

Glyptotekets
strategi

2021
—
2024

Glyptotekets
strategi

2021
—
2024

**”... den levende Kunst
hører det levende
Folk til! Men den skal
nu heller ikke være
den rige Mands Eje
alene, den skal ligesaa
meget være til Glæde
for Menigmand, at
ogsaa han fornemmer
Skønhedens Magt.”**

(Carl Jacobsen, 1906)





Levende kunst til levende mennesker

Glyptotekets rige samlinger og bygninger skal danne ramme om oplevelser, som børn, unge og voksne kan være fælles om. Museet er en af Københavns førende turistattraktioner og et levende kulturhus, der giver identitet til den enkelte, til København og til landet som helhed. Glyptoteket vil dele sine samlinger og viden, så fortidens kunst og kultur bliver vedkommende for et nutidigt publikum, og samtidig vil museet have fokus på at skabe fremtidens museum.

Glyptoteket er Nordens førende antikmuseum og har tillige en af Europas fineste samlinger af fransk kunst fra perioden 1800-1930. Museet har en unik historie, der gennem stifteren, brygger Carl Jacobsen, forener kunsthistorie med industrihistorie og indskrives sig som et vigtigt kapitel i dansk kulturhistorie omkring år 1900. Museet er kendt for sin arkitektur, der skaber en markant ramme om kunsten og samtidig udgør en oase i den pulserende storby. På Glyptoteket går arkitektur, maleri og skulptur op i en højere enhed med andre kunstarter som litteratur, teater, dans, musik og havekunst – som det står mejslet i sten i Vilhelm Dahlerups bygning fra 1897. På Glyptoteket bliver kunsten levende på tværs af sted, tid og æstetiske udtryksformer.

Strategien for 2021-2024 skal videreføre museets fokus på ambitiøse udstillinger, formidling, publikumsoplevelser og synlighed. Det globale samarbejde og den internationale turisme er udfordret af COVID-19, og der vil derfor være fokus på at opdyrke nye samarbejder og målgrupper. Samtidig står Glyptoteket overfor planlægning af byggeprojekter og en gennemgribende nyopstilling af museets antiksamlinger. Strategien bærer derfor præg af et behov for øget fokus på forretningsplaner, som skal ruste museet til både at bygge og drive et åbent museum i næste strategiperiode.

Museumsdirektør
Gertrud Hvidberg-Hansen



1. The statue of the woman in the foreground is a reproduction of the original marble statue of the goddess Athena, found in the Parthenon on the Acropolis in Athens. The statue is made of white marble and is standing on a pedestal. The background is a blue wall with a domed ceiling.



Mission

Glyptoteket
begejstrer og
danner nutidens
mangfoldige
publikum
i mødet med
det ypperste
fra årtusinders
kunst og kultur

Vision

Levende kunst
til levende
mennesker



Lucretia Borgia, 1560-1565
Michelangelo
Marble
Height: 150 cm
Weight: 1,500 kg
Location: Gallery 101







Glyptotekets indsatsområder 2021-2024



Vi vil i perioden 2021-2024 arbejde med nedenstående indsatsområder, hvoraf flere rækker ind i næste strategiperiode:

- 1** Brugerrejsen
- 2** Faglighed og aktualitet
- 3** Image og synlighed
- 4** Bygninger, magasiner og sikkerhed
- 5** Økonomi og forretning
- 6** Organisation og ledelse



1 Brugerrejsen

Et møde med Glyptoteket skal være en god oplevelse både før, under og efter besøget. Derfor vil vi realisere en række tiltag for at forbedre den samlede brugeroplevelse, der sætter kunsten i centrum. Det vil vi gøre ved at:

- Styrke værtskabet med bedre tilgængelighed, systemer for billettering og flow, fokus på service- og vagt-funktioner og tydeligere wayfinding.
- Udvikle brugervenlige digitale platforme for kommunikation, formidling, salg af billetter og årskort.
- Øge fokus på formidling af viden om museet, dets samlinger, arkitektur og kunst før, under og efter besøget.
- Opgradere faciliteter til bedre publikumsoplevelse med tagterrasse, infopunkt, butik, audiovisuelt udstyr og opholdszoner i museets udstillings-områder.



