop på Ringkøbing-Skjern Museum.

I løbet af 2019 har medarbejdere og styrelse arbejdet med museets værdier i en række workshops på teamniveau. De enkelte teams fandt frem til hver ca. fem værdier, som, de ønsker, skal gælde i det daglige arbejde internt på museet, og fem værdier, som museet skal være kendt for i verden omkring os.

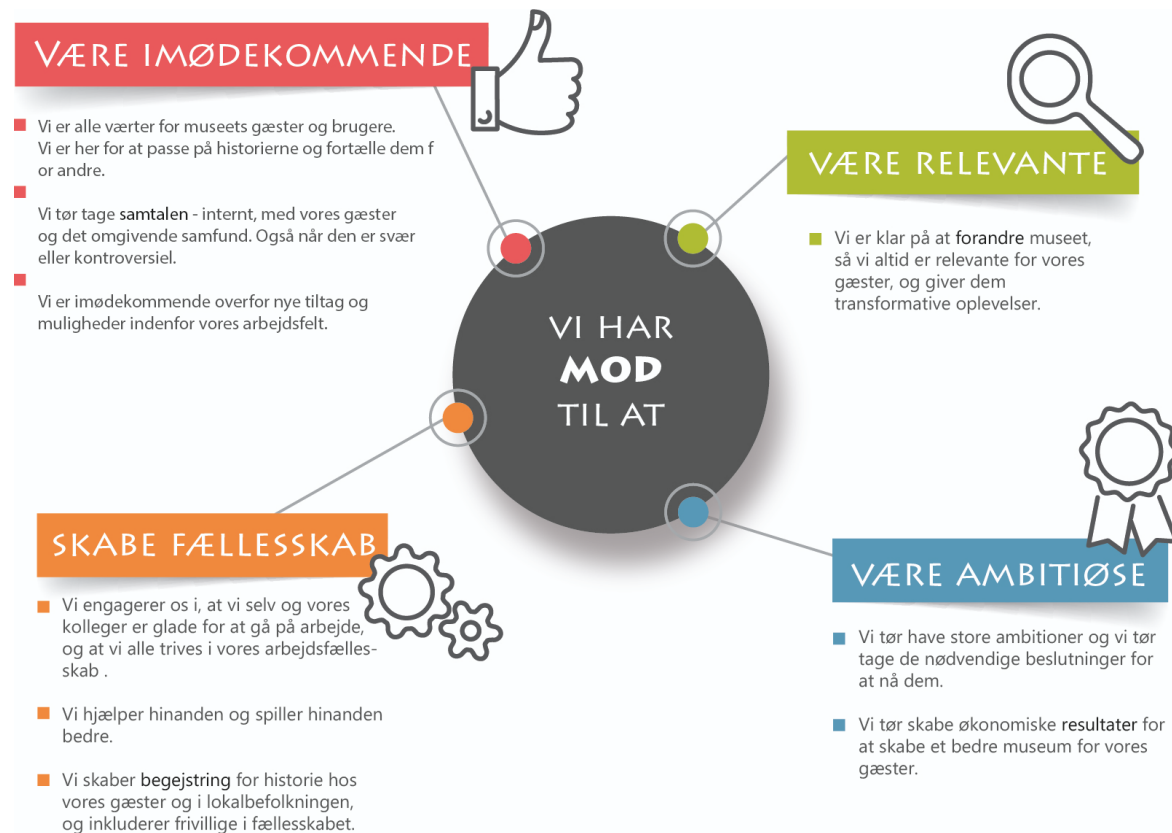
En værdi, som mange teams påpegede, var "mod". Mod til at sige ja til at prøve et nyt arbejdsområde, men også nej, hvis man ikke har plads til flere opgaver. Mod til at turde forandre museet fra det velkendte med nye, ukendte projekter - og altså mod til at forandre omverden gennem sit museale virke. Men også mod til at sige til sin kollega, at vedkommende med sin adfærd eller sin bemærkning har trådt over en grænse. Mod til at bede om hjælp, når arbejdsmængden er for stor, eller man er nået dertil, at det, man sidder med, bliver bedre, hvis man får sparring.

Det, at turde, er en kerneværdi for museets medarbejdere, og det står over de andre værdier. Det er håbet, at netop kerneværdien mod kommer til at gennemsyre beslutninger hos styrelse og personale, og at det, at museets kerneværdi er mod, vil sikre, at Ringkøbing-Skjern Museum bliver et museum, det er attraktivt at arbejde på og besøge.

De øvrige værdier er samlet under begreberne *relevans*, *fællesskab*, *ambition* og *imødekommenhed*. Disse fire værdier rummer alle de værdier, de forskellige teams har arbejdet sig frem til - både dem der betyder noget for netop deres arbejdsdag, og dem der angår den måde, de gerne vil have gæsterne oplever museet. Alle værdierne kan vende både indad - ift. hvordan vi er som kolleger og som arbejdsplads - og udad - ift. hvordan omverden skal kende museet.

Det er ikke tanken, at alle medarbejdere kan huske samtlige fem af museets værdier, hvis man bliver vækket om natten. Men det er tanken, at værdierne afspejler det, der er vigtigt for os. Der skal derfor skeles ofte til værdierne - både når vi lægger aktivitetsprogram for det kommende år, og når ArbejdsMiljøOrganisationen (AMO) prioriterer tiltag inden for trivsel og arbejdsmiljø.

På Ringkøbing-Skjern Museum finder vi daglig glæde ved at arbejde sammen om at passe på og fortælle den vestjyske historie!



## Hvordan skaber vi en attraktiv museumsarbejdsplads?

Det giver ekstra mening for de fleste medarbejdere på museet at hjælpe med at passe på og formidle historien. Som museumsansat har man valgt job med hjertet. Museets medarbejdere lægger en ekstra dedikation i arbejdet og giver den 'en ekstra skalle'. Det er de dedikerede medarbejdere, der gennem årene har gjort Ringkøbing-Skjern Museum til et betydeligt lokalmuseum med besøgssteder med stor attraktionsværdi.

Derfor er det en afgørende del af museets udviklingspotentiale også at forblive en attraktiv museumsarbejdsplads. Det gælder også, fordi der i stigende grad er rift om medarbejderne i sommerlandet, og fordi man som akademisk arbejdsplads i Vestjylland skal gøre lidt ekstra for at tiltrække og fastholde de bedste højtuddannede medarbejdere. Museet som arbejdsplads vil fortsat være attraktiv, fordi vi arbejder med:

- En klar teamstruktur og en tydelig ledelse.
- En opdateret og relevant personalehåndbog.
- Vi tager dagligdagens problemer og udfordringer alvorligt, og vi sørger for god sundhed og trivsel på arbejdspladsen [VERDENSMÅL 3]

- Erkendelse af at kommunikation er et arbejde, vi aldrig bliver færdige med - og som er ekstra svær pga. stor fysisk afstand mellem besøgssteder og administration.
- Ved at have tillid til, at alle kan klare opgaverne selvstændigt.
- Ved at have eller indgyde mod til at tage fat om nældens rod.
- Ved at sige fra overfor ukonstruktiv brok.
- Høj grad af medbestemmelse og indflydelse på eget job.
- Høj involvering af medarbejdere.
- Hjerteblds-engagement belønnes med rimelig løn - derfor vil vi arbejde på generelle lønløft og sammenlignelige tillæg.
- Vi ansætter efter kompetencer med bevidsthed om, at vi i videst muligt omfang afspejler samfundet ift. køn, etnicitet og alder [Verdensmål 5 og 10].
- Vi tager godt imod nye ansatte og pænt afsked med dem, der forlader os, fx. gennem beskrivelse af et 'on-boarding' program.
- Tydelighed omkring museets værdier, fx. hvad vi mener med 'værtskab' og 'gæsterne først' for alle ansatte.

## Ringkøbing-Skjern Museums mission

### Hvordan forstås og bruges missionen?

Museets mission er lang. Det er den, fordi vi som statsanerkendt museum arbejder under museumsloven. Samtlige de forpligtelser, der ligger i lovtekstens første paragraffer, er fortolket i ovenstående, så de får betydning for vores arbejde med den fælles historie - for nutidens samfund.

De kommunale tilskud udgør en betydeligt større del af museets driftstilskud end det statslige. Derfor er vores kommunale samarbejder og myndighedsopgaver højt prioriteret i vores mission og daglige virke.

Men vores lovpligtige arbejde er blot en del af museets drift. Publikumsrelaterede aktiviteter af høj kvalitet sikrer høj egenindtjening. Indtjeningen omsættes til endnu flere dygtige medarbejdere, der giver endnu bedre oplevelser. Vores samarbejder inden for turisterhvervet er mindst lige så vigtig som arbejde med de pligter, vi har over for staten.

## MISSION

Vores overordnede formål er at gøre historien levende på museer og i landskaber, så vores gæster får en oplevelse og lærer af historien for at skabe den bedst mulige fremtid.

### ATTRAKTIV SAMARBEJDSPARTNER

Vi er en attraktiv samarbejdspartner indenfor formidling, udvikling, bevaring, forskning, identitetskabelse og turisme. Som statsanerkendt museum arbejder vi indenfor rammerne af museumsloven, i Ringkøbing-Skjern Kommune.

### FAGLIGT BÆREDYGTIGE

Vi er fagligt bæredygtige ved at have de nødvendige kompetencer i huset i forhold til de kulturhistoriske opgaver samt opgaver indenfor læring, værtskab, kommunikation, marketing og formidling. Vi prioriterer efteruddannelse og ny inspiration til opgaverne højt. Vi samarbejder med såvel andre museer som andre aktører om opgaverne.

### ØKONOMISK BÆREDYGTIGE

Vi er økonomisk bæredygtige ved at have en høj egenindtjening med det formål at omsætte den til bedre formidling for vores gæster. Vi er non-profit, men skaber et overskud for at kunne udvikle os som museum og attraktion.

### BEVARER OG FORTÆLLER

Vi bevarer og fortæller historier i landskabet. Vi prioriterer, at vi har råd til at passe på de genstande og bygninger, der er i vores varetægt. Vi har fokus på, hvordan vi får andre til at passe på kulturhistorien.

### LOKALE, NATIONALE OG GLOBALE HISTORIER

Vi har øje for, hvilke historier der har lokal, national eller global betydning, og bevarer og formidler dem ud fra det relevante perspektiv. Vi aktualiserer vores viden, og vi gør den tilgængelig gennem udstillinger, artikler, foredrag, ture og levendegørelse.

### SKABER RELEVANS FOR GÆSTER OG LOKALE

Vi udvikler betydningen af vestjysk kultur og skaber relevans for nutiden gennem events, udstillinger, udvikling af vores formidling og dialog med det omgivende samfund. Vi inviterer lokale til at have ejerskab til historien, blandt andet som frivillige på museet og i museumsforeningerne.

## Museets basisopgaver som statsanerkendt museum

Som statsanerkendt museum arbejder museet inden for rammerne af museumsloven, hvilket afspejler sig i vores mission. Mindst 10 af vores strategiske opgaver falder desuden inden for de 17 Verdensmål, som fremhævet med kraftigere farve i figuren nedenfor.



### Vi gør museet relevant for nutiden gennem:

- Vi formidler emner, nutidens børn, unge og voksne kan spejle sig i.
- Vi bruger relevante formidlingsmetoder til aktuelle målgrupper.
- Vi tilstræber at repræsentere forskellige køn med vores formidlingsgreb og -vinkler [Verdensmål 5] og sikrer videst muligt tilgængelighed for handicappede, fysisk og formidlingsmæssigt [Verdensmål 10].
- Vi bidrager til den nutidige debat om kultur og historie [Verdensmål 15].
- Vi har mod til at tage fat i svære emner, nutidige eller historiske og drøfte dem fra flere synspunkter med base i historie og fælles erfaring.
- Vi skaber stolthed over at være vestjyde.
- Vi fremmer et globalt medborgerskab gennem viden om kulturel mangfoldighed [Verdensmål 4].
- Vi sætter fokus på bæredygtige lokalsamfund, byggeri, genanvendelse og landskabsudnyttelse gennem arkæologisk viden om hvordan man har bygget, boet, dyrket og genanvendt i forhistorien [Verdensmål 11].

### Vi er et økonomisk bæredygtigt museum gennem:

- Sammenhæng mellem ressourcer og drift af bygninger.
- Fokus på at arbejdsopgaverne svarer til de personalemæssige ressourcer og kompetencer.
- Sammenhæng mellem historier, målgrupper og bygninger/indsatsområder.

- Langsigtet strategisk fondssøgning.
- Økonomisk overskud til udvikling.

Vi er et fagligt bæredygtigt museum gennem:

- Den arkæologiske og historiske faglighed er grundlaget for, at vi er et statsanerkendt museum, der kan basere vores formidling på viden og forskning.
- Museet har brug for mange fagligheder for at være bæredygtigt - værtskab, salg, kommunikation og håndværk.
- Vi har fokus på lige muligheder for begge køn i alle typer stillinger, fra håndværkere over formidlere til ledelse [Verdensmål 5]

Museets samlede virke er bæredygtigt gennem:

- Vi er en transparent institution, der bevarer kulturhistoriske genstande og historier, hjælper borgerne til selv at bevare og inddrager borgerne i museets virke og udvikling, bl.a. gennem et stort frivilligt engagement [Verdensmål 16].
- Vi hjælper med at beskytte, bevare og formidle natur- og kulturarv i Ringkøbing-Skjern kommune, og vi sørger for øget tilgængelighed i og formidling af natur- og kulturlandskaber [Verdensmål 11 og 15].
- Vi vil have fokus på bæredygtigt byggeri, klimasikring og grøn omstilling i vores udvikling af museet - hvilket allerede er en naturlig del af museets selvforståelse gennem årene som økomuseum [Verdensmål 12 og 13].
- Vi har stigende fokus på at mindske udledning af CO2 gennem opvarmning, intern transport og understøtning elbilisme, vandre- og cykelturisme [Verdensmål 9].
- Vi understøtter bæredygtig turisme og lokal vækst ved at skabe kvalitetsoplevelser for målgrupper, som sætter pris på den vestjyske natur, kultur, fødevarer og lokale produkter [Verdensmål 8]. Disse målgrupper har højere døgnforbrug, og dermed skal der færre turister til at understøtte turisterhvervet, så rovdraft på Vestkysten undgås.

