



STRATEGI 2030

Et fælles hjem til tiden

Den Gamle By

PÅ VEJ MOD 2030

"Hvornår er I færdige!," spurgte damen bekymret". Sådan beretter tidligere museumsdirektør Erik Kjersgaard i festskriftet for Den Gamle By 75-års jubilæum 1984. Ændringer, skriver Kjersgaard, må nødvendigvis ligge i tilføjelser. Og der er i den grad føjet til Den Gamle By siden begyndelsen i 1914. Med de nye kvarterer og hovedindgangens indvielse i 2023 og nu, hvor pladsen er brugt, spørges der: "Den Gamle By er jo bygget færdig – hvad så nu?" Til det er der at svare, at Den Gamle By aldrig bliver 'færdig', og at der altid er plads til nye perspektiver, aktiviteter og samarbejder. Og såmænd også endnu en bygning, som efter en generøs privat arv på hele 100 mio. kr. vil blive opført de kommende år.

Selvom Den Gamle By står stærkt og med masser af potentiale, er der også udfordringer. Vi har et betydeligt efterslæb på vedligehold og samlingsvaretagelse, og museet skal omstille sig fra en driftsøkonomi og en organisation, der har været tilpasset de senere års store byggeprojekter. Museumsreformen (som trådte i kraft fra nytår 2025) og dens indplacering af Den Gamle By i tilskudsmodellen har desuden givet anledning til undren og vist et behov for at øge bevidstheden om museets virke, appel og betydning for samfundet.

Anno 2025 kalder fremtiden derfor på en ny strategi for Den Gamle By. En strategi, der bygger på den faglige kerneopgave, rebranding, nytænkende gæsteoplevelser og forretningsmodeller – såvel som social, miljømæssig og økonomisk ansvarlighed. En strategi, som skal tjene til at manifestere Den Gamle Bys enorme spændvidde lokalt, nationalt og internationalt.

Vi kalder den 'et fælles hjem til tiden'.



Den Gamle By skal aktivere de eksisterende rammer på nye måder og holde sig dynamisk og i samspil med sin omverden. Den Gamle Bys opgave er fremover at sikre sin relevans, magi og faglige troværdighed, skabe økonomisk konsolidering og blive ved med at betyde en hel masse - for mange - og for endnu flere.

Strategi 2030 er blevet til gennem dialog med medarbejdere, bestyrelse og interessenter og skitserer et modigt, inkluderende og økonomisk bevidst museum. Ambitionen er at sætte en større samfundsmæssig dagsorden, skabe nyt indhold og være bæredygtig i mere end én forstand.

Julie Rokkjær Birch

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J.R.B.', with a stylized, flowing script.

Museumsdirektør

STRATEGISK KERNEFORTÆLLING

Fra begyndelsen har Den Gamle By været et hjem for fælles identitet – et hjem, hvor gæsten altid er i centrum, og hvor erindringer, følelser og drømme får lov at komme til udtryk. På én gang universelt og dybt privat. I Den Gamle By finder vi **hjem i vores historie.**

Vi står i en kompleks, digital og polariseret virkelighed, hvor der er mere brug for dette fælles hjem end nogensinde. Teknologiske nybrud som AI, et fragmenteret mediebillede og geopolitisk uro får os til at søge efter forståelse og fundament. Den Gamle By knytter nutidens hverdagsliv, fremskridt og demokratiforståelse med **fortidens glemte guld-korn** og minder samfundet om, at museets viden, samlinger og oplevelser kan bidrage til at kvalificere den offentlige debat og modvirke misinformation, overfladiskhed og ensomhed.

Nostalgi, traditioner og følelser er noget, vi omfavner og bruger som drivkraft og åbning til formidling af historien. Men nostalgien får modstand gennem videnskabelige undersøgelser, kritisk stillingtagen og diskussion. I denne balance findes Den Gamle Bys **forandrende kraft.** Den Gamle By forener tradition, fornyelse og relevans og er et fagligt troværdigt pejlemærke, hvorfra vi med alle sanser kan forstå vores fortid og få inspiration til at kunne løse både samtidens og fremtidens udfordringer.



