

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

BESKRIVELSE AF INITIATIV, PRIORITERET AF VÆKSTFORUM

Initiativets titel	'Til højborgs i vikingehallen – levendegørelse af vikingetidens måltider og festtraditioner.' Projektet er en del af udviklingsprojektet for Bork Vikingehavn og KASK-projektet "Tre Kongers Møde".
Resume	Udviklingen af Bork Vikingehavn indeholder etableringen af en rekonstrueret vikingehal af Trelleborg-typen, som skal danne rammen for måltidsoplevelser med udgangspunkt i vikingetidens madtraditioner. Etableringen af vikingehallen er planlagt finansieret via EU's interregionale Kattegat-Skagerrak udviklingspulje – også kaldet KASK. Ringkøbing-Skjern Museum er én af tre nordiske partnere i KASK-projektet "Tre Kongers Møde," og KASK-samarbejdet udgør et vidensfællesskab inden for de tre aktørers kultur- og oplevelsesøkonomiske aktiviteter. Ringkøbing-Skjern Museum ansøger Region Midtjylland om midler til at udvikle forretningskonceptet for oplevelsesbaseret, kulturhistorisk formidling indenfor vikingetiden. Midlerne vil dermed bidrage til at skabe det formidlingsmæssige indhold samt det økonomiske fundament for indholdet i vikingehallen. Målet er at skabe en helhedsoplevelse omkring måltidet for grupper på 25-100 personer. Iført vikingeklæder bænkes deltagerne i vikingehallen rundt om langilden. Aftenen byder på fortællinger, sang og musik, god og spændende vikingemad og en tår mjød - elementer, som giver anledning til at fortælle om vikingetidens samfund både for rig og fattig. Udviklingen af oplevelses- og måltidskonceptet skal ske i samarbejde med lokale og økologiske madproducenter som f.eks.: mikrobryggerier, fiskere, røgerier og andre egnsspecifikke fødevarerproducenter.
Formål	Projektet "Til højborgs i vikingehallen – levendegørelse af vikingetidens måltider og festtraditioner" har til formål at formidle vikingetidens historie via den komplette vikingeeoplevelse og at udvikle oplevelsesøkonomi inden for dette område baseret på et nordisk videnssamarbejde og lokale leverandører, der kan sikre kvaliteten af de oprindelige og økologiske produkter, der er afgørende for den autentiske oplevelse af vikingetidens måltider og festtraditioner.
Mål	1. Konzeptudvikling, vidensdeling og innovation vedrørende oplevelsesøkonomisk formidling af vikingetiden med fokus på måltider og festtraditioner. 2. At realisere en oplevelsesøkonomisk helhedsoplevelse, der formidler vikingetidens måltider og festtraditioner baseret på autentisk interiør, fortællinger og lokale, økologiske og sunde fødevarer.
Baggrund og indhold	På baggrund af målene, kan projektets indhold optegnes således: Mål 1: Konzeptudvikling, vidensdeling og innovation vedrørende oplevelsesøkonomisk formidling af vikingetiden med fokus på måltider og festtraditioner. Konzeptudviklingen består i at undersøge, hvad der kræves for lovligt og forsvarligt at kunne udbyde formidlingstilbudet samt at udarbejde en forretnings- og handlingsplan. Dette baseres på relevant viden inden for kulturarven såvel som relevant viden om afholdes af oplevelsesevents. Det er meget afgørende for konceptets succes og museets image, at formidlingsoplevelserne er baseret på viden og en høj grad af sandsynlighed. Autenticitet er et begreb, som har fået øget fokus inden for oplevelsesøkonomien, såvel som indenfor kulturarvsformidling. En del af konzeptudviklingen omhandler kontaktskabelse til eksperter inden for forskningen i vikingetidens fødevarer, botanik og fortællinger. Konceptet baseres bl.a. på erfaringer fra museets KASK-samarbejdspartnere. I udviklingen af vikingemenuerne skal der indgå en aktør med erfaring indenfor smags- og sanseoplevelserne.