## Museets basisopgaver som Ringkøbing-Skjern Kommunes statsanerkendte museumsinstitution

Museets største offentlige tilskud kommer fra Ringkøbing-Skjern Kommune. Derfor opfylder Ringkøbing-Skjern Museum en række forpligtelser under museumsloven og i forhold til udvikling af kommunens turisme, bosætningspolitik og læring.

Museet indgår som en aktiv medspiller i udvikling af kommunens turisme. Et væsentligt parameter for udvikling af helårsturisme er stærke kulturattraktioner. Museet indgår aktivt i den nationale debat om og definition af kulturturisme som et supplement til kyst- og naturturisme uden for storbyerne. Museet bidrager til udvikling af turismen gennem:

- Fokus på udvikling af steder med stort besøgs-potentiale
- Fokus på faciliteter og helårsoplevelser



- Fokus på værtskab
- Fokus på "gæsterne først" i udvikling af oplevelser
- Målgruppe-bevidste valg i formidling og planlægning
- Stærk på salg og udvidelse af kundeoplevelsen
- Strategisk fondearbejde i samarbejde med kommunen og andre attraktioner

Selvom museet definerer besøgsstederne primært som turistattraktioner, er det et mål med udviklingen af museet at skabe lokal stolthed og en stærk lokal interesse i og forståelse for den vestjyske historie. Det gør vi bl.a. gennem:

- Skoletjenestetilbud til alle klassetrin - på sigt obligatoriske
- Involvere lokalsamfundet, herunder kommunen, i bevaring af kulturspor
- Nytænkning af det frivillige engagement
- Nytænkning af, hvordan museet understøtter historisk interesse og engagement i bevaring hos kommunens borgere.
- Lokale samarbejder og formidling på mange platforme til lokale
- Genskabelse af et engagerende lokalmuseum for borgere i hele kommunen

## Hvordan forholder museet sig til Ringkøbing-Skjern Kommunes politik?

Her uddybes, hvordan museets udviklingsplan forholder sig til kommunens politikker (2019-2023).

### *Udvikling og bosætning:*

Museet arbejder for at skabe lokal stolthed og at gøre Ringkøbing-Skjern Kommune til et attraktivt sted at bo og blive boende gennem vores ønske om at skabe museer af international standard og dermed også attraktive arbejdspladser i kultur- og turismesektoren.

### *Kultur- og fritidspolitik:*

Museet er med til at sikre et alsidigt kultur- og fritidsliv for alle aldersgrupper, både gennem læringstilbud, natur-kulturture i landskabet, museer med skiftende udstillinger, men også gennem mulighed for frivillig deltagelse i bevaring og formidling af levende kulturarv.

Vores udvikling af museets besøgssteder hviler på en respekt for den kultur, der har sat sig spor i Naturens Rige frem til vor tid, men det er essentielt for museets udvikling i retning af at skabe egentlige museumsattraktioner, at vi tør eksperimentere og tænke stort.

Vi benytter naturen som ramme for nye kultur- og fritidsaktiviteter

### *Turismepolitik:*

Museet arbejder aktivt for at opfylde kommunens målsætninger på turismeområdet, herunder især Målsætning 2: Oplevelsesudvikling, hvor museets fokus er udviklingen af oplevelser og produkter til turister. Vi understøtter kommunens konkrete mål om øget

døgnforbrug og gæstetilfredshed på udendørsaktiviteter, attraktioner og oplevelsestilbud gennem vores arbejde og planer for udvikling af museet.

Vi prioriterer desuden fokus på bæredygtig udvikling i vores planer og på kommunens mål om at mindst 50% af gæsterne ser Ringkøbing-Skjern Kommune som en grøn destination.

Museet vægter af samme årsag det strategiske samarbejde med Destination Vesterhavet højt. P.t. er museets direktør valgt til bestyrelsen for Destinationen.

#### *Sundhed:*

Museet bidrager til kommunens sundhedspolitik gennem Det forpligtende samarbejde Land, By & Kultur, DGI og Museet.

#### *Flexjob og handicappolitik:*

Museet bidrager til at opfylde kommunens politiske indsatser som en god og rummelig arbejdsplads for mennesker med handicaps. I 2019 var 25% af den faste stab ansat i flexjob. Museet har ofte ansatte i jobprøvning, og giver folk på kanten af arbejdsmarkedet bedre muligheder for fremtidig ansættelse.

Museet arbejder løbende på at forbedre handicaptilgængeligheden til vores besøgssteder og formidling.

#### *Ungepolitik:*

Museet ønsker gennem udviklingsplanen at bidrage til kommunens mål for ungepolitikken, særligt mål 1) og 2) om hhv. at udvikle ungdomsdemokratiet og støtte det gode liv for unge i Ringkøbing-Skjern Kommune. Dette sker gennem udvikling af læringstilbud til Kaj Munks Præstegård samt fx. samarbejde med WestCoast Pride i Ringkøbing.

#### *Børne- og familierpolitik:*

Museet bidrager aktivt til kommunens Børne- og familierpolitik gennem læringstilbud med forløb for daginstitutioner og skoler. Vores forløb fremmer elevernes alsidige udvikling og forbereder dem til deltagelse i et samfund med frihed og folkestyre, og lærer børn og unge at tage ansvar for vores fælles natur, vores fælles kulturværdier, evnen til at se tingene i en større sammenhæng, kritisk tænkning og problemløsning.

En del af kommunens tilskud til museet er øremærket til natur-kulturformidling, og vi fordeler dette bidrag lige blandt kommunens skoler og institutioner gennem en "klippekortordning" til vores læringstilbud.

Det langsigtede mål med museets læringstilbud er at være medskabere af vestjysk tilhørsforhold og skabelse af identitet, der knytter til stedet og dets historier og dermed bliver tilbuddene en del af kommunens bosætningsstrategi. Ved en stærk tilknytning til den vestjyske historie og stedbundethed er vi med til at øge incitamentet til, at unge mennesker flytter tilbage til Vestjylland, når de stifter familie.

# Ringkøbing-Skjern Museum 2021-2025

## Hvordan bruges udviklingsplanen?

Udviklingsplanen er en 4-årsplan for Ringkøbing-Skjern Museums overordnede strategi, med handleplaner de kommende 4 år, men også med veje mod et mål, der ligger 10 år ude i fremtiden. 4-årsplanen skal følges op af mere detaljerede handleplaner for hvert team, klare målsætninger og årlig opfølgning på og justering af målene.

Vi skal sørge for, at vi kan leve op til vores egne værdier. Det er vigtigt, at vi træffer modige beslutninger så vi kan leve op til at være et ambitiøst museum, ligesom det er vigtigt, at vi tænker over, hvordan vi er relevante og imødekommende for omverden. Vi skal sørge for, at vi skaber en fællesskabsfølelse - både for vores gæster imellem, i kommunen, med vores frivillige og museumsforeningernes medlemmer og internt på museet.

Hver gang vi træffer en beslutning skal vi besøge vores "why" og vores mål om altid at tænke "gæsterne først", gøre historien levende og relevant, være på internationalt niveau - og hvis ikke, er det så muligt at gøre det?

Vores mission ligger som basis for alt, hvad vi gør. Vi er først og fremmest et statsanerkendt museum, der opfylder vores forpligtelser for hele samfundet som kulturhistorisk museum. Alt, hvad vi gør, er funderet i en stærk faglighed, og vi har et særligt ansvar for at vi har et økonomisk og fagligt bæredygtigt museum.

Vi lægger konkrete planer for de næste fire år for hvert enkelt teams arbejde. Planerne skal sikre, at vi udvikler museet i en ensartet retning, hvor vi har et længere sigte for øje. Vi har i baghovedet, hvordan vi gerne vil have museet ser ud om 10 år, når vi træffer beslutninger i den indeværende fireårs-periode. Et bæredygtigt museum har et 100-års perspektiv, og de handlinger, vi gør i dag, skal sikre, at museet konstant er relevant for sin samtid og kan ændre sig, så det også har en fremtid der rækker ud over museets nuværende medarbejdere.

4-års planen har både nogle overordnede mål for museets arbejde, og mål som hvert team definerer. Målene for de enkelte teams sigter mod at bidrage til at museets samlede mål kan nås.

## Afsæt for udviklingsplanen

### Besøgssteder - status 2020

Museets formidling er primært baseret dels på besøgssteder, dels på levende formidling fx på guidede ture. Hertil kommer formidling gennem andre medier - web, radio, bøger mm. Besøgsstederne er ryggraden i museet, og det, langt de fleste opfatter som "museet", selvom selve museumsinstitutionen bag er langt større.

Ringkøbing-Skjern Museum er kendetegnet ved at have mange besøgssteder geografisk spredt over hele Ringkøbing-Skjern Kommune. Mange besøgssteder har tidligere været beboelse for "rigtige mennesker", og kan betegnes som interiørmuseer. De er både fysiske historiske elementer i landskabet og rammen for personfortællinger. Bork Vikingehavn er et rekonstrueret miljø baseret på arkæologiske fund. Ringkøbing Museum er som det eneste ombygget til et museum i traditionel forstand, hvor formidlingen baseres på udstillinger.

### Besøgssteder under Ringkøbing-Skjern Museum 2021:

Bemandede	Uden entre	Ubemandede	Lukket i 2020	Udlejet
Lyngvig Fyr (LF)	Provstgaards Jagthus (PJH)	Dommerkontoret (DOM)	Dejbjerg Jernalder (DJA)	Søren Lykkes Hus
Bork Vikingehavn (BV)	Fahl Kro (FK)	Skjern Reberbane (SRB)	Hattemagerhuset (HAT)	
Abelines Gaard (AG)	Åledrivkvasen Ulf (ULF)		Gåsemandens Gaard (GMG)	
Kaj Munks Præstegård (KMP)				
Ringkøbing Museum (RIM)				
Bundsæk Mølle (BM)				
Skjern Vindmølle (SVM)				

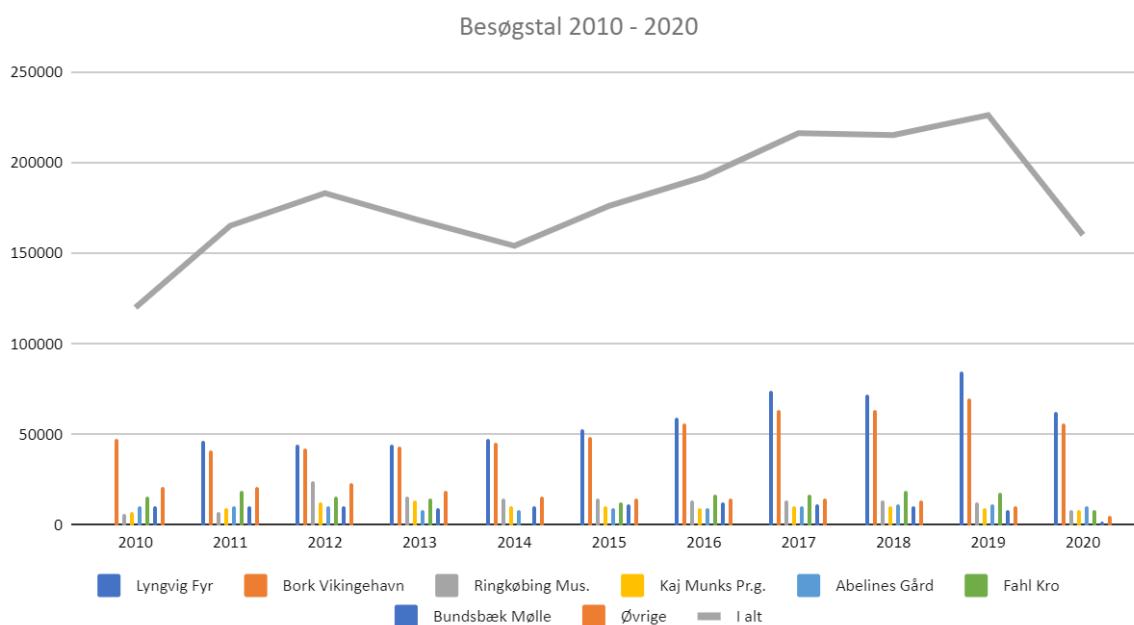


## Besøgstal

Museets besøgstal har været stigende i en meget lang årrække, på nær fra 2012-14, hvor besøgstallet dykkede. Det stigende besøgstal skal primært tilskrives fire årsager: 1) generel vækst i turismen i området, 2) at man jævnligt har fået nye besøgssteder i porteføljen, der har forøget tallet, 3) at Bork Vikingehavn løbende er udviklet og har oplevet en jævn stigning i gæstetal over tid samt 4) et tidligt fokus på markedsføring, der formodentlig var med til at vende nedgangen i besøgstallet til vækst, og som har øget gæstetallet markant i Lyngvig Fyr siden museet overtog stedet.

## Udvikling i besøgstal 2010-2020 (afrundet)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lyngvig Fyr</b>	0	47.000	44.000	44.000	48.000	53.000	59.000	74.000	72.000	85.000	62.000
<b>Bork Vikingehavn</b>	48.000	41.000	42.000	43.000	45.000	49.000	56.000	64.000	63.000	70.000	56.000
<b>Ringkøbing Mus.</b>	6.000	7.000	24.000	16.000	15.000	15.000	14.000	14.000	14.000	13.000	8.000
<b>Kaj Munks Pr.g.</b>	7.000	9.000	13.000	14.000	11.000	10.000	9.000	10.000	10.000	9.000	8.000
<b>Abelines Gård</b>	11.000	11.000	10.000	8.000	8.000	9.000	9.000	10.000	12.000	12.000	11.000
<b>Fahl Kro</b>	16.000	19.000	16.000	15.000	0	13.000	17.000	17.000	19.000	18.000	8.000
<b>Bundsæk Mølle</b>	11.000	10.000	11.000	9.000	11.000	12.000	13.000	12.000	11.000	8.000	2.000
<b>Øvrige</b>	21.000	21.000	23.000	19.000	16.000	15.000	15.000	15.000	14.000	11.000	5.000
<b>I alt</b>	<b>120.000</b>	<b>165.000</b>	<b>183.000</b>	<b>168.000</b>	<b>154.000</b>	<b>176.000</b>	<b>192.000</b>	<b>216.000</b>	<b>215.000</b>	<b>226.000</b>	<b>160.000</b>



## Vurderinger vedrørende besøgstal

Samlet set er museets besøgstal jævnt stigende over en meget lang årrække, og museets samlede besøgstal sætter Ringkøbing-Skjern Museum på landkortet som en væsentlig museumsaktør.

