

Afrapportering af brugerundersøgelsen

"Ta' på Trapholt – ungdomsliv og provinsmuseum"

J.NR.: AMF. 2013-0054

Undersøgelsens mål

Med undersøgelsen *Ta' på Trapholt – ungdomsliv og provinsmuseum* ønskede Trapholt at afsøge grundlaget for og potentialerne i et øget fokus på ungemålgruppen. Kolding er en studieby i vækst. Byen har i dag et meget alsidigt udbud af uddannelsesinstitutioner, mest markant er måske Designskolen Kolding med et spændende, kreativt studiemiljø. Som Koldings kunst- og designmuseum, er det Trapholts vision at etablere en formidlingsstrategi, rettet mod byens unge studerende (15-29 år), der skal bevirke, at Trapholt og museumsbesøg bliver en naturlig og relevant del af de unges kulturelle identitetsudvikling og kulturforbrug.

Undersøgelsens overordnede mål var således todelt: Dels ønsker Trapholt at afdække de unge studerendes kulturadfærd og –præferencer. Dels ønsker museet at udvikle og teste konkrete formidlingsinitiativer i målgruppen.

Undersøgelsens forløb

Kulturdagbøger

Analysebureauet ANEX stod for den praktiske udførelse af undersøgelsen, mens Trapholt fungerede som sparringspartner og faglig ansvarlig.

I første fase af undersøgelsen blev syv personer rekrutteret til at udfylde "Kulturdagbøger" over et 14 dages forløb. Her noterede de systematisk deres kulturvaner og –forbrug samt fotograferede deres kulturliv. Deltagerne blev rekrutteret via flyers og gennem uddannelsesinstitutionernes intranet. Efterfølgende blev de enkeltvis interviewet for at få et mere dybdegående indblik i deres kulturforbrug.

Resultaterne fra Kulturdagbøger og solointerviews førte til formulering af seks fiktive formidlingstiltag, som derefter blev afprøvet ved fokusgruppeinterviews. De seks formidlingstiltag var:

1. Trap Club: For unge i Kolding der ønsker at opleve Trapholt, kunst og design på en ny måde. For 175 kr. om året får unge mellem 15-29 år gratis adgang til Trapholt og arrangementer: Rundvisninger, workshops, foredrag-og debataftenener alt sammen

med specielle og skæve temaer. Der vil efterfølgende være social hygge sammen med andre unge i Kolding og for eksempel billig mad og øl.

2. Trapperne ambassadørnetværk: Bliv end del af Trapholts ambassadørkorps og vær med til at lave events og aktiviteter for andre unge. Det er kulturtilbud og events for unge, lavet af unge. Lav fede temaaftener på Trapholt eller bring kunsten ned i midtbyen, fitnesscenteret eller skolen eller find på noget helt andet: Du sætter dagsordenen i samarbejde med Trapholt og de andre Trappere. Det er en unik mulighed for at få indflydelse på kulturlivet i Kolding og komme bag kulisserne på et af Danmarks tonegivende kunstmuseer. Det ser godt ud på CV'et, og du bliver del af et nyt socialt fællesskab.

3. Semesterstartsfest: En festlig eftermiddag for alle studerende med koncerter, fadølsanlæg og picnic på Trapholts skønne græsplæne. Specielle guidede ture giver en sjov introduktion til museet. Små workshops giver dig mulighed for at prøve kræfter med dine kreative talenter. Cafeen sælger desuden mad og drikke til studievenlige priser. Der er naturligvis gratis entré til Trapholt hele eftermiddagen.

4. Kreative workshops: Trapholts Workshops er for unge, der godt kan lide at tegne, male, designe m.m. og godt kunne tænke sig at blive bedre og få sparring af kompetente fagfolk. Hver workshop har sit eget tema: f.eks. portrættegning, abstrakt kunst eller genbrugsdesign. På workshoppen præsenteres deltagerne for en lille "opgaveknuser", fx. "Skil noget ad og saml det på en ny måde" eller "Lav din version af Edvard Munchs Skriget". Bedste knuser af opgaven, vinder naturligvis en lille "opgaveknuser"-pris.

