

# Museernes fornemmelse for oplevelsesøkonomi

Økonomistyring, markedsføring, kommunikation og it. Den moderne kulturformidling stiller større og større krav til **museumsarbejderen**. Derfor valgte museumsinspektør Rikke Ruhe at efteruddanne sig med en master i museologi

## Oplevelsesøkonomien – humanisternes arbejdsgiver

Oplevelsesøkonomi, et modeord der er kommet for at blive. Ingen har patent på det, dog bliver ordet ofte sat i forbindelse med museerne, og humanisterne optræder ofte som oplevelsesøkonomiens potentielle lønmodtagere. Humanister er nemlig gode til at formidle kulturarven. Men oplevelsesøkonomi er mere end gode historier. Det kan den unge museumsinspektør på Frilandsmuseet Rikke Ruhe skrive under på.

## Museumsdirektørens bekendelser

Som nyuddannet, 28-årig etnolog havnede Rikke Ruhe i første hug i sit drømmejob – på et museum – som museumsinspektør. Efter fem hektiske år med learning-by-doing, trængte Rikke Ruhe til at hæve sig lidt over dagligdagens praksis og få sin museale faglighed slettet af. Derfor gik hun i gang med en master i museologi. Det har givet anledning til refleksion, og HUMavisen fik lov til at få indblik i nogle af hendes erfaringer. Erfaringer som både er et resultat af en nyudklækket kandidat der i sit første job møder virkelighedens praksis, men også det faktum at museerne har udviklet sig til en kompleks og mangesidet organisation, og netop derfor har skabt behovet for både en suppleringsuddannelse og en masteruddannelse i museologi.

## Cigarkasseøkonomi

Rikke Ruhe blev i første omgang ansat i et vikariat, hvor hun blandt andet skulle styre et ret stort indretningsprojekt på museet, der skulle have en ny museums-

bygning. Hun skulle stå for at indrette interiørene, og det drejede sig om en stor brugsforening, hvor der både skulle være butik, forsamlings-sal, en bolig, nogle skure og et helt anlægsmiljø, som skulle indrettes som i 30'erne. Som etnolog havde Rikke Ruhe beskæftiget sig en del med andelstiden og hun vidste lige præcis, hvordan hun skulle gribe den side af sagen an. Det var imidlertid nogle andre udfordringer der optog akademikeren.

– Når man lige kommer ud fra universitetet, så er der en masse, man ikke ved noget om. F.eks. personaleledelse og økonomistyring og den slags. Jeg vidste heller ikke så meget om projektstyring. Hvordan kører jeg sådan et stort projekt, der varer i to år, sådan at jeg bruger arbejdstiden mest optimalt? Sådan at jeg får koordineret alle de konservatorer jeg skal have ind over til at konservere alle de her ting. At få det hele til at gå op i en højere endhed, så jeg når det hele til åbningsdagen. Og endnu vigtigere at jeg ikke går ud over mit budget. Det har virkelig været på gefühl og cigarkasse-regnskab, erkender Rikke Ruhe.

## En museumsorganisation

Det var blandt andet i sådanne projekter, at Rikke Ruhe følte at hun gerne ville være mere bevidst om hele processen, en langsigtet strategi frem for fra dag-til-dag taktikken.

–Det går jo op for en, når man sidder i museumsverdenen, at det er en organisation. Vi har brug for at forholde os til god ledelsesteori og til at forholde os til forandringsprocesser. Vi har også brug for at forholde os til en ordentlig kommunikation på arbejdspladsen for at få det hele til at køre. Det er jo på ingen



Arnold Mikkelsen, Nationalmuseet

*Etnologen Rikke Ruhe blev klædt på til sit job på Nationalmuseet med en Master-uddannelse i museologi*

måder teorier, jeg har med som etnolog fra universitetet.