I grafen ses en nedgang i besøgstal i 2014. Dette skyldes at Fahl Kro var brændt og under genopførelse. Fahl Kros besøgstal nød godt af billetfællesskabet med Bork Vikingehavn. Fællesbillet betød omvendt, at nedgangen i besøgende ikke var lig en nedgang i entreindtægt.

Kigger man nærmere på tallene er der dog bekymrende tendenser. Uden Lyngvig Fyr, som museet har drevet siden 2011 og som siden er blevet museets bedst besøgte sted med 70.000+ gæster i 2019, ville det samlede besøgstal i dag være på 2012-niveau. Dette skyldes, at der er en række besøgssteder i porteføljen, hvor besøgstallet er stagneret.

Bundsbæk Mølle havde i årene 1995-2005 et stort besøgstal. De seneste år har besøgstallet været meget beskedent, og antallet af åbningsdage er justeret ned.

Ringkøbing Museum havde inden fusionen oplevet faldende besøgstal til 5-6.000 gæster. Udstillingen "Hvad bunkeren gemte" trak op mod 25.000 gæster til museet i åbningsåret. Det viser, at der er et stort publikumspotentiale i Ringkøbing - men gæsterne er kræsne ift. emnet. Efterfølgeren "Flyvere i natten" har på trods af fin omtale opnået godt 17.000 gæster som det højeste. Ikke alle museets gæster besøger Dommerkontoret, der ligger på den anden side af Kongevejen, på trods af billetfællesskabet med Ringkøbing Museum.

Skjern Vindmølle har en svag profil ift. museets gæstepotentiale, der primært er turister. En vindmølle med meget lidt udstillings- og formidlingsplads midt i et boligkvarter i Skjern er svær at gøre til en unik oplevelse, der er værd at køre efter.

Nogle besøgssteder har aldrig opnået det besøgstal, man fra starten havde håbet på. Det gælder fx. Gåsemandens Gård og Dejbjerg Jernalder. Efter to somre tyder det på, at det samme vil gøre sig gældende for Provstgaard's Jagthus. Andre besøgssteder er ikke egnede til mange gæster: Skjern Reberbane og Hattemagerhuset er ikke velegnet til et samlet gæstetal på mere end 10 gæster af gangen.

En trussel for museets status som væsentlig for turismen og kulturen på vestkysten er at museet det seneste årti er blevet overhalet af andre markante aktører inden for formidling: Vardemuseerne med Tirpitz, en opdatering af Nymindegab Museum og snart et nyt museum FLUGT, Holstebro med Strandingsmuseet og Holstebro Museum, og som nærmeste nabo Naturkraft, der åbnede i 2020. Ringkøbing-Skjern Museum kan ikke måle sig med disse museer og oplevelser, hvis man ser på, hvad der økonomisk er investeret i at give gæsterne en god oplevelse, på den visuelle identitet og markedsføring eller på brugen af moderne formidlingsgreb. Det er nødvendigt at udvikle Ringkøbing-Skjern Museum til fortsat at spille i denne liga.

## **Økonomisk grundlag**

Museet er i konstant vækst og forandring. Museets egenindtjening er støt stigende. Museets egenindtjening udgør 63 %, mens stats- og kommunalt tilskud udgør 36 %.

Egenindtjeningen gennem salg af entrébilletter, ture, souvenirs og forplejning til gæster i det vestjyske sommerland udgør 50% af museets økonomiske grundlag. Hertil kommer den arkæologiske virksomhed, der udgør ca. 13 % af museets omsætning.

Museets statstilskud er gennem en årrække faldet som følge af generelle 2-procents besparelser til kulturinstitutioner. Museets kommunale tilskud er samlet set øget, primært pga. projekter og særlige aftaler.

Vi er ca. 60 ansatte på museet året rundt, men om sommeren op mod 150 mennesker. Vi gør historien levende, og det kræver mange levende mennesker. Vores lønbudget er højt og kan kun fastholdes gennem en udvikling, der minimum modsvarer omverdens vækst. Museets likviditet er udfordret af, at vores primære aktiviteter er sæsonbetonede og målrettet sommerturismen. Det er derfor afgørende nødvendigt at udvikle museet til en helårsattraktion, så vi kan fastholde formidlingsniveauet og dygtige medarbejdere og sikre museet et stabilt økonomisk grundlag.

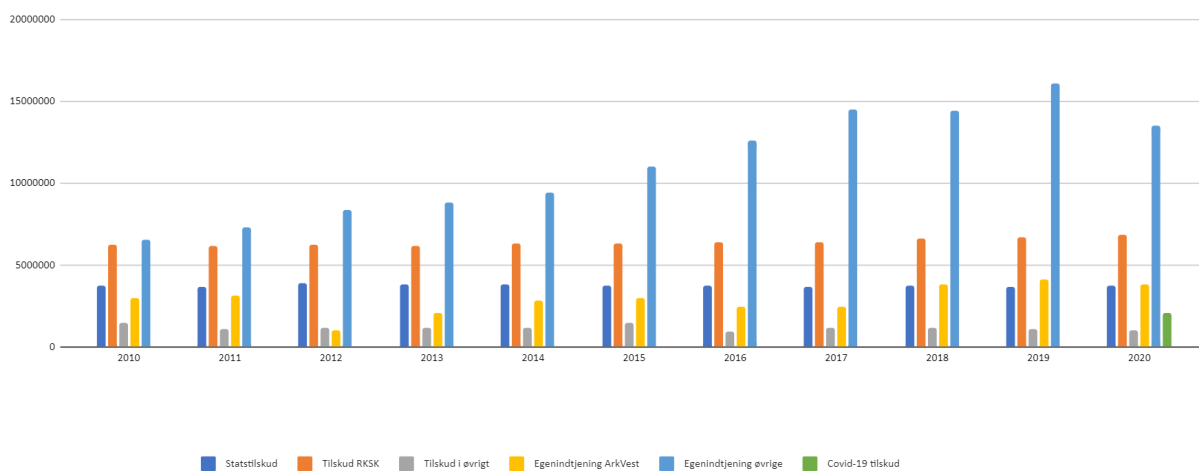
Foruden de 15 besøgssteder, der er museets ansigt udadtil, råder museet også over adskillige bygninger til administration, maskiner og magasin. I alt har museet ca. 70 bygninger fra det mindste skur til det største magasin, inkl. rekonstruerede huse. Museet administreres fra kontorer på Bundsbæk Møllegård, der ligger i tilknytning til Bundsbæk Mølle, mens museets primære magasin er på Industrivej i Skjern.

## Indtjening 2010-2020

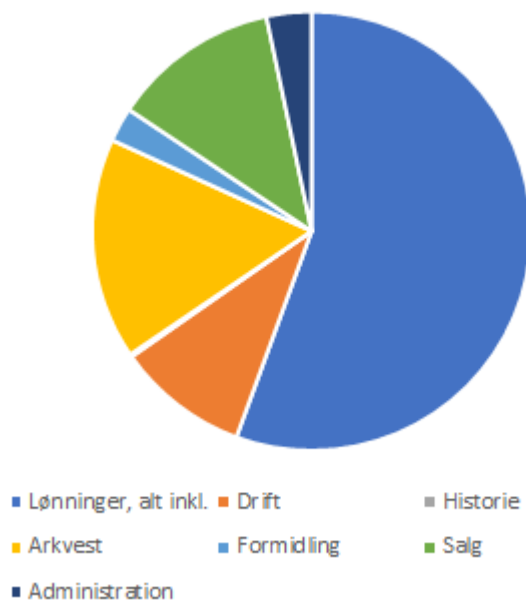
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Statstilskud</b>	3.680.764	3.677.467	3.841.330	3.762.431	3.760.748	3.724.377	3.689.854	3.620.033	3.691.556	3.642.498	3.688.091
<b>Tilskud RKS</b>	6.219.638	6.120.491	6.194.000	6.178.000	6.309.684	6.276.073	6.395.496	6.377.053	6.567.315	6.685.000	6.816.000
<b>Tilskud i øvrigt</b>	1.457.601	1.036.992	1.128.394	1.124.149	1.136.000	1.422.280	941.003	1.157.500	1.165.028	1.082.787	982.185
<b>Egenindtjening ArkVest</b>	2.971.823	3.117.085	1.004.902	2.062.822	2.823.612	2.947.944	2.433.230	2.444.532	3.782.833	4.107.298	3.812.954
<b>Egenindtjening øvrige</b>	6.506.774	7.252.730	8.365.022	8.798.222	9.436.882	10.974.569	12.566.728	14.506.817	14.376.613	16.105.011	13.483.909
<b>Covid-19 tilskud</b>											2.054.848
<b>Indtjening i alt</b>	20.836.600	21.204.765	20.533.648	21.925.624	23.466.926	25.345.243	26.026.311	28.105.935	29.583.345	31.622.594	30.837.987



### Indtægter 2010-2020

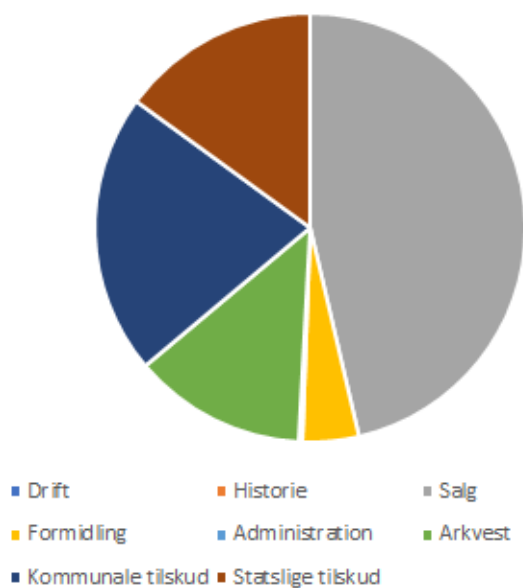


### Udgifter 2019



Udgifter 2019	
Lønninger, alt inkl.	17.122.000
Drift	2.999.000
Historie	55.000
Arkvest	5.027.000
Formidling	778.000
Salg	3.803.000
Administration	1.023.000
	30.807.000

## Indtægter 2019



Indtægter 2019	
Drift	0
Historie	0
Salg	14.639.000
Formidling	1.331.000
Administration	88.000
Arkvest	4.107.000
Kommunale tilskud	6.685.000
Statslige tilskud	4.725.000
	31.575.000

## Sponsorer

Museet har gennem mange år haft et strategisk sponsor-samarbejde med stærke lokale samarbejdspartnere fra turistbranchen, lokale banker og øvrige virksomheder.

I de kommende år ønsker vi at udvikle potentialet i dette samarbejde, med fokus på win-win partnerskaber.

Det har betydning for museets økonomi ift. afløftning af moms at indgå sponsoraftaler.

# Mål og handleplaner for museets teams, 2021-2025

## Organisation

Museet er organiseret i syv teams med fokus på hver deres drifts- og udviklingsområder. Hvert team lægger selv en specifik handleplan for hvert indsatsområde med fokus på mål, tidsplan, og mulige forhindringer der kan betyde, at målet ikke nås.

De syv teamledere arbejder tæt sammen med hinanden og museets ledelse, der består af direktør og souschef om at sætte og nå målene.

Når der er opstået egentlige projekter - fx. omkring udvikling af et samlet løft at Abelines Gaard - defineres en projektgruppe med tovholder (små projekter) eller projektleder (større, flerårige projekter).

Museet ledelse refererer til museets styrelse (bestyrelse).



# Hvad arbejder de forskellige teams med 2021-2025?

## Styrelse

Museets styrelse har ansvaret for museets retning og at museet drives bæredygtigt, fagligt og økonomisk. Styrelsen mødes 5 gange årligt. Ideelt set fordeles styrelsens arbejde på 20% indblik i museets drift i indeværende år og 80% drøftelse af museets retning og fremtid.

### Handlinger 2021-2025

- Har styrelsen den rette betegnelse - det skaber forvirring både internt på museet og ift. samarbejdspartnere og andre museer, der forbinder ordet styrelse med Slots- og Kulturstyrelsen.
- Hvad er fremtidens relation mellem museet og museumsforeningerne?
- Har styrelsen den rette størrelse og kompetencer ift. at understøtte arbejdet med 4-årsplanen?
- Hvordan kan styrelsen være en sparring for ledelsen?
- Er der det rette antal styrelsesmøder om året ift. at følge museets gang?

## Ledelse

- Fokus på udvikling af hele museet med forskelligt fokus ift. forskellige målgrupper hvad angår de mangeartede tiltag
- Fokus på god implementering af museets struktur
- Fokus på rekruttering af ressourcer - menneskelige og økonomiske
- Fokus på trivsel og godt arbejdsmiljø
- Fokus på de 17 verdensmål og hvordan museet kan forbedre sig på mange parametre, herunder ift. ligestilling og grøn omstilling.
- Grøn bæredygtighed tænkt ind i attraktionsudvikling, fra mad til bygninger - løbende proces og del af attraktionsudviklingen.
- Grønt fokus på alle dele af brugerrejsen - løbende forbedringer på de parametre, der identificeres.
- Afklaring af hvor museets administration bedst er placeret, herunder afklaring af brug af Bundsbæk Møllegård, udstillingsbygningen til Dejbjerg Jernalder, Dommerkantoret, Industrivej og No.5.
- Understøttelse af fondssøgning
- Fokus på tættere samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommune
- Udvikling af det strategiske samarbejde med Vardemuseerne
- Tættere samarbejde med Destination Vesterhavet og nationalt fokus på vestjysk kulturturisme.
- God dialog med eksterne samarbejdspartnere og andre oplevelsesøkonomiske aktører, fx. Naturkraft, Fiskeriets Hus, Danmarks Flymuseum, Vestjyllands Kunstpavillion og Danmark Vindkraftshistoriske Samling.

## Team Administration

Museets administration og bogholderi er en mangesidet funktion, som er afgørende for ledelsens mulighed for at følge med i detaljer og udviklinger. Team administration arbejder med effektiv og moderne bogføring, budgetopfølgning, økonomi- og likviditetsstyring, regnskab og bookinger ligesom IT, telefonbetjening og diverse blækspruttefunktioner varetages her.