2 Faglighed og aktualitet

Glyptoteket er et toneangivende internationalt museum, der vil sætte faglig dagsorden ved at:

- Udvikle museets forskning indenfor fransk kunst, antik skulptur, polykromi, museologi og arkitektur.
- Styrke netværk og samarbejder med museer og forskningsinstitutioner i ind- og udland.
- Præsentere nytænkende udstillinger i eksperimenterende formater.
- Præsentere nye formidlingstilbud for børn og voksne med særligt fokus på lyd.
- Skabe modtagerorienteret undervisning og formidling – med plads til sjov og leg.
- Give nye indgange til museet med live-formater, der bringer flere sanser og kunstarter i spil.
- Skabe en forbindelse mellem fortid og nutid og tilbyde nye perspektiver ved at arbejde på tværs af museets samlinger og inddrage samtidskunst.
- Forberede en omfattende nyopstilling af antiksamlingerne og den franske samling med henblik på realisering i næste strategiperiode.



3 Image og synlighed

Glyptoteket skal være et relevant og synligt museum, der altid byder på noget nyt.

Vi vil:

- Øge kendskabet til Glyptoteket lokalt og nationalt og øge fokus på turisme.
- Fortsætte udviklingen af Glyptotekets image som et aktivt, levende og imødekommende sted.
- Øge fokus på samarbejdet med Carlsberg-familien.
- Være en kulturaktør, der reflekterer aktuelle strømninger i samfundet med blik for diversitet.
- Bruge data målrettet for at styrke og planlægge museets tilbud og markedsføring.
- Øge synergien mellem kampagner for årskort, udstillinger, arrangementer og formidling.



4 Bygninger, magasiner og sikkerhed

Museets bygninger er afgørende for kunstens bevaring, det gode arbejdsmiljø og publikums oplevelse og er samtidig grundlaget for, at Glyptoteket er et førende internationalt museum. Vi vil:

- Opdatere museets sikringstekniske systemer og sikkerhed.
- Udarbejde nye værdiredningsplaner, risikoanalyser og beredskabsplaner.
- Gennemføre et bygge- og realiseringsprogram for opgradering af museets indeklima.
- Opgradere interne og eksterne magasiner.
- Udarbejde nye vedligeholdelsesplaner for museets bygninger.
- Øge bæredygtighed gennem valg af materialer, mere genbrug og vedligehold samt ressourcebevidsthed.
- Optimere eksisterende arealer.



5 Økonomi og forretning

Glyptoteket skal være et levende og moderne museum. Det kræver løbende opdateringer og investeringer i bygninger, digitale platforme mv. og et fokus på prisbevidsthed, ressourceforbrug og nye indtægtskilder. Vi vil:

- Lægge en langsigtet forretningsplan og fondsstrategi.
- Udvikle de kommercielle potentialer i bl.a. butik og webshop.
- Udvikle en årskortstrategi med fokus på salg og fastholdelse.
- Afprøve nye billetkoncepter bl.a. i samarbejde med caféen.
- Revidere museets udlejningspolitik.



6 Organisation og ledelse

Glyptoteket skal være en attraktiv, vel-fungerende og moderne arbejdsplads, der inkluderer alle i organisationen. Visionen om "Levende kunst til levende mennesker" kræver en kompetent og udadvendt organisation. Vi vil:

- Sikre velfungerende tværgående samarbejder og mindre ressourcetunge arbejdsgange.
- Etablere gode fysiske rammer, fleksible arbejdspladser og bedre digitale værktøjer.
- Styrke de digitale kompetencer, særligt i forbindelse med formidling, webshop og markedsføring.
- Opkvalificere kompetencer i forhold til kommerciel udvikling.
- Konsolidere udstillingsafdelingen.
- Styrke kunstfaglige kompetencer.
- Kompetenceudvikle ikke-fastansatte undervisere og omvisere.





Ny Carlsberg Glyptotek

Dantes Plads 7

1556 København V

Tlf: 3341 8141

E-mail: info@glyptoteket.dk

Fotos:

Anders Sune Berg, Ana Cecilia Gonzalez,
Kim Nilsson, Ole Haupt.