## Museer og markedsføring

Hvad angår oplevelsesøkonomiens indtog på museerne, ser Rikke Ruhe det som et udtryk for at der skal mere og mere til for at lokke museumsgæsterne til:

–Vi er på godt og ondt blevet en del af den her underholdningsbranche, og jeg føler helt klart at museerne har en større opgave med at legitimere sig selv i forhold til alle mulige andre underholdningstilbud. Det betyder at vi er nødt til at være meget mere kundeorienteret end vi har været før. Man kan ikke bare forvente at folk kommer inden for hegnet og synes det er fantastisk det hele. Der har de nogle helt andre forventninger til hvad en oplevelse en søndag med familien skal gå ud på. Det kan vi mærke, fortæller Rikke Ruhe.

En anden ting museerne kan mærke, er at gæsterne ikke er de eneste der stiller større krav til de hårdt pressede museer.

*Fortsættes næste side*



Der er både noget til ganen og til ørerne for SLK's medarbejdere, når de hver onsdag bliver inviteret til lunch lecture. Denne onsdag var det Alexandra Kratschmer der fortalte om sin ph.d.-forskning.



# Lyst til en lecture til lunch?

## En bid med vid

Seminarer, foredrag, forelæsninger. De traditionsrige danske videnstilegnelser har fået selskab af en amerikaner: *Lunch lectures*. Initiativtager er lektor og ph.d.-koordinator Inger Hunnerup Dalsgaard, som har taget ideen med til Danmark: – Da jeg var på Harvard kaldte de vist konceptet "brown bag lunch lectures". Ideen er at den travle akademiker kan tage sin madpakke med og høre et foredrag, mens hun alligevel skal spise sin frokost.

## Nye samarbejder på tværs

Udover den effektive, praktiske og intellektuelle frokostidé, så har initiativtageren også haft andre hensigter med frokostordningen. –Efter Germansk, Engelsk og Romansk/Klassisk blev slået sammen til SLK begyndte vi i forskningsudvalget at snakke

om, hvordan vi kunne begynde at lære hinandens forskning at kende. Samtidig havde jeg i kontakten med SLKs ph.d.-studerende opfanget at nogle af dem meget gerne ville have mulighed for at præsentere deres projekter for at skabe større dialog og netværk med instituttets forskere, ud over dem som deres respektive forskerskoler eller vejledere har sat dem i direkte kontakt med, forklarer Inger Hunnerup Dalsgaard.

## Smør-selv-madder

Midt i sidste semester tog Inger Hunnerup Dalsgaard så springet og kombinerede de to tanker. Forskere og ph.d.-studerende skulle være oplægsholdere, og de inviterede skulle være ansatte ved det nye SLK-institut. Flere interesserede er dog dukket op til arrangementerne, men indtil videre har der været rugbrød og pålæg nok til alle, forsikrer Inger Hunnerup Dalsgaard.

Frokostarrangementet er en deluxe udgave af det oprindelige madpakkekoncept, da instituttet sponsorerer rugbrød og pålæg. Deltagerne skal blot smøre deres egne madder – både før og under der fortælles om forskningen.

–Tanken er at det er en uformel seance, hvor ansatte på tværs af akademiske fagbarrierer kan få et hurtigt indblik i, hvad vi hver især går og roder med uden at stresse over at "miste" en time. "Vi skal jo alle spise", som en af vores professorer sagde, fortæller Inger Hunnerup Dalsgaard.

men

For yderligere oplysninger om tid og sted for lunch lectures:

[www.hum.au.dk/engelsk/pages/calendar.php](http://www.hum.au.dk/engelsk/pages/calendar.php)

–Jeg synes også man kan mærke at vores organisationer bliver skåret ned ressourcemæssigt samtidig med at vi skal forholde os professionelt til en ret bredere vifte af opgaver. Her er det netop marketing og formidling der er kommet ind over og tager mange flere af vores ressourcer, fordi der skal mere til før man bliver hørt, samtidig med at vi også skal kunne aflæse hvad kunderne

kan relatere sig til, når de kommer ind på museet. Alt sammen betyder at tiden bliver mere og mere kneben for den enkelte museumsmedarbejder, fortæller Rikke Ruhe.

men

## Mere om museologi

En master i museologi kræver to års erhvervs erfaring. Men er du interesseret i allerede nu at arbejde med museologien udbyder de også en suppleringsuddannelse.

Læs mere på:

[www.museologi.au.dk/uddannelse/supplering.htm](http://www.museologi.au.dk/uddannelse/supplering.htm)