### Handlinger 2021-2025

- Optimering af museets økonomistyring og bogholderi
- Indføring af nyt kassesystem der flytter bogføringssystemet
- Forbedring af likviditetsstyring
- Fokus på intern og ekstern servicerolle og værtskab
- Indføring af nyt bookingsystem
- Etablering af nye kommunikations- og omstillingssystemer

## Team ArkVest, herunder undersøgelser, udgravning og forskning

Arkæologi Vestjylland, drevet af Team ArkVest, fungerer på tværs af Vardemuseerne og Ringkøbing-Skjern Museum som den udførende funktion under Arkæologi Vestjylland. Ansatte med tilknytning til ArkVest er ansat ved ét museum, men har begge museers arkæologiske ansvarsområde som sit virkefelt. Det øverste ansvar for Arkæologi Vestjylland ligger hos Vardemuseerne, mens den daglige teamledelse ligger hos Ringkøbing-Skjern Museum. Samarbejdet varetages af en fælles styregruppe.

Arkæologi Vestjylland foretager de arkæologiske udgravninger i hele det geografisk store ansvarsområde. Før de fleste udgravninger har arkæologerne undersøgt område gennem kort, registreringer og forundersøgelser, for at få overblik over, om og hvad der skal udgraves. Alle arkæologiske undersøgelser baserer sig på forskningsmetoder, og afsluttes med rapporter, der senere bliver til ny viden om og forskning i menneskets historie før der fandtes mange skriftlige kilder, malerier eller fotos.

### Handlinger 2021-2025

- Opdateret faglig strategi (1-2 sider) med fremhævelse af de særlige grundfortællinger, der kendetegner Arkæologi Vestjyllands arbejdsområde og forskning
- Udarbejde ny forskningsstrategi, der lever op til Slots- og Kulturstyrelsens krav
- Igangsætte Ph.D. i emne indenfor Arkæologi Vestjyllands ansvars- og fokusområde.
- Opdateret bevarings-, indsamlings-, registerings- og kassationsstrategi, der lever op til Slots- og Kulturstyrelsens krav
- Igangsættelse og implementering af ny kommunikationsstrategi, herunder oprettelse af hjemmeside for Arkæologi Vestjylland med forbedret digital tilgængelighed til viden, samt kommunikation om udgravninger gennem sociale medier mm.
- Forberede arkæologisk udstilling i evt. fremtidig arkæologisk museum i Bork Vikegehavn

## Team Drift

Driftsteamet har hovedansvar for at vedligeholde museets bygninger, og sørge for vand, varme, el og kommunikationskabler. Desuden har teamet ansvar for at passe museets dyr og køretøjer. Teamet hjælper også med opbygning af formidlingselementer til historiske miljøer og udstillinger. Det er væsentligt at arbejdet bliver udført med respekt for og kendskab til tidligere metoder og håndværkskunnen.

### Handlinger 2021-2025

- Øget fokus på og omlægning til naturnær arealdrift hvor det er relevant og muligt
- Øget fokus på bæredygtig transport, fx udskiftning af køretøjer og bedre logistik i intern transport
- Fokus på grøn bæredygtighed i opvarmning og øvrig energiforbrug - omstilling fra olie til bæredygtig energi, fokus på at minimere energispild i opvarmning af huse etc.
- Øget fokus på logistik og planlægning
- Udarbejdelse af driftsplan med prioriterede vedligeholdelsesudgifter
- Øget fokus på bevaring af vestjysk bygningskulturarv og håndværk
- "Værtsskab" og viden om stederne som driftsansat

## Team Formidling, herunder Læring og Frivillige

Team Formidling er synligt alle de steder, hvor det historiefaglige møder gæsterne. Teamet står bag den mundtlige formidling på besøgsstederne og i naturen, bag udstillinger, bag plancher og formidlingsskilte, lydinstallationer, event og meget, meget mere. De fleste af teamets kræfter går til at skabe gode oplevelser for museets mange gæster på flere sprog. Men en vigtig opgave er at gennemføre forløb med kultur- og naturhistorisk viden for hundredvis af børn, elever og voksne som en del af deres undervisning i viden og trivsel på deres institutioner og skoler.

### Handlinger 2021-2025

- Plan for formidlingsudvikling på alle besøgssteder
- Udstillingsplan for Ringkøbing Museum for hele perioden
- Plan for formidling i og af landskabet - udvikling af ture i landskabet med fokus på den gode fortælling, ensartethed, målgrupper og tilstedevær for turister og lokale
- Forbedring af formidlingen på især Abelines Gaard, Ringkøbing Museum, Bork Vikingehavn og Kaj Munks Præstegård
- Udvikling af natur-kulturformidling ud fra museets formidlingsbaser
- Udvikling af før-under-efterforløb til alle klassetrin og dagtilbud på museets besøgssteder/formidlingsstationer med det langsigtede mål at museet har et Team Levende Læring med obligatoriske tilbud til alle dagtilbud, klassetrin og ungdomsuddannelser i kommunen.
- Tættere samarbejde med kommunen omkring læring og sundhed

## Frivillige

Museet har en lang tradition med at inddrage frivillige i museets arbejde, og har i perioder haft op mod 400 frivillige tilknyttet. I øjeblikket har museet omkring 300 frivillige, der omfatter alt fra frivillige vikinger, hjælpere ved vikingemarkedet og Jul på Bundsbæk samt frivillige møllere og smede, der hjælper med at holde håndværkskulturarven i live.

Det kræver tid og overskud at give frivillige den opmærksomhed, taknemmelighed og uddannelse, der er nødvendig, hvis det at have en høj andel af frivillige i organisationen skal være en win-win situation for både den enkelte frivillige og museet. Det er et mål for den kommende udviklingsperiode at der bliver frigjort midler til en dedikeret stilling til arbejdet med frivillige.

At arbejde med frivillige er den bedste måde, museet kan være lokalmuseum på. Hvis du engagerer dig som frivillig *går* du ikke 'bare' på museum - så *er* du museet. Denne tankegang ligger bag de kommende års arbejde med frivillige.

### Handlinger 2021-2025

- Forbedring af dialogen med frivillige
- Tydeliggørelse af krav til og gevinster for museets frivillige
- Nye organiseringer af frivillige, fx. "event-frivillige"
- Samarbejde med FrivilligVest
- Inddragelse af frivillige i formidlingen i højere grad gennem roller, teknikker og kurser
- Finde mulighed for at etablere en dedikeret stilling som frivilligleder

## Team Historie, herunder samlinger og forskning

Historikerne er ligesom arkæologerne museets faglige rygrad. Den 'mesterlære' i historie man undergår gennem mange års tilknytning til et museum bør ikke undervurderes. Team historie har overblik over museets tusinder af genstande, eller ved, hvordan de får det. Den viden sættes i spil i foredrag, artikler, udstillinger og input til alle museets teams, men også i samarbejdet med kommunen om planlægning og bevaring af kulturhistoriske elementer i landskabet og bymiljøerne. Samarbejdet med de lokalhistoriske arkiver er også en del af teamets opgaver.

### Handlinger 2021-2025

- Ny indsamlingsstrategi og plan for optimering af magasiner, herunder kassation
- Ekspertniveau i SARA
- Stærkere samarbejde med lokale omkring arkiv- og samlingsvaretagelse
- Fokus på forskning og skriftlig formidling
- Understøttelse af formidlingsarbejde med udstillinger på besøgssteder og i landskabet
- Forbedret samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommune omkring varetagelsen af planarbejdet med målet at få et fælles kulturmiljøråd eller tilsvarende rådgivende funktion

- Fokus på at gøre viden tilgængelig på digitale platforme og i landskabet
- Understøttelse af bevaring af vestjyske kulturmiljøer og historiske bygninger og landskaber gennem uddannelse af frivillige og dialog med lokalsamfundet.

## Team Salg

Hvad er museet uden Team Salg? Ja, det ville der faktisk ikke være mange udenfor museet selv, der vidste. Team Salg dækker over den mangeartede kommunikation og markedsføring, som er nødvendig for at museet bliver opdaget af omverden. Det omfatter også den ekstra og uundværlige forlængelse af museumsbesøget som museets caféer og museumsbutikker står for. I Team Salg er profit et positivt ord, men ikke det eneste der kendetegner et godt museumsprodukt.

### Handlinger 2021-2025

- Ny identitet med navne, visuelt udtryk og kommunikationsstil for hhv. hovedorganisationen Ringkøbing-Skjern Museum og de enkelte besøgssteder
- Ændret markedsføringsstrategi fra trykte til digitale platforme i højere grad end i dag
- Fokus på kommunikation som et redskab til at placere museet på Danmarkskortet både ift. kolleger, politikere og gæster
- Ny strategi for sammenhæng mellem museets historiske oplevelser, madoplevelser og mentale påmindelser i form af souvenirs.
- Fokus på cafédrift, der ikke kun er økonomisk bæredygtig og i stigende grad økologisk og lokal, men også en del af oplevelsen.
- Fokus på segmenter og målgrupper ift. logovarer og øvrige butiksvare.
- Fokus på kunderejsen fra ankomst på digitale platforme til hjemkomst med øget fokus på online salg, mersalg og fastholdelse af kendskab til genbesøg.
- Grøn bæredygtighed tænkt ind i markedsføring - grøn energi til serverforbrug, grønne valg ift. tryksager etc.

## Team Vært

Museets værter er de første, du møder som gæst. Det er værterne, der sælger dig billetten og isen, og værterne, der kan svare på mange af de spørgsmål på de tanker, museumsbesøget har sat i gang hos dig. Værtsteamet er også det team, der er allermindst om vinteren, når de fleste af museets besøgssteder er lukket, og størst om sommeren, når en masse sæsonansatte skal oplæres til at yde den bedste service - på tysk først, naturligvis.

Man bliver en god og bedre vært ved konstant at øve sig! Derfor er værtskab noget, der skal arbejdes med hver dag, og både fastansatte og nytilkomne kan altid blive endnu bedre værter for vores gæster.

Værtskab er mere end service. Det er at have blik for, at gæsterne har forskellige behov, og redskaber til at gøre deres besøg godt på netop dén gæsts præmisser. Værtskabet omfatter fx:

- Mødet med den gode vært er et af de vigtigste parameter for en god gæsteoplevelse.



- Man bliver god og bedre til ved at øve sig! Alle ansatte, nye som gamle, kan kontant forbedre sig som værter for vores gæster.
- Som vært er du 'direktør indenfor 3 meter'. Du samler skrald op, hjælper gæster der har spørgsmål og problemer, og finder svaret blandt kolleger, hvis du ikke har det allerede. Alle ansatte har denne rolle - også som driftsansat eller direktør.
- Værtskab er viden om museets besøgssteder og aktiviteter.
- Værtskab er viden om kommunen og Destination Vesterhavet.
- Viden kræver at man aktivt søger den - hver dag.
- Gode værter sælger 'hele pakken' om museet og destinationen.
- De bedste værter er gode til mersalg til glæde for gæsterne (og økonomien).

Museumsværtskab handler også om at have stor viden om museets besøgssteder og historier.

#### Handlinger 2021-2025

- Fokus på basisværter med oplæringsansvar og god oplæring af nye og sæsonværter.
- Gør værtsgruppen er vidende om museets historier.
- Sikre at alle gæster får en varm velkomst og god service under besøget.
- Skab sammenhæng mellem billetkøb, butik, café og oplevelse gennem godt værtskab.
- Oplæring i varer, butiksoprydning og mersalg.
- Uddannelse af faste værter indenfor værtskab og service.
- Oplæring af hele personalet på tværs af teams i godt værtskab.

# Udvikling af besøgssteder 2021-2025

Museet vil i de kommende år udvikle en matrix for hvert af de besøgssteder, som skal udvikles fremover. Formålet er skærpe besøgsstedets profil ved at skærpe den primære historie, som skal fortælles. Matrixen vil klarlægge forskellige emner fx top 5 historier, top 5 genstande, men også emner som arkitektur og den omgivende naturtype vil indgå. Tilsammen giver disse matricer et indblik i besøgsstedets DNA, og de vil kunne bruges som pejlemærke for alle museets teams i deres daglige arbejde ved at lægge "lag" ind over det.

Ideer til nye udstillinger vil kunne vurderes gennem dem, udvælgelse af nye retter i cafeen vil kunne inspireres af dem, design af værternes påklædning og velkomst vil kunne tage afsæt i dem. Altsammen vil det sikre at det enkelte besøgssted profil bliver et stærkt brand.

Det er væsentligt, at der afsættes tilstrækkelige ressourcer til vedligehold af museets bygninger. Denne del af driften har tidligere være bundet op på eksterne midler. Dette er en usikker faktor for driften, og vil desuden gøre det vanskeligere at søge midler til udvikling af besøgsstederne.

## Abelines Gaard

Abelines gård er en typisk firlænget gård på Holmslands Klit. Stedet har fungeret som museum siden 1974. Som en del af museet indgår en redningsstation og raketstation. Alle bygninger er præget af, at miljøet tæt på Vesterhavet er hårdt ved fuger og stråtag. Publikumsfaciliteterne er meget utidssvarende, og der findes ikke lokaler egnet til udstilling. Til gengæld er strandings- og personhistorierne, der knytter sig til stedet, stærke. Gården rummer mange af vestkystens 18-1900 tals historier i koncentreret form, og er en af de få klitgårde med offentlig adgang på kysten. Bygningens tilstand er gennemgået af konservator i 2019.

En stor del af tagkonstruktionen, tage og skorstene bør sættes i stand - et omfattende arbejde. Døre og vinduer er utætte, og bør sættes i stand eller udskiftes. Der bør etableres tidssvarende publikums- og personalefaciliteter med nyt ankomstområde, butik, toiletter og café, fx. i den gamle lade.

Gården bør formidles tidssvarende og med fokus på de nære historier, der knytter sig til stedet. Det kunne være med audioguides, lyd og lys, der forstærker de originale og semi-originale interiører, samt nyetablering af interiører i de rum, der i dag står uautentiske, fx. stald og overnatningsrum til forliste sømænd. Der er mulighed for interaktive elementer, fx. i stald og køkken (hjælp med til at passe dyr og lave mad, enten via levendegørelse eller digitalt) og omkring telefoncentralen, som Abeline passede.