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

Ringkøbing-Skjern Museum er én af tre partnere i KASK-projektet "Tre Kongers Møde" – de tre øvrige partnere er Vestfold Fylkeskommune i Norge og Ale Kommune i Sverige. Målet med KASK-projektet er at bygge tre vikingehaller i de tre respektive lande, som rammer for oplevelsesbaseret vikingeformidling i Skandinavien. KASK-samarbejdet udgør en enestående mulighed for at etablere et vidensfælleskab, der indeholder erfaringsudvikling inden for de tre aktørers kultur- og oplevelsesøkonomiske aktiviteter, samt muligheden af at iværksætte en nordisk uddannelse indenfor praktisk kultur- og oplevelsesøkonomi. I projektet indgår Ringkøbing-Skjern Museums ph.d. stipendiat i Kulturarvspædagogik – og dermed får projektet et forskningsmæssigt element inden for formidlingsdelen. Med tiden er det målet, at projektet skal medvirke til at tiltrække højtuddannet arbejdskraft, samt sprede anvendelsen af ny forskning og viden.

Mål 2: At realisere en oplevelsesøkonomisk helhedsoplevelse, der formidler vikingetidens måltider og festtraditioner baseret på autentisk interiør, fortællinger og lokale, økologiske og sunde fødevarer.

Måltidet er et af de grundlæggende sociale elementer i alle kulturer. Når måltidet får karakter af fest eller højtid har man muligheden for at skabe fælles oplevelser, der åbner op for både indlæring, indtryk og deltagelse hos gæsterne.

Projektet har til hensigt at formidle såvel som at medvirke til at skabe økonomisk vækst i lokalområdet. Derfor skal udviklingen af projektet ses ind i en sammenhæng med de potentielle leverandører, som findes i området. Opgaven vil bestå i at skabe et stabilt leverandørnetværk, som kan levere økologisk fårekød, mælk, grønsager samt vestjyske fisk som helt etc. Målet er at skabe et netværk af leverandører, som kan indgå i anvendelsen af sunde fødevarer i en oplevelsesbaseret formidlingssituation, samt at skabe et samarbejde, der sikrer løbende kvalitetsforbedring af serviceydelser og produkter. Men det er også intentionen i samarbejde med Videncenter for Fødevareudvikling og interesserede leverandører om at indtænke produktudvikling hos leverandørerne. Hermed menes, om der vil kunne opstå muligheder for udvikling af nicheprodukter, som med troværdighed kan anvende vikingetiden og kulturarven som en del af deres branding. Eksempelvis ville man i samarbejde med de øvrige partnere i KASK-projektet kunne undersøge muligheden for at få produceret en øl, som vikingerne lavede den. Det er således vores håb, at projektet kan inddrage leverandørerne og skabe alliancer mellem virksomheder og projektets kreative og forskningsbaserede kompetencer.

Museet har vurderet, at det vil være hensigtsmæssigt at bruge leverandører også til forarbejdningen af maden. Derfor vil det indgå i projektet at få udarbejdet et udbudsmateriale, som kan lægge til grund for eksterne aktørers tilbud på leverancen af maden. Materialet skal være detaljeret, da det har en anden karakter end normal dansk festmad. I denne udviklingsopgave vil også indgå nogle sondringer i forhold til de juridiske kontraktmæssige såvel som de levnedsmiddel-mæssige forhold mellem leverandør og museum. Løsningsmodeller kunne være, at lokale restaurationer, slagtere eller cateringfirmaer giver tilbud og leverer, men det kunne også være en selvstændig kok, som forpagter på museets matrikel. Netop på levnedsmiddelområdet anses det for meget vigtigt at få konsulentassistance til at finde holdbare løsninger, netop fordi mad og fødevarer udgør en sundhedsrisiko, hvis ikke der er fuld professionalisme i omgang med produktet.