Den nationale historie er ikke en nationalromantisk konsensusfortælling; den tilhører ikke meningsdannere, forfattere eller politikere, og den er ikke statisk. Den er kompleks, i evig bevægelse, og den tilhører os selv. I Den Gamle By tør vi påtage os opgaven med at samle en dynamisk fortælling om Danmark med vores forskellighed som det helt centrale. At være et fælles hjem til tiden er også at være **national-museum for en fælles identitet**.

I dette hjem er der altid plads til nye gæster og nye fortællinger. Her findes ingen berøringsangst, og vi spejler nutiden gennem historien: både de smukke historier om traditioner, venskaber og fint håndværk og de barske historier om sygdom, fattigdom, uønskede graviditeter, tab og sorg.

Den Gamle By er en troværdig, tilgængelig og underholdende museumsattraktion, der taler i øjenhøjde og med vores gæster – og som sætter gæsten i centrum for oplevelsen. Vi medarbejdere er stolte, dedikerede og ansvarsbevidste og vores gæster mærker, at Den Gamle By også er vores hjem.

Den Gamle By er mere end et museum – den er en samfundsspejling, **en by i byen**, et fælles hjem til tiden. Gennem viden, eventyrlighed og mod vil Den Gamle By være et internationalt førende oplevelsesunivers, der gør verden, nationen og byen bedre.



PEJLEMÆRKER

Strategien bygger grundlæggende på tre gensidigt afhængige pejlemærker, som fungerer som overordnet princip for aktiviteter i Den Gamle By



FAGLIGHED

FAGLIGHED er pejlemærket, der skal sikre vores kvalitet, troværdighed og identitet som **MUSEUM**

FORRETNING

FORRETNING er pejlemærket, der skal sikre vores økonomiske bæredygtighed og identitet som **TOPATTRAKTION**

RELEVANS

RELEVANS er pejlemærket, der skal sikre vores ansvarlighed, forandrende kraft og identitet som **SAMFUNDSAKTØR**

STRUKTUR

**Strategien er bygget
op som et hus og står
på Den Gamle Bys
stærke værdier**

VISION

Den Gamle By vil gennem viden, eventyrlighed og mod være et internationalt førende oplevelses-univers, der gør verden, nationen og byen bedre:
Et fælles hjem til tiden

SUCCESKRITERIER

Være mere
for flere

Sikre øko-
nomisk kon-
solidering
og vækst

Skabe et
endnu
stærkere
brand

Styrke den
fælles kultur

Tage mere
samfunds-
ansvar

INDSATSOMRÅDER

Kommercielt
fokus

Kommunika-
tionsindsats

Indholds-
udvikling

Kvalitets-
sikring og
vedligehold

Systemer,
værktøjer og
koordinering

MISSION

Den Gamle By bidrager gennem samling, forskning og formidling aktivt til den nationale historiefortælling og gør den levende med en mangfoldighed af oplevelser til gavn for individ og samfund

VÆRDIER

Faglig
integritet

Generøst
værtskab

Ansvarlig
samfunds-
aktør

Mod til
nytænkning

Nysgerrig og
inkluderende

VÆRDIER

Faglig integritet

Vi prioriterer, respekterer og ligestiller alle fagligheder - og samspillet mellem disse - som forudsætning for Den Gamle Bys succes.

Generøst værtskab

Vi sætter gæsten i centrum og arbejder i fællesskab på at sikre en oplevelse, der overstiger forventningerne - både før, under og efter et besøg i Den Gamle By.

Ansvarlig samfundsaktør

Vi er bevidste om, at Den Gamle By er en samfundsforandrende kraft, der skaber viden, refleksion og gode liv – og vi arbejder for at gøre en forskel.

Mod til nytænkning

Vi tør gå nye veje og udforske og udvide museumsbegrebet – og vi er ikke bange for at fejle.

Nysgerrig og inkluderende

Vi lytter til andre stemmer, tendenser og til hinanden - og vi er åbne for nye perspektiver.



INDSATSOMRÅDER

Indholdsudvikling

Kvalitetssikring og vedligehold

Kommunikationsindsats

Kommercielt fokus

Systemer, værktøjer og koordinering

Ved at skabe nyt indhold og lade vores gæster træde personligt ind i tidsrejsen – og selv spille en rolle – kan de blive medskabere af både deres egne og Den Gamle Bys oplevelser. Gennem rollespil, beklædning, kurser, teater, temaspor, historiske fester og overnatning med formidling vil vi øge aktivitetsniveauet hele året rundt og forny blikket på vores nuværende fysiske rammer og styrke forståelsen af historien – ind i nutiden og fremtiden.