Der skal skabes en bedre sammenhæng i hele kulturmiljøet på begge sider af hovedvejen på Holmsland Klit, så gæsterne oplever rednings- og raketstation og den gamle, nedgravede have. Dette kan ske gennem anlæggelse af et befæstet og formidlet stisystem, visuelle

elementer som er med til at formidle historien om strandinger, og måske understøttet af levende dyr i folde

<p><b>Abelines Gaard - potentialeanalyse</b></p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stand: tag bør skiftes snarest fra 2021-2025.</li> <li>● Murværk løbende vedligehold</li> <li>● Indvendig: plan for vedligehold 1 rum ad gangen hvert år</li> <li>● Besøgstal 2019: 12.391</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Max antal gæster stedet kan holde til ca. 25.000 (plads samt slid).</li> <li>● Hænger pt ikke sammen med kulturmiljø på begge sider af vejen.</li> <li>● Dårlig indretning: bemanding i hver ende af hus, kold lade, gæster starter "bagfra", utidssvarende toiletter.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Navn? Hvem er Abeline?</li> <li>● Tilpasning af projekt ift. restriktioner på arealet</li> <li>● Omkostninger ved vedligehold, og langsigtede muligheder for bevaring.</li> <li>● At få budget for projekt til at være realistisk ift. forventet besøgstal.</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fortæller ikonisk vestjysk historie om livet på klitten</li> <li>● Bundet til stærk og overraskende personhistorie</li> <li>● Dramatiske og barske fortællinger</li> <li>● Rammer for en personliggjort iscenesættelse af historierne</li> <li>● God placering ift. sommergæster</li> <li>● "Gå til håndværk" med inddragelse af frivillige / eksempelgård for bygningsbevaring i RSKS</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Etablering af projektgruppe m. arkitekt, kommune, museet</li> <li>● Udarbejdelse af bevarings- og formidlingsprojekt, hvor begge sider af vejen, dvs. indendørs og udendørs kobles i én fortælling, så besøget tager 60 min+.</li> <li>● Nye publikumsfaciliteter; café, toilet og ankomst.</li> <li>● Opgradering af formidlingen inden – og udendørs</li> <li>● Anlæg og formidling, der skaber sammenhæng på begge sider af vejen</li> <li>● Afsætte tilstrækkelige midler til udskiftning af tag og løbende vedligehold.</li> </ul>

## Bork Vikingehavn

Bork Vikingehavn er et udendørs vikingemiljø, der fra maj til oktober besøges af næsten 70.000 gæster, og hvor der bor 5-10 frivillige vikingefamilier hver uge i store dele af sæsonen, 150 frivillige (voksne plus børn). Vikingehavnen er oprindeligt dimensioneret til 15.000 gæster, hvorfor alle publikumsfaciliteter er underdimensioneret fra entre, butik og toilet til café, der kun findes i kiosk-form uden mulighed for overdækning. Formidlingen bæres af levendegørelse gennem aktiviteter, og fungerer godt med ansættelse af mange unge i korte stillinger i hhv. skulder- og højsæson. Udenfor højsæson kan stedet virke dødt, da der er få ansatte og frivillige til at skabe fornemmelse af vikingeliv. Oplevelsen udfordres i regnvejr og kulde, da meget af oplevelsen foregår udendørs mellem bygningerne. Stedet bærer præg af at være udviklet i to faser, og der er store arealer, der virker tomme og ubebyggede, ligesom det for særligt vikingeinteresserede er svært at finde den tidsmæssige og tematiske røde tråd. Formidlingen er målrettet børnefamilier, hvorfor det modne publikum uden børn efterspørger mere viden.

Der skal ske udvikling i Bork Vikingehavn, hvis det nuværende gæstetal skal håndteres tidssvarende. Det er et mål, at stedet bliver gjort til helårsattraktion, primært fordi der mangler helårs museumsattraktioner i denne del af Destination Vesterhavet, men også for at kunne tilbyde stillinger til dygtigt personale og sikre at viden bliver i organisationen.

<p>Bork Vikingehavn - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Slidt. Butik, toilet, café og udstillingsareal er tidssvarende.</li> <li>● Bro/kaj står foran udskiftning.</li> <li>● Flere bygninger mangler vedligehold . Stråtag på flere af husene er gamle.</li> <li>● Besøgstal 2019: 69.659</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● At det er en sæsonattraktion</li> <li>● At det er dyrt at gøre historien levende</li> <li>● Der er "tomt" på pladsen når der ikke er markedsboder.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Hvor vilde og realistiske (ift. anlæg) er vores 50-års planer?</li> <li>● Investeringer i butik, toilet og cafe samt flere vikingetidsbygninger eller anden</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rekonstruerede bygninger er uisolerede</li> <li>● Der er ikke drænet, så der er meget vådt om vinteren</li> <li>● Bygget til forventet besøgstal på ca. 15.000?</li> </ul> <p><i>Det vildeste:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Plads! Hvor meget jord kan vi opkøbe? Lokalplan?</li> <li>● Ny type "formidlere"/skuespillere – og kan vi skaffe nok?</li> <li>● Frivillige 50+ i 3-6 mdr., evt. flere hundrede – kræver gode faciliteter.</li> </ul>	<p>fysisk brug af pladsen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Villighed til at ansætte lidt flere end "lige nok" formidlere.</li> <li>● Bedre faciliteter til kontor, frivillige og sæsonansatte</li> <li>● Opkøb no. 3 og skab en ensartet entré til Bork</li> <li>● Opkøb af så meget jord som muligt omkring BVH</li> <li>● Skab tillid i kommunen til at vi kan komme igennem med nødvendige lokalplaner</li> <li>● Prioritet 1 ift. fondsansøgninger</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Helårsattraktion hvor vikingetid og oldtid gøres levende i indendørs og udendørs miljøer</li> <li>● Arkæologisk samling fra hele Arkæologi Vestjyllands område / Danmarks geografisk største.</li> <li>● Foruden levende vikingeby også indendørs formidlingscenter – gerne stadig med fokus på levendegørelse / miljøer / stemninger / aktiviteter, herunder håndværk</li> <li>● Udbygning af det levende udendørs miljø</li> <li>● 100.000+ gæster (måske 140.000 om 10 år?)</li> </ul> <p><i>Det vildeste</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Valhalla-park med flere daglige forestillinger og 25+ skuespillere</li> <li>● 200.000+ gæster?</li> <li>● De besøgende køber vikingetøj for at kunne være med i spillene</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Beskrivelse af flertrins-plan for udvikling af Bork Vikingehavn.</li> <li>● Etablering af midlertidige / ti-årige faciliteter, der imødeser det store gæstetryk, især ift. toiletter, café, personale, entré og butiksområde samt frivillige.</li> <li>● Beskrivelse af delelementer, der kan påbegyndes i perioden, fx. ift. opdateret (digital?) formidling på vikingehavnen og i husene, etablering af lege- og opholdsarealer, mere "vikingebebyggelse" etc.</li> <li>● Budgetlægning for etablering af helårsattraktion med større arkæologisk museum med fund fra Arkæologi Vestjyllands ansvarsområde og oplevelsesbaseret formidling til bredere målgrupper.</li> <li>● Opkøb af Vikingvej nr. 1 når det sættes til salg.</li> </ul>

## Fahl Kro

Fahl Kro ligger ved den gamle drivvej som fører fra de store engarealer på Tipperne og Værnengene og ind til baglandets landsbyer. Som følge af engenes udnyttelse opstod Fahl Kro ved overgangsstedet til de store engarealer. Fahl Kro var det sted man gjorde holdt på

vej til eller fra høbjergning på de store engarealer samt når kvæget efter høslet blev sluppet ud på engene og om efteråret hentet hjem igen.

I 2013 nedbrændte en stor del af Fahl kro. Tre af længerne - der blev nyopført da Fahl Kro blev museum i 1985 - nedbrændte totalt og blev genopført i 2014. Sydlængen, hvori krostuerne ligger, undgik i vid udstrækning branden, og står i dag som de oprindelige krostuer stod omkring 1930. Laden er opbygget som udstillingslokale.

<p>Fahl Kro - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stand: God</li> <li>● Indretning: Nyt køkken, dog ikke 100 % industrikøkken, krostuer indrettet til selskaber/formidling mere end til familier</li> <li>● Udstillinger: Nyt særudstillingslokale</li> <li>● Besøgstal i 2019: 17.941</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Udstilling er ikke årsag til besøg – formidling står under praktik (mad)</li> <li>● Kroen skal brandes i sin egen ret og ikke som del af Bork Vikingehavn</li> <li>● Det er svært at tage entré til en kro</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kan vi drive Fahl Kro som “kultur gennem mad” formidlingssted?</li> <li>● Skal vi forpagte kroen ud?</li> <li>● Kan vi indrette kroen som kontor?</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <p>Vestjysk madkultur = KRO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Svær at gøre til en forretning, men måske mulig?</li> <li>● Vestjysk kultur formidlet gennem måltider, fx ”suppe-steg-is” middage mm.</li> <li>● Mindre fester med særligt indhold og max 60 Gæster.</li> <li>● Mulighed for udlejning, men i så fald har museet ikke kontrol over mad mm.</li> </ul> <p>2. Kontorbygning til Bork Vikingehavn</p> <p>3. Mindre udstilling om naturen omkring Fahl/Bork/Tipperne – med begrænset publikum</p>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nyt ”take” på kroen – vestjysk madkultur? Eller beslutning om at bruge lokalerne til andet formål i forbindelse med udvidelse af Bork Vikingehavn.</li> </ul>

## Lyngvig Fyr

Lyngvig Fyr er en must-see seværdighed for mange gæster på vestkysten. Siden museet overtog Lyngvig Fyr i 2010 har besøgstallet udviklet sig positivt, og i juli og august er besøgstallet til selve fyrtårnet maksimalt udnyttet med meget begrænset mulighed for udvikling. Det er stadig muligt og fornuftigt at udnytte kapaciteten i skulder- og ydersæson. Fyrtårnet og butik fremstår velholdt, men udstillingerne har et mere "halvhjertet" udtryk og er etableret i svært tilgængelige loftsrum, der ikke egner sig til udstillinger. Fyrtårnets top kræver omfattende istandsættelse inden for en kort årrække, mens selve fyrtårnet løbende vedligeholdes. Stedet bærer præg af, at både Naturstyrelsen (ejer), kommunen (lejer og forvalter af legeplads) samt museet (forvalter) er interessenter, med uklart fokus på separerede natur- og kulturfortællinger samt mangel på helhedstænkning i formidling og visuelt udtryk. Publikumsfaciliteterne er nedslidte og der er driftsmæssige problemer med toiletter, samt kortsigtet løsning ift. et lejemål af de primære p-faciliteter.

For at håndtere et større besøgstal og høje gæsteforventninger til et vartegn i Destination Vesterhavet skal Lyngvig Fyr have mere end blot et ansigtsløft. Der skal laves langsigtede aftaler om drift af stedet, så det giver mening for museet at investere penge og tid til udvikling, herunder fondssøgning.

Det kulturhistoriske og naturhistoriske fokus skal hænge sammen i den fremtidige formidling, der må tænkes kreativt ift. begrænset fysisk indendørs plads. Eksempelvis kan virtuelle tidsrejser og formidling i det udendørs miljø være relevante. Historien om fyrtårnets etablering og drift i det øde klitlandskab med begyndende turisme om sommeren og den stormfulde strandingskyst om vinteren er oplagt at tage afsæt i, men skal være tydeligt differentieret fra fortællingen på Abelines Gaard.

Det vil være oplagt at undersøge mulighederne for tilbygning eller nybygning af faciliteter, fx. i forbindelse med de eksisterende bygninger, så toilet-, café og udstillingsforhold kan opgraderes. Ligeledes bør adgang til fyret nytænkes ift. billetsystem, adgangsvej, adfærdsregulering i fyrtårnet, adgang til platform, sikkerhed i rundgangen. En længere opstigning omkring "klitten" op til fyret ville forlænge oplevelsen og give mulighed for pauser og at nyde naturen - også for folk med handicap eller gangbesvær.



<p>Lyngvig Fyr - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: ok, men meget udsat miljø.</li> <li>• Toiletbygning bør udskiftes snarest</li> <li>• Ishus ikke tidssvarende, grundleje udløber 2021.</li> <li>• Legeplads i nedslidt stand.</li> <li>• Besøgstal i 2019: 84.826</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejerskab eksternt fra RSM.</li> <li>• Leje af p-plads/ishus udløber 2021.</li> <li>• Max gæster i fyrtårnet ca. 100.000</li> <li>• Ringe adgang til udstilling / udstilling ikke relevant</li> <li>• Ikke plads nok til både ordentlig entre, butik og cafe.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afklaring af ejerforhold</li> <li>• Afklaring af, hvad der er muligt at bygge, eller bygge til</li> <li>• Afklaring af muligheder for at installere formidling i landskabet</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udendørs formidling – skattejagt efter historier i klitterne? Gådejagt?</li> <li>• Lyd og lys-formidling el.lign. fra og på fyrtårnet?</li> <li>• Overdækket, samlet bygningsmasse omkring nuværende gård</li> <li>• Café- og legepladsmiljø kan udbygges</li> <li>• Formidling egnet til begrænset plads, kort og intens historie, fx VR, Lys-oplevelse, Nat- og navigationsoplevelse, gådejagt etc.</li> <li>• 100.000 gæster.</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbejde med værtskab ift. det museale og information om området.</li> <li>• Langsigtet aftale om leje/ejerforhold af fyrtårn, butik, p-pladser og kiosk.</li> <li>• Skitseplan for til- eller nybygning af areal til publikumsfaciliteter, inkl. nye toiletter.</li> <li>• Plan for og igangsættelse af opdateret legeplads.</li> <li>• Plan for og igangsættelse af opdateret udendørs formidling. Der skal skabes et "hang-out" sted hvor udsigten fra tårnet blot er en af flere oplevelser i området - skattejagt, gådejagt, "geocaching", VR, legeplads, "lounge-område" mv.</li> </ul>



## Kaj Munks Præstegård


Museet driver Kaj Munks Præstegård for bestyrelsen for Den Selvejende Institution Kaj Munks Præstegård i Vedersø. Aftalen løber i 3 år, og fornys næste gang i 2021.

Kaj Munk rummer som personhistorie en mulighed for at gøre moralske dilemmaer relevante for nutiden om nationalitet, identitet, mod til at sige sin mening og demokrati versus diktatur. Kaj Munk personificerer mange af de udfordringer og valg vi stilles over for som mennesker. Han levede i en tid, hvor det kostede ham livet at stå ved sin mening. Desuden satte han gennem sine digte og skuespil ord på de menneskelige håb, drømme og tanker om alt fra kærlighed, natur, familieliv, tro og grænsen til overtro. Som personhistorie kan han åbne mange dilemmaer, der er relevante også i nutiden, og som vi kan spejle os i og overfor, selv i dag.