For at kunne afholde de ønskede formidlingsoplevelser er der en række

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

	fysiske forhold, som skal være til stede. Selve bygningen finansieres gennem det sideløbende KASK-projekt. Men interiør, som er en del af selve oplevelsesdelen, søges derfor finansieret som en del af nærværende projekt. Det er ikke muligt at skabe den autentiske kvalitetsoplevelse, hvis afgørende delelementer såsom bestikket er af fx plastik eller rustfri stål. Målet er en iscenesættelse af et autentisk og fortællende aristokratisk vikingemiljø i en vikingehal. En vigtig del i de oplevelsesøkonomiske teorier er kunders deltagelse. Deltagelse er et godt udgangspunkt i skabelsen af oplevelser. Derfor er det afgørende, at man fysisk signalerer, at alle deltagere er med i "legen" – og at de derfor ikklædes tøj og smykker, som vi ved, man brugte i vikingetiden. En dramaturg vil medvirke til at sammensætte aftenens forløb, således at gæsternes på en passende måde kan involveres i formidlingsforløbet. Herunder hører udvikling af drejebog med sagafortælling, skjaldedigtrecitation, formidling via drama og mundtlig fortælling, der skal udgøre et samlet formidlings- og oplevelsesprodukt. Se vedlagte projektbeskrivelse
Relation til de 6 kriterier i Erhvervsudviklingsstrategiens handlingsplan	<i>1. At initiativer har en faglig volumen og er mega-projekter, der kan favne bredt over brancher, fag, parter og geografi.</i> 'Til højborgs i vikingehallen' har en bred faglig profil, der involverer samarbejde med lokale leverandører, virksomheder og fødevarerproducenter, såvel som eksterne eksperter og kompetencehavere inden for fx dramaturgi og gastronomi samt museets egne akademiske medarbejdere, formidlere og håndværkere. Projektet indebærer desuden det nordiske KASK-samarbejde og vidensfællesskab vedrørende oplevelsesøkonomi og vikingetid. <i>2. At initiativer er en styrkelse af og koordineres med igangværende initiativer inden for samme og relaterede områder.</i> 'Til højborgs i vikingehallen' er en del af udviklingen og udvidelsen af Bork Vikingehavn og er tæt knyttet til det nordiske samarbejde i KASK. Projektet vil således være en styrkelse af og koordineres med den samlede udvikling af besøgsstedet som attraktion. Ringkøbing-Skjern Kommune er af VisitDenmark blev udpeget til Helårsdestination, hvor Bork Vikingehavn indgår som en kerneaktivitet. "Til højborgs i vikingehallen" vil være et produkt som primært tilbydes i ydersæsonen – og vil dermed medvirke til at udvikle området som helårsdestination. <i>3. At initiativer har elementer, der bidrager til vækst i yderområder eller anvender yderområdernes særlige styrker og potentialer</i> Projektet har til hensigt at formidle såvel som at medvirke til at skabe økonomisk vækst i lokalområdet. Derfor skal udviklingen af projektet ses ind i en sammenhæng med de potentielle leverandører, som findes i området. Opgaven vil bestå i at skabe et stabilt leverandørnetværk, som kan levere økologisk fårekød, mælk, grønsager samt vestjyske fisk som helt etc. Målet er at skabe et netværk af leverandører, som kan indgå i anvendelsen af sunde fødevarer i en oplevelsesbaseret formidlingssituation. <i>4. At initiativer har et internationalt perspektiv, der anvender globale muligheder til at styrke den regionale konkurrencekraft</i> 'Til højborgs i vikingehallen' styrkes via det internationale samarbejde i KASK inden for oplevelsesøkonomi og vidensdeling. Projektet vil være med til at udvikle vikingetiden som et meget stærkt brand og et oplevelseselement i det dansk-nordiske turisme- og oplevelseslandskab. Vikingetiden er et af de kulturhistoriske elementer, som i højeste grad vil kunne sælge regionen som et attraktivt besøgsmaal både på europæisk, såvel som på glo-