5. Fotokonkurrence: I Trapholts fotokonkurrence kan alle fotoglade unge dyste om titlen som Trapholts mest kreative fotograf. Du har 24 timer til at gennemføre opgaven, der har et bundet tema og opstillede båndspænd, der betyder, at du skal tænke ud af boksen og kreativt. En farverig jury af fagfolk og mediepersonligheder bedømmer alle konkurrencens bidrag, og til en festlig prisoverrækkelse og udstillingsåbning med musik, taler og gæster, bliver vinderne fundet. De 20 bedste bidrag bliver udstillet på Trapholt samt vist på Trapholts hjemmeside og sociale medier.

6. KunstArting: Et online community for kunstinteresserede unge i hele landet, men med hovedsæde i Kolding. Der er mulighed for at diskutere kunst og kultur, dele sin kunst med andre og få konstruktiv kritik samt arrangere kunststudflugter og arrangementer sammen. Det kan både være for dem, der brænder for selv at blive kunstnere eller dem som blot synes, at kunst er spændende at beskæftige sig med.

Fokusgruppeinterviews

De seks formidlingstiltag blev afprøvet i fem fokusgruppeinterviews med 5-7 personer i hver gruppe. Grupperne bestod af to grupper med gymnasieelever (én gruppe med gennemsnitlige gymnasieelever og én gruppe fra Akademiet for Talentfulde Unge (ATU), der laver særlige tilbud til de gymnasieelever, der udviser særlige talenter), en gruppe fra de kreative uddannelser, en gruppe fra de mellemlange uddannelser og en gruppe fra de lange videregående uddannelser.

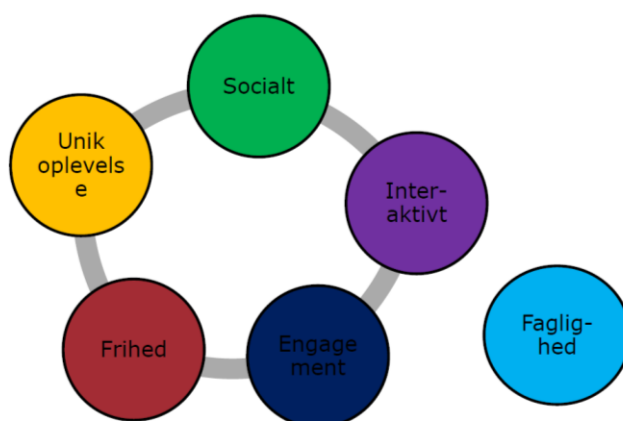
I de fem fokusgruppeinterviews var TrapClub, ambassadørnetværket Trapperne samt Semesterstartsfesten de klare favoritter. De tre tiltag blev blandt andet karakteriseret som inddragende og sociale, mulighed for indflydelse og at være med i en planlægnings- og udviklingsproces samt hygge.

De tre resterende formidlingstiltag blev blandt andet karakteriseret som for konkurrenceprægede, for usociale og for præget af nødvendigheden af forudgående kompetencer.

Resultater: seks behov for den gode museumsoplevelse

Ud fra undersøgelsen defineredes 5+1 behov for den gode museumsoplevelse blandt unge i Kolding:

5 +1 Behov:



Den sjette behov, faglighed, står for sig selv, da det især var væsentligt for gymnasieeleverne fra ATU, men også gik som en mere uformuleret og ubevidst rød tråd i de andre fokusgrupper.

Læringsudbytte og næste skridt

Resultaterne fra undersøgelsen har givet Trapholt et unikt indblik i de tanker unge mennesker i Kolding gør sig om museet og de muligheder, der ligger i samarbejde med målgruppen. Trapholt vil i de kommende år bruge resultaterne i et strategisk arbejde mod at skabe et ungdomsmiljø omkring museet. Visionen er blandt andet at oprette et brugerdrevent ambassadørnetværk, hvor unge selv er initiativtagere til, arrangører af og værter for arrangementer på museet – i samspil med det faglige personale. I den forbindelse søger Trapholt midler til et toårigt udviklingsprojekt, hvor der særligt er fokus på rekrutteringsprocessen af de unge ambassadører. Et arrangement for nye studerende på henholdsvis SDU og pædagoguddannelsen på UCSyd er ligeledes på tegnebrættet, ligesom der i skrivende stund er ved at blive etableret en Klub25 – et årskort for studerende under 25 år.