For at forstå Kaj Munk skal man også forstå hans samtid - både før og under 2. Verdenskrig. Denne periode har stor relevans for et bredt publikum i dag, hvilket er bekræftet både gennem museets udstillinger i Ringkøbing, bunkerture, Bunkermuseum Hanstholm og Tirpitz. Det er oplagt at Ringkøbing-Skjern Museums udstillings- og formidlingsaktiviteter omkring hele perioden fra 1930-1945 koncentrerer om Kaj Munks Præstegård.

Indgangen til Kaj Munk vil for det brede publikums vedkommende være Kaj Munks ultimative offer i afstandtagen fra nazismen, men netop det faktum, at han før krigsudbruddet var fascineret af Hitler og Mussolini er der, hvor han bliver et ekstra stærkt udgangspunkt for at diskutere fascisme og demokrati, forkerte og rigtige valg. Som familiefar, præst, digter og forfatter til stærke skuespil som Ordet står han som personhistorie for en meget stærk historisk karakter, der har relevans langt ind i fremtiden.

Hvorvidt Kaj Munks Præstegårds potentiale kan udfoldes afhænger af de fremtidige samarbejdsaftaler med bestyrelsen for Den selvejende institution Kaj Munks Præstegård i Vedersø.

Kaj Munks Præstegård - potentialeanalyse	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Stand: Meget god (ny isolering 2020).</li><li>● Indretning: faciliteter ok,</li><li>● Vedligehold pt ikke under RSM</li><li>● Udstillinger: Udstillinger skal opdateres med nye greb</li><li>● Besøgstal i 2019: 9.034</li></ul>


<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Konstruktionen med to bestyrelser og mange interessenter, der har stort ejerskab.</li> <li>● At balancere i det værdipolitiske landskab.</li> <li>● Historikken vedr. oprettelsen.</li> <li>● For lidt plads til egentlige udstillinger.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nyt navn, der ikke rummer ordet ”præst” (præstegårde er ikke noget man besøger i sin ferie)</li> <li>● Hvis vi skal komme igennem med et større projekt kræver det tydelig struktur og et langt perspektiv i aftaler</li> <li>● En ny kurs i formidlingen, hvor tiden før og under 2VK forklarer Kaj Munks udvikling, og hvor Kaj Munk er kilden til at vi kan diskutere vores egne moralske valg</li> <li>● Bedre faciliteter til udstillinger</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2VK på vestkysten / Tanker, ideologi, modstand</li> <li>● Nutidig relevans / stil dit moralske kompas / hvad er værd at kæmpe for, for dig? / Ytringsfrihed, politiske flygtninge, undertrykkelse, demokratiet</li> <li>● Tilbygning til udstilling, hvor du kan blive taget ved hånden og ført ind i begivenhederne før krigsudbruddet og langsom forstå konteksten 2.VK.</li> <li>● Tilbygning til større café og butik/velkomst med udsigt over Nørresø</li> <li>● Hovedhuset fortsat Kaj Munks hjem, hvor man gennem audio og andre nænsomme indgreb møder Kaj Munk, familien og begivenhederne lige før Kaj blev hentet.</li> <li>● Haven kan gøres til en del af formidlingen med audio og aktivitetsspor rundt på stierne. Digterruter.</li> <li>● Målgrupper: Familier med store børn, danske og tyske voksne.</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Opdatering og fornyelse af driftsaftalen omkring Kaj Munks Præstegård.</li> <li>● Evt. nyt navn, der i højere grad er attraktivt for et bredere publikum.</li> <li>● Politisk lobbyarbejde ift. at sikre permanent statstilskud.</li> <li>● Plan for arbejde med at Kaj Munks Præstegård er forum for aktuelle debatter der tematisk relaterer sig til Munk, fx åndsfrihed, modstand, demokrati, ytringsfrihed.</li> <li>● Plan for udvidelse af udstillingsareal i om- eller tilbygning.</li> <li>● Ny formidling med sammenhæng mellem historier inde og ude og med respekt for de historiske interiører og de stærke personhistorier.</li> <li>● Implementering og udbygning af ‘Digterruter’</li> <li>● Fondsarbejde ift. udviklingsplaner og Helhedsplan for Stadil-Vedersø.</li> </ul>

## Skjern Vindmølle og Reberbane

Skjern Vindmølle og Reberbane er elementer, der hører til historien om opblomstringen af Skjern som stationsby. Reberbanen har som den formodentlig eneste fungerende reberbane i Danmark stor kulturhistorisk værdi, men meget lille attraktionsværdi - den har været udråbt som Danmarks mindst besøgte museum. Vindmøllen, der i dag ligger tæt på Reberbanen, fremtræder i dag som en ”fremmed fugl” i det parcelhuskvarter fra første halvdel af 1900-tallet, der er vokset frem omkring den siden den under 1. Verdenskrig blev

flyttet til sin nuværende plads. Oprindeligt er møllen fra Albæk øst for Skjern, og kom i 1882 til Skjern, hvor byens hurtige voksevæk gjorde at den måtte flyttes igen. Den har affektionsværdi for borgerne i Skjern, og fremtræder synligt med sine højtravende vinger. Møllen er sat gennemgribende i stand frem til 2020, blandt andet med det formål at kunne fungere som mølle igen. Vindmøllen bruges primært til historiske foredrag.

<p>Skjern Vindmølle - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: nystandsatt 2019 for 500.000, hvilket må påregnes ca. hvert 20. år.</li> <li>• Besøgstal i 2019: 2.137</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Udviklingsforums øvrige aktiviteter gør andre dele af Skjern ikoniske og til centrum for kultur. Hvad er møllens betydning på sigt? Hvor vigtig er den for Skjern?</li> <li>• Der findes andre vindmøller i DK og vindmøllen er ikke unik for Skjern eller Vestjylland</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Museet accepterer udgifter til at møllen fungerer som kulturhus i Skjern</li> <li>• På sigt kan det være, at ejerskab skal overgå til andre? RKS, forening?</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalt udstillingssted og kulturhus drevet af byens foreninger</li> <li>• Bevaring og formidling af møllerfaget som håndværk</li> <li>• "Gå til håndværk" med fokus på de håndværk, der skal bruges for at bygningen vedligeholdes.</li> <li>• Sælges til særlig bolig i Skjern</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understøtning af museumsforeningens aktiviteter og arbejdet med at gøre vindmøllen til et aktiv for lokalsamfundet i Skjern og omegn</li> <li>• Undersøge muligheder for at gøre Reberbanen til et ubemandet besøgssted</li> <li>• Enkelte aktiviteter med fokus på at bevare og formidle gamle håndværk</li> <li>• OBS: stederne optræder ikke som åbne museer/besøgssteder, men kan bruges til andre aktiviteter, grupper og arrangementer for særlige målgrupper - og turister.</li> </ul>


<p>Reberbanen Skjern - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stand: Rimelig. Murværk kræver jævnlig vedligehold</li> <li>● Fremstår som et meget autentisk miljø, med lugt</li> <li>● Udstilling: Utidssvarende formidling</li> <li>● Besøgstal i 2019: 364</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Er ramme for bevaring af et håndværk og levende kulturarv, mere end det måske er bygningen selv, der er bevaringsværdig</li> <li>● Er "museets største genstand"</li> <li>● Er nærmest usynlig udefra, har dårlige adgangsforhold, og ligger i et område uden ret meget turisme</li> <li>● Mangler tilgrænsende historier og miljø for at have relevans</li> </ul>	
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● "Museets største genstand" – en sjælden reberbane</li> <li>● Bevaring af rebslager-håndværk / levende kulturarv</li> <li>● Åben adgang uden bemanning? Ex. som Flyvholm og Hjedding.</li> <li>● Eller "hemmelig perle", ex. del af guidede ture i Skjern</li> <li>● Reberlaug</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Formidling af, hvorfor reberbanen og håndværket skal bevares. Fokus på at bruge håndværket aktivt i nutidens samfund.</li> <li>● Formidling i ubemandet museum?</li> <li>● Uddannelse af et aktivt frivillig-laug</li> <li>● Evt. en rolle i det moderne Skjern?</li> </ul>

## Ringkøbing Museum og Dommerkontoret

Ringkøbing er ikke bare den centrale by i Ringkøbing-Skjern Kommune, men også egnens første og flotteste købstad. Ringkøbing by har en turiststrøm, der giver potentiale for et stort besøgstal med de rette udstillinger i de rette omgivelser. Udstillingen "Hvad bunkeren gemte"

trak 25.000 gæster. Museet fremstår i dag meget nedslidt og med utidssvarende publikumsfaciliteter. Museet er svært tilgængeligt for gangbesværede, barnevogne og handicappede. Med et ansigtsløft kan museet i en årrække blive en god ramme for udstillinger, der både kan rettes mod det lokale publikum og i sommerhalvåret mod turister, samtidig med at museet kan fungere som samlingssted for bl.a. Ringkøbing Museumsforening.

Udstillingsprogrammet kan med fordel være eksperimenterende i de kommende år, hvor det nybyggede Naturkraft finder sit publikum blandt lokale og turister. Formålet vil være at afklare, om der er gæster til et lokalmuseum anno 2021 med debatskabende, provokerende, inddragende og genkendelige historier. Fx: LGBT 2021 - identitet og familie i Vestjylland gennem tiden, Vi vestjyder - set af Anders Agger, Det gamle Ringkøbing og omegn (fotoudstilling i samarbejde med arkivet), Mylius Erichsens hedefortællinger osv.

<p>Ringkøbing Museum - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Stand: Tag nyt 2019. Murværk fint. Fugtskader murværk 1. sal og gulv i kælder. Fugtlugt i tidl. kustodebolig. Kloaklugt.</li> <li>● Indvendig stand: utidssvarende og svært tilgængelige toiletter. 1. sal bør totalrenoveres. Ingen adgang for handicappede/rollatorbrugere</li> <li>● Besøgstal i 2019:13.243</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gæstepotentiale uafklaret hhv. lokal vs. turisme, uvished ift. Naturkraft.</li> <li>● Bygningerne er ikke velegnede til tidssvarende udstillingsrum</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Afklaring af hvem der er målgruppen for Ringkøbing Museum.</li> <li>● Afprøvning af, om kommunens borgere vil bruge et moderne lokalmuseum</li> <li>● Afventning ift. Naturkrafts gæster – er der brug for et turist-museum i Ringkøbing?</li> <li>● Afklaring af, om fremtidens Ringkøbing Museum er placeret rigtigt, eller hvor det i givet fald skal ligge?</li> </ul>



<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Lokalmuseum anno 2020 – skiftende udstillinger, med RSKK borgere som målgrupper, der debatterer vestjysk selvforståelse. Fx Vestjyderne ifølge Anders Agger, Outsider (andre samlivsformer og livsstile i Vestjylland), Vi gør det da bare, Er I kristne alle sammen, Rakkerpak etc. Hovedformål: undersøge om vi kan lokke RSKK borgere på museum igen, plus ramme nye målgrupper.</li> <li>● Større borgerinddragelse, "din historie".</li> <li>● Vildeste idé: Historium Ringkøbing – byhistorie for turister i indendørs totalmiljø</li> <li>● Udfordring: Kræver store investeringer. Naturkraft er ukendt faktor.</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Indvendig fornyelse af publikumsarealer</li> <li>● Afklaring af og etablering af bedre toiletfaciliteter og adgangsforhold for gangbesværede og handicappede.</li> <li>● Plan for og iværksættelse af skiftende udstillinger i hovedbygningen i samarbejde med lokale aktører, fx. West Coast Pride, Ringkøbing Lokalhistoriske Arkiv, ungdomsuddannelser, Naturkraft mfl.</li> <li>● Vurdering af magasinbehov og evt. plan for flytning af genstande til hovedmagasin.</li> </ul>
---	---

<p><b>Dommerkontoret - potentialeanalyse</b></p>	
	<p><b>Status</b></p> <p>Stand: nyt tag i løbet af 10 år (overslag: 1 mio kr.). Vand pumpes i kælder.</p> <p>Besøgstal 2019: 754</p>
<p><b>Udfordringer</b></p> <p>Vej mellem RIM og DOM – de to bygninger hænger ikke sammen hverken fysisk, visuelt eller mentalt.</p> <p>Ikke optimal til genstandsudstillinger pga. lysindfald.</p> <p>Overetage ikke egnet til udstillinger, ikke adgang for handicappede.</p> <p>Ikke synlig placering i bybilledet</p>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Skal kræfterne bruges på at indrette både Ringkøbing Museum og Dommerkontoret?</li> <li>● Kan huset overtage funktionerne fra Ringkøbing Museum som udstillingslokaler?</li> <li>● Er der andre potentialer for huset?</li> <li>● Alternativ: kan huset omsættes ved salg til udvikling af museets øvrige aktiviteter?</li> </ul>

<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● RIM + DOM som kontor for RSM? Kræver stor investering ift. indretning + at Drift er i Bork.</li> <li>● Arkitektur-museum? Måske 2-3000 gæster årligt</li> <li>● Stor grund, god beliggenhed ift. fjord</li> <li>● Museumsbygning i Ringkøbing i stedet for Ringkøbing Museum</li> <li>● Mødelokale for museumsforeningen?</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Afklaring af hvad Dommerkontoret skal anvendes til.</li> </ul>
---	--

## Hvide Sande

Ringkøbing-Skjern Museum er med sin beliggenhed i Danmarks største vestkystkommune, med en lang kyststrækning, ikke kun mod Vesterhavet, men også rundt om Ringkøbing-Fjord, en oplagt kandidat til at fortælle historier med udgangspunkt i vestkystens hav- og fjordfiskeri. I dag fortælles disse historier fra Fiskeriets Hus, men fremover bør dette tema også være centralt for museet.

En vision kunne være et nyt museum på molen i Hvide Sande med fokus på de særlige vilkår, der har været gældende for kystfiskeriet, og de spor, dette liv har sat sig i mentaliteten hos klit- og fjordboere. Et museum, hvor turisten og den moderne vestjyde kan prøve at mobilisere det mod, der skal til for at kæmpe sig gennem bølgerne i en havbåd. Et museum om tro, håb og kærlighed?

### Handlinger 2021-2025:

- Dialog med museumsattraktioner i kommunen, der i 2020 ikke er under museet.
- Skab rum i udviklingsplanen til eventuelle nye samarbejder.