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

	balt niveau. <i>5. At initiativer gennemføres i et privat-offentligt samarbejde, hvor partnernes, viden, styrke og potentiale, fusioneres til nye løsninger, produkter og ydelser.</i> Tanken bag 'Til højboards i vikingehallen' bygger på et tæt samarbejde med lokale virksomheder og eksterne partnere fra erhvervslivet som f.eks. kokke og fødevareproducenter. Målet er at skabe et netværk af leverandører, som kan indgå i anvendelsen af sunde fødevarer i en oplevelsesbaseret formidlingssituation. Men det er også intentionen i samarbejde med Videncenter for Fødevareudvikling og interesserede leverandører om at indtænke produktudvikling hos leverandørerne. Hermed menes om der vil kunne opstå muligheder for udvikling af nicheprodukter som med troværdighed kan anvende vikingetiden og kulturarven som en del af deres branding. <i>6. At initiativer har flere finansieringskilder. Det sikrer fælles prioritering, ejerskab, implementering og forankring mellem flere partnere.</i> Som det fremgår af budgettet finansieres 'Til højboards i vikingehallen' af Ringkøbing-Skjern museum, der yder 41% af det samlede budget, mens museet søger Region Midtjylland om et beløb svarende til 59% af det samlede projekt på 1.320.000. 'Til højboards i vikingehallen' udgør dog kun en del af det større KASK-projekt, der ventes delvist finansieret ved EU-midler. Budgettet til det samlede KASK-projekt er på ca. 32.000.000 kr.- hvoraf ca. 1/3 hidrører direkte Bork Vikingehavn – og ud af disse vil Region Midtjyllands bidrag udgøre ca. 7 %.
Overvågning af initiativets fremdrift	Projektet vil ledes af en projektleder, som vil afrapportere halvårligt til Region Midtjylland og KASK-sekretariatet. Projektet vil blive revideret af museets revisor: PricewaterhouseCoopers i Skjern. Den vedlagte tidsplan tydeliggør de enkelte elementers del i helheden. Elementerne vil blive afrapporteret umiddelbart efter gennemførelse. Dermed indebærer tidsplanen projektets milepæle.
Målgruppe	Konceptet "Til Højboards i Vikingehallen" vil være målrettet forudbestilte grupper – både turistgrupper, erhvervslivet samt lokalbefolkningen - og vil afholdes udenfor normal åbningstid – og vil ikke være ligesom en restaurant, hvor turister og lokalbefolkningen kan komme "ind fra gaden". Oplevelsesproduktet vil primært tilbydes i ydersæsonen pga. kapacitetsudnyttelse – og vil dermed være målrettet turister udenfor hovedsæsonen. Men vi ønsker dog at udvikle et mini-koncept, som kan være en del af de formidlingsoplevelser, som Bork Vikingehavn tilbyder sine ca. 50.000 gæster i sommersæsonen. Dermed vil oplevelsestilbudet indgå i den almindelige kulturattraktionsvirksomhed, som museet driver i Bork.
Organisering/aktører	Projektet "Til Højboards i Vikingehallen" vil styres af en projektleder, som koordinerer museets medarbejders deltagelse såvel som relationerne til ekstern aktører. Projektlederen refererer direkte til museets direktør, som bevilliger de nødvendige ressourcer og styringsredskaber. Bork Vikingehavn indgår i et internationalt EU Interreg IV KASK projekt med 'Vikinger i Vestfold' (Norge) og 'Vikingagården i Ale' (Sverige). Visionen med projektet er at styrke Skandinavien som et globalt centrum for vikingetidsoplevelser gennem vidensdeling og erfaringsudveksling mellem de involverede partnere. Projektet har det fælles udgangspunkt at udvikle oplevelser, måltidsevents og attraktioner knyttet til en vikingehal. Vores to nordiske partnere har erfaringer med afholdelse af lignende events. Deres erfaringer sammenholdt med museets erfaringer inden for levendegørelse af historien, erfaringer fra afholdelse af vikingemarked med 6-7000 gæster på