Ved at løfte og systematisere forskningsindsatsen, samlingsvaretagelsen og vedligehold vil vi styrke vores faglige troværdighed. Et nyt magasin, en ny driftsbygning og en ny bygningsopførelse med mellemkrigstiden som fagligt omdrejningspunkt vil blive katalysatorer for at kvalitets sikre og opdatere de eksisterende rammer for formidling.

Ved at prioritere den fælles kultur, værdibaseret ledelse og tværprofessionelt samarbejde vil Den Gamle Bys mange ansatte gennem trivsel, stolthed og resultater være ambassadører for vores værdier og virkelyst og påvirke samfundet langt ud over bygrænsen.

Ved at huske på, at vi har en særlig viden om sociale forhold, klimavenligt byggeri, håndværk, tekstiler, madlavning og havebrug, vil vi gå aktivt ind i den bæredygtige omstilling gennem nye gæsteaktiviteter, uddannelsesprogrammer, rådgivning og værdibaserede strategiske partnerskaber. Vi vil leve op til visionen om at være et fælles hjem og et frirum for de historier og for de mennesker, der behøver plads.

Ved at udvikle Den Gamle Bys totaloplevelse, opdatere vores grafik og tone-of-voice og anskue museet som et mediehus vil vi skabe et digitalt indholdsunivers, der med historien som hammer kvalificerer den offentlige samtale og styrker Den Gamle Bys brand. Vi vil være public service og udkomme med historiske nyheder gennem flere mediekkanaler og til forskellige målgrupper.

Ved at styrke gæsterejsen gennem målgruppefokus, loyalitetsprogrammer og et øget fokus på data, salg og digitalisering, vil vi understøtte den gode oplevelse og en bæredygtig økonomi. Ved at målrette og kuratere oplevelser, budskaber og produkter til både borgere og erhvervsliv, vil vi gøre indtryk og sætte aftryk både før og efter – eller uafhængigt af – et besøg i Den Gamle By.

SUCCESKRITERIER

Være mere for flere

- 100.000 flere gæster i 2030
- Flere nye og flere lokale gæster
- Flere digitale brugere

Sikre økonomisk konsolidering og vækst

- Øge egenindtjeningen
- Hæve egenkapitalen til 20 mio. kr. i 2030

Skabe et endnu stærkere brand

- Øge synlighed / PR-værdi
- Høj gæstetilfredshed
- Øge loyalitet

Styrke den fælles kultur

- Høj medarbejdertilfredshed

Tage mere samfundsansvar

- 50% CO₂-reduktion i 2030
- Sætte dagsorden og skabe viden til handling
- Styrke sociale- og ledelsesmæssige forhold





Musik.

Butch
Casper
1911

1911
REVV
BATALEUM 1902

W.
Kerbed
Lohmann
Kochschule

P

MISSION

Den Gamle By bidrager gennem samling, forskning og formidling aktivt til den nationale historiefortælling og gør den levende med en mangfoldighed af oplevelser til gavn for individ og samfund

VISION

Den Gamle By vil gennem viden, eventyrlighed og mod være et internationalt førende oplevelsesunivers, der gør verden, nationen og byen bedre: **Et fælles hjem til tiden**

DEN GAMLE BY KORT FORTALT

Driftsbudget

75% egenindtjening og 25% offentlig støtte.

Kendskab

92% af danskerne kender eller har hørt om Den Gamle By.

Gæster

Med 568.275 gæster i 2024 er Den Gamle By landets mest besøgte kulturhistoriske museum.

Børn og unge

131.582 børn og unge under 18 år besøgte Den Gamle By i 2024. Det tyder på en gentagelse af 2022 og 2023, hvor Den Gamle By var det museum, som nåede ud til flest børn og unge.

Demografi

Gæsternes uddannelsesbaggrund svarer stort set til sammensætningen i befolkningen.

Organisation

Den Gamle By uddanner tømrere, malere, murere, snedkere, gartnere, skråddere, bagere og kokke og er et fast mødested for mere end 330 frivillige.

Samfundsansvar

Den Gamle By har særlige tilbud til demente og kurser for sosu'er samt forløb for socialt udsatte og børn med autisme, ADHD og OCD.





Velkommen hjem til tiden

Den Gamle By