## Udvikling af formidling af historien i landskabet 2021-2025

Landskabet er fyldt med historier fra stenalder til i går. Det giver en særlig følelse at være 'lige der hvor det skete'. Museet skal selvfølgelig formidle i landskabet! Desværre er det svært at tage entré til naturen. Betalte ture kan dække en guideløn, men giver ikke indtægt til museet drift i øvrigt.

Museet har følgende indsatsområder for formidling i af historier i landskabet:


- At understøtte den stærke trend at være mere i naturen i fritiden.
- At 'pakke ture' med samarbejdspartnere indenfor Destination Vesterhavet
- At gøre turene attraktive gennem 'indpakning', fx. fuglebingo og bunkersafari.
- Formidling med udgangspunkt i formidlingsbaser - se uddybning nedenfor.
- Formidling med levende guider, med foldere, plancher og med nye medier.
- Med fokus på at være partner i Naturens Rige og en attraktiv samarbejdspartner for kommunen.
- Med fokus på at være tilstede i den østlige del af kommunen, men uden at drive besøgssteder.
- Med det udgangspunkt at læring 'bider sig godt fast', når den foregår udendørs, jf. erfaring med udeskolelæring.

### Formidlingsbase Ulf

Fra sommeren 2021 er et af museets besøgssteder flydende. Åledrivkvasen Ulf har base i Ringkøbing Havn, men kan også være at finde i Hvide Sande og nogle af de øvrige fjordhavne. Der kan af sikkerhedsmæssige årsager ikke være mange passagerer ombord, så sejlads vil primært være med en frivillig besætning. De formidlingstiltag, der udvikles, vil derfor især kunne afvikles når Ulf ligger til kajs. Oplagt er formidling i mundtlig form af fiskeriet i fjorden og på havet. Ålefiskeriet var en lokal, økologisk katastrofe, som det har relevans i dag at tale om bæredygtighed ud fra.


Målgrupperne for formidlingen er både skoler og turister. Ulf kan også bruges til at styrke den levende kulturhistorie i tilknytning til sejlads og fiskeri, og de håndværk og færdigheder, der knytter sig til fjordsejladsen.



<p>Ulf - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: Nybygget 2020</li> <li>• Havneplads i Ringkøbing fra 2021</li> <li>• Midlertidig havneplads i Hvide Sande</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der kan kun sejles med meget begrænset antal ombord.</li> <li>• Må kun sejles af frivilligt laug, ikke gæster.</li> <li>• Få kvadratmeter ift. formidling.</li> <li>• Svært at tage entré.</li> <li>• Skal indgå i porteføljen frem til 2029 efter aftale med Nordea-fonden.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kan Ulf bruges til formidling af fjordkultur med og uden formidler, når den ligger til kaj?</li> <li>• Hvilket formål har frivilliglaug og sejlads?</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Base for natur-kulturformidling i havn</li> <li>• Kan flyttes mellem fjordhavne</li> <li>• Mulighed for eksklusive sejlads?</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Søsætning og rigning af Ulf</li> <li>• Konsolidering af frivilliglaug</li> <li>• Etablering af gode samarbejdspartnere i de forskellige havne</li> <li>• Afprøvning af formidlingstilbud med base i Ulf</li> <li>• Udvikling af skoletjenestetilbud</li> <li>• Udvikling af tilbud med natur-kulturvejledning for grupper og turister</li> </ul>


## Formidlingsbase Provstgaards Jagthus og Nationalpark Skjern Enge

Provstgaards Jagthus ligger midt i den uendelige horisont i Skjern Enge, nabo til Pumpestation Nord, der er formidlingsbase for genopretningen af engene. Huset er indrettet som da brødrene Provstgaard med familie boede på og drev jagt fra stedet. Der er mulighed for at afholde mindre selskaber og events i huset. Huset er en oplagt base for formidling til fods og vands i Skjern Enge.

<p>Provstgaards Jagthus - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: Gennemrestaureret 2018</li> <li>• Udstilling: Ny, men hurtigt set</li> <li>• Besøgstal i 2019: 3.762</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• For lille et lokale til at have en udstilling, som man vil betale for at se</li> <li>• For lille til at ligne et besøgssted udefra, og plads til få gæster ift. bemanding</li> <li>• Få p-pladser</li> <li>• Mangler en tydelig relation til historien om Skjern Enge set udefra</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skal stedet fungere som en udstilling eller bruges til andre kulturmøder?</li> </ul>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Særligt møde- og arrangementslokale</li> <li>• Base for naturture</li> <li>• Evt. sammen med Pumpestationen (hvis vi formidler begge) en port til Skjern Å deltaet.</li> <li>• Udgangspunkt for gåture og cykelture i Skjern Enge (Kulturrum hvis pumpestationen er Naturrum / Høge Veluve i mini-skala?)</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablering af en egentlig formidlingsbase med grej til natur- og kulturformidling</li> <li>• Etablering af formidlingsruter med udgangspunkt i stedet</li> <li>• Etablering af partnerskaber omkring brugen, fx. med Stauning Whisky, Ringkøbing-Skjern Kommune, Naturstyrelsen, Skjern Udviklingsforum og interessenter omkring Pumpestation Nord.</li> </ul>


## Formidlingsbase Bundsbæk Mølle og Bundsbæk Naturpark

Bundsbæk Naturpark har eksisteret siden 1990'erne, men mangler stadig at blive taget i brug af en større kreds af lokale og turister. De elementer, der har indgået i Naturparken omfatter Bundsbæk Mølle med udstilling og levendegørelse, boardwalk i Bjørnemosen, Mette Mus' rekonstruerede rakkerhus og tørvegrav, naturkunst i samarbejde med Danmarks Naturfredningsforening samt Dejbjerg Jernalder. Den sidste bliver nu nedlagt. Desuden er der i nærområdet flere formidlingsnedslag, der dog ikke er fysisk forbundet med hinanden, herunder Troldbænk med jernaldermarker, fundamentene fra en tidligere fængselslejr i forbindelse med skovrejsning og vandreruten Drivvejen. Der er potentiale for at stedet bliver et oplagt mål for søndagsgåturen - men det kræver et fokus på etablering af elementer, der ikke kræver stort vedligehold.

<p>Bundsbæk Mølle og Naturpark - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: stråtag skiftes indenfor få år. Mølledam oprensnes hvert 3. år</li> <li>• Stisystemer skal vedligeholdes</li> <li>• Besøgstal i 2019: 7.706</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• P.t. få gæster, er udenfor vestkystturisternes forestilling om Vestjylland</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skal vi satse på stedet som Naturpark?</li> <li>• Ansøgning om at blive det officielt?</li> <li>• Satsning skal omfatte et udbygget stisystem med sammenhæng til arealer nord- og syd for området inkl. formidling – med og uden guider.</li> <li>• Sætter vi hellere på Bundsbæk Naturpark end på Nationalpark Skjern Å? Har vi ressourcer til begge dele?</li> <li>• Skal der i stedet være fokus på "park" i forståelsen "ordnede (na)turforhold"?</li> <li>• Er historien og stedet stærk nok til at trække folk fra mere end Skjern?</li> </ul>

<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kan Bundsbæk Naturpark blive et attraktivt naturspot som alternativ til klitter?</li> <li>• Naturmad, vild lejrplads, udgangspunkt for vandreture</li> <li>• Formidling med audio i hele Bjørnemosen</li> <li>• Nye vandreruter, fx Hedetur og Kierkegaard rute</li> <li>• Formidlingsbase for skoleformidling, fx tidsrejser i fortid og fremtid</li> <li>• Samarbejde med Ungdomsskolen</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gentænkning af brug af Bundsbæk Naturpark ift. ressourcer</li> <li>• Samarbejder med partnere, især Naturfredningsforeningen og Ringkøbing-Skjern Kommune om brug af stedet - fx. som legeplads for naturgrupper, spejdere og ungdomsskolen</li> <li>• Synliggørelse af de mange historier – flere ressourcer i markedsføring</li> <li>• Opgradering af stisystemer</li> </ul>
---	--

<p>Rakkerhuset - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: Trænger til vedligehold</li> <li>• Formidling er ikke-eksisterende</li> <li>• OBS: ikke original bygning</li> <li>• Historien er virkelig god og eksempel på at "fortiden er et fremmed land".</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meget få gæster.</li> <li>• Svært tilgængelig.</li> <li>• Svær at formidle – der er for lidt plads til skole- og ture</li> <li>• Intern konkurrence med Bundsbæk Mølle ift. at blive brugt som rum</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lån huset til særlig overnatning?</li> <li>• Indret med ét rum – særligt mødelokale?</li> <li>• Lad forfalde til ruin – formidle om rakkerne på gåtur audioguide</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beslutning om, hvad huset kan og skal bruges til. Skal det blive i landskabet?</li> </ul>

<p>Dejbjerg udstillingshus - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: Tag og nedløbsrender skal skiftes (250.000 kr.). Solceller virker ikke.</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Huset passer ikke i byggestil til de øvrige bygninger omkring møllen (clash ift. BM). Svært sted at få mange besøgende. For lille udstillingsbygning til at være attraktion i sig selv.</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p>
<p><b>Potentialer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kursus- og arrangementslokale til lokale kurser (RSKS), egne kurser, gå til håndværk, skoletjeneste, særlige arrangementer (fx bryllupper), mindre håndværksmesser el.lign.</li> <li>• Naturrum (Formidlingsport) til Bundsbæk Naturpark</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jernalderhuse skal tages ned og evt. genbrug af tømmer. Evt. sættes et hus i stand (pris som et parcelhus?)</li> <li>• Evt. brug til fortids- og fremtidsrejser som base for skoleformidling</li> </ul>

## Levende formidling og bunkerture

En af Ringkøbing-Skjern Museums mest populære 'varer' er bunkerture med udgangspunkt i Krylen nord for Søndervig, og historien om fundet af den unge, tyske soldat Gerhard Saalfelds bunker. Turene er udfordret af to ting: dels konkurrence fra private guider, dels en bekymring fra sommerhusejerne for et stor gæstetryk i sommerhuskvarteret. Det ville være godt at finde alternative muligheder til de populære bunkerture. Museet har desuden succes med en bred vifte af natur-kulturhistoriske ture i hele kommunen.



<p>Landskabet og ture - potentialeanalyse</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2. største "publikumsmagnet" i dag.</li> <li>● Ingen særlige faciliteter eller udstyr</li> <li>● Antal turgæster i 2019: 3.733</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mandskabstungt</li> <li>● Flere sprog på højt niveau</li> <li>● Kræver uddannelse af guider</li> <li>● Hvordan kan man få volumen stor nok til at have ansat kvalificerede guider året rundt?</li> </ul>	<p><b>Nødvendige afklaringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Museets rolle ift. Naturkraft</li> <li>● Museets rolle ift. private aktører</li> <li>● Vigtighed for museet ift. øvrige formidlingsformer (med entré)</li> </ul>
	<p><b>Handlinger 2021-2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Øget professionalisering af turene med fokus på uddannelse af guider</li> <li>● Fortsat samarbejde med grundejerforening ift. bunkerture ved Krylen</li> <li>● Gerne afmærkning af ruten for gæster, der kommer uden guide</li> <li>● Udvikling af nye bunkerture</li> <li>● Udvikling af nye typer af ture i landskabet - fx i kano, med mad osv.</li> <li>● Nyt "take" på formidlingsform – fx inddragende, andre typer ture ("safari"), en egentlig satsning.</li> <li>● "Skattejagt" og startpunkt</li> </ul>

## Kultur, stier, skilte og formidling i landskabet

Destination Vesterhavet får de kommende år skærpet fokus på hvad baglandet til vestkysten har at tilbyde turister, og museet har mange års erfaring med at gøre landskabet til et fortællerum.

Museet kan underbygge destinationens indsats gennem formidling af de historier, indlandet bag Ringkøbing Fjord gemmer på, fx:

- Forhistoriske landskaber
- Plantagehistorier
- Skjern å og enge
- Bundsbæk og mølleengen
- Heder og moser og rakkerpak
- Rakkerruter
- Kvinder ud i verden
- Krig og fred (Borris Skydeterræn)
- Verdenskrig, Kold krig og bunkere i Ringkøbing
- Tørve-triller-ture

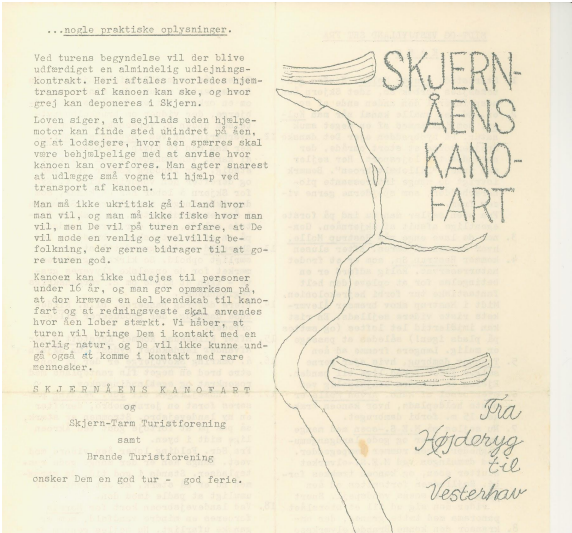
Museet har været med til at etablere et utal af vandre- og cykelruter i Ringkøbing-Skjern Kommune, og har beskrevet kultur- og naturhistoriske forhold som formidling på ruterne. Det er nødvendigt med en konstant opfølgning og etablering af partnerskaber omkring disse ruter, hvis de skal vedligeholdes og være tilgængelige. Med corona-krisen er fokus på tilgængeligheden i landskabet vokset, og museet har stor interesse i at formidle kultur- og naturhistorien i landskabet. Projektet Digterruter på Kaj Munks Præstegård åbner i 2021 og tager kulturhistorien i lydform med ud i naturen.

Der er adskillige unikke, fredede fortidsminder i landskabet, som museet formidler, og nogle af dem også ejer eller indgår i pleje-partnerskaber omkring, fx. Lyngsmose-fæstningen og Jernaldermarkerne på Troldbåne. Desuden er der et potentiale i at formidle mere 'ad hoc' ved arkæologiske udgravninger. Dette er mere aktuelt fremover, da museet får større mulighed for med kort varsel at planlægge og annoncere event og ture.

Det er nødvendigt at undersøge, hvilke nye formidlingsgreb og -metoder, der er velegnet til at formidle historier i landskabet. Nogle af de metoder, museet i den kommende periode kan arbejde med er fx.

- Med formidler 1:1, og greb ift. drama, dragter, tidsrejser, stemmeføring mm.
- Fortælleark og manuskripter som grundlag for ensartet kvalitet
- Uddannelse i sprog og formidling 'uden sprog' eller med kropssprog
- Lydfortællinger
- Følg 'den røde tråd' (synliggørelse af ruter digitalt og fysisk)
- Gådejagt og skattejagt i feltet mellem det digitale og det fysiske

- Bilen som bonus i fortællingen


<h2>Landskabet og ture - potentialeanalyse</h2>	
 <p>...noele praktiske oplysninger.</p> <p>Ved turens begyndelse vil der blive udfærdiget en almindelig udlejningskontrakt. Heri aftales hvorledes hjemtransport af kanoen kan ske, og hvor grej kan deponeres i Skjern.</p> <p>Loven siger, at sejlads uden hjælpemotor kan finde sted uhindret på åen, og at lodsejere, hvor åen opføres skal være behjælpelige med at anvise hvor kanoen kan overføres. Men agter snarest at udlægge små vogne til hjælp ved transport af kanoen.</p> <p>Man må ikke ukritisk gå i land hvor man vil, og man må ikke fiske hvor man vil, men De vil på turen erfare, at De vil møde en venlig og velvillig befolkning, der gerne bidrager til at gøre turen god.</p> <p>Kanoen kan ikke udlejes til personer under 16 år, og man gør opmærksom på, at der kræves en del kendskab til kano-fart og at redningsveste skal anvendes hvor den løber stærkt. Vi håber, at turen vil bringe Dem i kontakt med en herlig natur, og De vil ikke kunne undgå også at komme i kontakt med rare mennesker.</p> <p>SKJERN-ÅENS KANOFART og Skjern-Tarm Turistforening samt Brande Turistforening ønsker Dem en god tur - god ferie.</p> <p><i>Fra Højderyg til Vesterhav</i></p>	<h3>Status</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Museet har gennem årene udviklet mange ruter, men de er ikke opdateret, hverken ift. fysiske afmærkninger eller foldere</li> <li>● App'en Naturens Rige var tænkt som digitalt formidlingsværktøj, men fungerer ikke for brugerne.</li> </ul>
<h3>Udfordringer</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Hvordan tjener man på at formidle historierne i landskabet?</li> </ul>	<h3>Nødvendige afklaringer</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Vigtighed for museet ift. øvrige formidlingsformer (med entré)</li> </ul>
<h3>Potentialer</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Corona-krisen har givet fornyet interesse hos den brede befolkning i at opsøge viden og oplevelser i naturen.</li> <li>● Camønoen og andre vandreruter viser at der en brugerskare til afmærkede ture.</li> <li>● Oplevelser i naturen er et reason to go for turister på Vestkysten.</li> </ul>	<h3>Handler 2021-2025</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fortsat fokus på formidling i landskabet, gerne med nyt "take" på formidlingsform – fx inddragende, andre typer ture ("safari"), en egentlig satsning.</li> <li>● Vedligehold og genetablering af tidligere beskrevne ruter, gerne i samarbejde med Ringkøbing-Skjern Kommune og Destination Vesterhavet</li> <li>● Større fokus på formidling af arkæologiske udgravninger</li> <li>● Større fokus på 'indlandsturisme' og formidling af historierne øst for Ringkøbing Fjord</li> <li>● "Skattejagt", startpunkter, formidling gennem nye medier.</li> </ul>

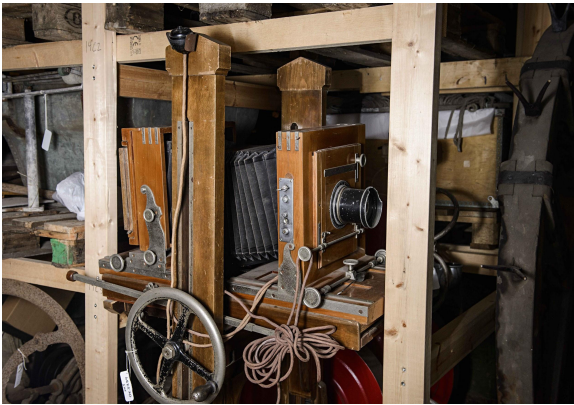


	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution af foldere eller anden info.</li> <li>• Samarbejde med Destination Vesterhavet og andre interessenter</li> </ul>
--	--

## Øvrige bygninger

Bunds­bæk Møllegård - museets administration. Daglig arbejdsplads for ca. 40 personer. Værksteder, maskinopbe­vring og butikslager.

<p>Bunds­bæk Møllegård</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stand: OK, men ikke energi-optimeret = dyr som kontorbygning</li> <li>• Der er plads nok i eksisterende kontorbygninger og faciliteter selv til en udvidelse af medarbejderstaben</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dårlig placering ift. politikere i Ringkøbing, og ift. største attraktioner LF og BVH = fysisk, mentalt og driftsmæssigt langt fra gæsterne</li> <li>• Vi bruger uforholdsvist meget energi i dag på drift af BMG ift. at være der, hvor gæsterne er!</li> <li>• Vi har behov for kontorplads, kantine osv. til ca. 55+ personer.</li> </ul>	<p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beslutning om museets administration fortsat skal ligge i Bundsbæk.</li> <li>• Hvis ja, så evt. energioptimering og evt. bedre udnyttelse af lokaler til kontor/møderum/udlejning mm.</li> <li>• Hvis vi flytter kontor fra BMG flytter vi energien så langt væk fra Bjørnemosen og BM, at de vil miste betydning for RSM i løbet af få år. Det vil blive vores nye "Gåsemandens Gård".</li> <li>• Hvis vi får kontor et andet sted skal vi finde plads til maskinpark og værksteder.</li> </ul>

<p>Magasin Skjern</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hovedmagasinet er i lagerhaller i Skjern.</li> <li>• Foruden hovedmagasin er en stor del af samlingen i kælderen under Ringkøbing Museum (cigarkassen). Herudover opbevares genstande bl.a. i Dejbjerg.</li> </ul>
<p><b>Udfordringer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der er magasin på flere matrikler, og samlingen bør på sigt samles på én adresse.</li> <li>• Magasinet i Skjern er tæt på at være fyldt.</li> <li>• Det er ikke "sexet" at søge tilskud til opgradering af magasinforhold.</li> </ul>	
	<p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Løbende oprydning og ansøgning om udskillelse af genstande.</li> <li>• Plan for samling af magasin på én adresse.</li> </ul>

<p>Hattemagerhuset</p>	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Huset fik nyt tag i 2017. Huset er i rimelig stand. Haven er forsømt. Toiletforhold er et das. Der er ikke indlagt vand.</li> <li>• Der er bygget nyt parcelhuskvarter op omkring huset, så kulturmiljøet er fjernet.</li> <li>• Plads til gæster er meget begrænset.</li> </ul> <p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afklare om der er lokale ildsjæle, der vil varetage vedligehold og brug.</li> <li>• Hvis ikke - salg.</li> </ul>

## Gåsemandens Gård



### Status

- Gården er fredet. Stand er god, men stråtaget skal skiftes snart.
- Heden, der udgjorde kulturmiljøet, er væk.
- Der er forsøgt adskillige formidlingstiltag, men besøgstallet har været lille.

### Handlinger 2021-25

- Salg.

## Tangs Hus



### Status

- Huset er opført delvist af gamle materialer fra Ringkøbing. Stand er ok.
- Huset er ikke egnet til udstilling af genstande.
- Huset er "fri fantasi" og giver et falsk billede af købstadens bygningskultur .

### Handlinger 2021-25

- Afklare om huset giver mening ift. skoletjeneste.
- Hvis ikke - drøft om det bør eksistere.

## Søren Lykkes Hus




### Status


- Huset er udlejet siden 2020. Lejer har sat huset i stand og opført tilbygninger.
- Huset bidrager til Bork Havns kulturmiljø.
- Plads til gæster er meget begrænset.

### Handlinger 2021-25

- Drøfte frasal, eller fortsat udlejning.



Husmandsstedet	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Huset er misvedligehold og en ruin, hvor det er farligt at færdes.</li> <li>● Nabo til huset er en shelterplads og stisystem i Bjørnemosen.</li> <li>● Tidligere nedrivningstilladelse blev trukket tilbage, men planer aldrig gennemført.</li> </ul> <p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Afsætte, evt. søge, midler til nedrivning.</li> </ul>

Dejbjerg Jernalderlandsby	
	<p><b>Status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● De førstbyggede huse er i meget dårlig stand, og bærende dele skal skiftes.</li> <li>● Besøgstallet har været langt fra at modsvare driftsudgifter.</li> <li>● Er besluttet lukket som besøgssted i 2020.</li> </ul> <p><b>Handlinger 2021-25</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nedrivning, evt. materialelegenbrug, af ældste bygninger.</li> <li>● Afklaring om nyeste bygning kan anvendes til skoleformidling - i så fald skal taget sættes i stand.</li> </ul>

## Events

Arrangementer og events har været en del af Ringkøbing-Skjern Museums virke siden 1988, hvor der første gang blev afholdt Historisk Dyrskue, og har gennem årene fulgt tidens tendenser og gæsternes ønsker. Jul på Bundsbæk Mølle er for nogle en lokal tradition man næsten *skal* til, og Bork Vikingemarked var så populært, at museet skabte Bork Vikingehavn omkring det. Arrangementerne understøtter også det arbejde, museets frivillige brænder for, og kan kun gennemføres ved hjælp af mange frivillige timer.

Arrangementerne er i hård konkurrence med omverdens tilsvarende julemarkeder, mad- og musikfestivaler og kultur- og folkemøder. De fleste vikingeatraktioner afholder ligesom vi vikingemarkeder. Ringkøbing-Skjern Museums events og arrangementer kræver konstant evaluering og udvikling for at være relevante for samfundet og de frivillige.

## Venue: Bork Vikingehavn

Det første vikingemarked på Ringkøbing-Skjern Museum blev holdt i 1989, og fra 1990 ved Fahl Kro. Vikingemarkedet blev startsskuddet til en satsning på vikingeatraktionen Bork Vikingehavn. Markedet havde godt 7.000 gæster i 2019. Vikingemarkedet involverer mere end 300 frivillige, hvoraf de fleste er "vikinger". Mange har egne salgsboder med, eller deltager i performance som krigere eller ryttere.

Vikingemarkedet er sårbart ift. vejrlig. En særlig udfordring er kommet i form af corona. Når succesen afhænger af at have mange mennesker igennem pladsen på to dage, fungerer det ikke i en virkelighed, hvor afstand er altafgørende. Ser man på de samlede personaletimer og omkostninger til forplejning og materialer, er vikingemarkedet ikke økonomisk bæredygtigt. Der er behov for nytænkning.

De kommende år vil vi fastholde det gode ved vikingemarkedet: Nemlig at gæsterne får følelsen af at komme tæt på vikingerne, når de kan handle med dem og gå rundt mellem deres boder. Vi vil samtidig afsøge nye koncepter, fx. mere eksplicite fortællinger og skuespil mere end "reenactment" for at skabe nye oplevelser for gæsterne. En vigtig parameter for succes er at gæsteflowet kan styres, så vi stadig kan have mange gæster, men fordelt bedre i løbet af perioden med marked.

## Venue: Bundsbæk Mølle

Siden 1991 har der hvert år i december været julestemning på Bundsbæk Mølle. Tidligere har der været boder med husflid og håndværk, men de seneste år har museet haft fokus på at differentiere sig fra øvrige julemarkeder ved et mindre fokus på salgsboder og et større fokus på formidling, hygge og grønne nisser. Der er skabt en "jul i gamle dage" på Bundsbæk Mølle og et "nisseversitet" i Dejbjerg-bygningen. Julearrangementet havde ca. 3.000 gæster i 2019. Jul på Bundsbæk Mølle er i dag et set-up, der kræver meget personale, der bemander de mange boder og aktiviteter. Jul på Bundsbæk Mølle kan ikke gennemføres i sin nuværende form uden en større mængde frivillige. Der har tidligere været stor tilslutning fra oplandets skoler til skoleforløb i december, men populariteten er for nedadgående.

Det skal afklares, om Jul på Bundsbæk Mølle skal afholdes fremover. Arrangementet er populært blandt lokale, og for nogle er dette årets museumsbesøg. Der er måske et potentiale i nye målgrupper. Først og fremmest bør der skabes et økonomisk bæredygtigt set-up, der kan tilbyde et andet december-hygge produkt end de gængse julemarkeder.

## Øvrige venues

Museet har deltaget i øvrige events i bl.a. Ringkøbing, Skjern og Hvide Sande, og har også selv gennemført mindre og større event på museets øvrige besøgssteder, blandt andet Kaj Munks Præstegård. Der er pt ikke planer for nye events. Museet planlægger i de kommende år at afsøge mulighederne i at bruge museets besøgssteder som base for kulturevents.

## Økonomiske forudsætninger for planerne

Hvis museets planer skal gennemføres, skal der tilføres midler til udvikling og nybygning af besøgssteder fra eksterne midler.

Der skal i perioden 2021-2025 udarbejdes en plan for, hvilke fonde der planlægges søgt til forskellige projekter, begrundet i tilskudsstørrelse og projektets grundidé og målgrupper.

En væsentlig faktor for at opnå støtte er at museets projekter har politisk og økonomisk opbakning fra Ringkøbing-Skjern Kommune. Her er det især vigtigt, at kommunen og museet tidligt har dialog om prioritering af projekterne ift. øvrige projekter i kommunen.

Det er afgørende, at der bag hver af projekterne foreligger et realistisk driftsbudget for det enkelte besøgssted og den samlede museumsvirksomhed. Det er desuden vigtigt, at projekterne baseres på forudgående analyser af gæstepotentialet, målgrupper, prisniveau og behov for bygningsmasse.

For at opnå de nødvendige personalemæssige og økonomiske ressourcer til forprojekter, analyser og internt forarbejde har museet behov for i videst mulige udstrækning at oparbejde et økonomisk driftsoverskud til udviklingsprojekter.

Ethvert projekt er i risiko for at gå i vasken. Det er vigtigt at være realistiske og åbne om de risici der er for hvert af projekterne - og arbejde med en lang tidshorisont for den samlede omkalfatring af Ringkøbing-Skjern Museum.