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

	én weekend og den store viden som findes hos museets arkæologer, historiker, antropologer såvel som de mange hundredvis af frivillige vikinger, som museet har kontakt med, giver projektet rigtig gode forudsætninger. Lokale partnere i projektet består til eksempel af: Skov og Naturstyrelsen, Blåvandshuk, Hvide Sande Røgeri ApS, Fjordens Bryghus, Skjern-Egvad Biavlerforening og Hedeagergaard.
Tidsplan	Det vurderes, at det vil tage tre år at færdigudvikle det oplevelsesbaserede formidlingskoncept, således at både det kulturhistoriske indhold og den forretningsmæssige plan er gennemarbejdet og troværdig. Målet med projektet er at kunne starte driften af formidlingskonceptet "Til Højborgs i Vikingehallen" i sommer 2011 i den nye kæmpe vikingehal. På Bork Vikingehavn findes der allerede et vikingelanghus på 22 meter – hvor det vil være muligt at afprøve formidlingskonceptet i 1:2. Langhuset giver mulighed for at tilbyde oplevelseskonceptet til mindre grupper på 30-50 personer i forbindelse med udviklingen af konceptet. Se den vedhæftede tidsplan for de enkelte tiltag.
Effekt	Ud fra samtaler med Ale Vikingegård i Sverige, som har erfaringer med lignende koncept, anses det for realistisk med 50-100 arrangementer årligt. Vikingehallen, som skal danne rammen, vil kunne rumme op til 120 personer ad gangen. En målsætning er min. 5000 gæster pr. år. Projektet vil betyde, at Bork Vikingehavn fortsat og i endnu højere grad vil medvirke til at tiltrække turister til området – især i ydersæsonen. Produktet skal medvirke til at kunne fastansætte min. 2 fastansatte på museet og min. 2 løst ansatte, samt skabe indtjening for leverandører og eksterne deltagere fx musikere o. lign. Erfaringer med oplevelsesbaserede formidlingsevents vil øge museets og andre museers (via Midtjyske Museers Udviklingsråd) kompetencer inden for oplevelsesøkonomien. Konceptet "Til Højborgs i Vikingehallen" skal være blandt de mest kendte oplevelsesprodukter i Region Midtjylland.
Budget	Se vedlagte bilag
Finansiering	Som det fremgår af budgettet finansieres 'Til højborgs i vikingehallen' af Ringkøbing-Skjern museum, der yder 41% af det samlede budget, mens museet søger Region Midtjylland om et beløb svarende til 59% af det samlede projekt på 1.320.000. 'Til højborgs i vikingehallen' udgør dog kun en del af det større KASK-projekt, der ventes delvist finansieret ved EU-midler. Budgettet til det samlede KASK-projekt, som består af ca. 50/50 egenfinansiering og EU finansiering er på 4.419.000 Euro / 32.951.599 Dkr. – som fordeles nogenlunde ligeligt de tre partnere imellem – derved vil Region Midtjyllands bidrag udgøre ca. 7 % af midlerne i projektets danske del.
Forankring efter projektperioden	Efter konceptudviklingen vil Ringkøbing-Skjern Museum iværksætte en økonomisk rationel drift af oplevelsesproduktet. Ringkøbing-Skjern Museum er en almennyttig non-profit organisation, som ikke nødvendigvis skal skabe et overskud. Men det er ambitionen med projektet at iværksætte en indtægtsskabende virksomhed baseret på museets kerneprodukt: kulturarvsformidling. Indtægterne vil gøre det muligt at skabe en bæredygtig aktivitet – samt medvirke til udviklingen af Bork Vikingehavn.
Formidling	Den viden, som opnås på området, skal bl.a. formidles til offentligheden med udstillingen: "Vikingerne måltider og festtraditioner". Udstillingen vil tilbydes andre museer. Museets faglige personale har gode forudsætninger for at udarbejde dette delelement. Museet indgår i Midtjyske Museers Udviklingsråd samt i ODA – Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner - et udviklingsprojekt for ca. 40 danske attraktioner. Erfaringer fra konceptudviklingsprojektet og den efterfølgende drift vil blive udvekslet med

VÆKSTFORUM FOR REGION MIDTJYLLAND
HANDLINGSPLAN 2007-2008

	de øvrige aktører i MMU og ODA. Nye produkter på et marked kræver altid rigtig meget opmærksomhed – derfor er det afgørende, at der også udvikles en marketingsstrategi, der formår at synliggøre resultaterne. Ringkøbing-Skjern vil gennemføre en bruger- eller markedsundersøgelser, med den målsætning at skabe kendskab til potentielle gæsters ønsker og efterspørgsel. Ambitionen om at være blandt toppen indenfor kulturhistoriske oplevelser kræver et strategisk branding – med ønske om at udvikle et image, som relevante gæster finder attraktiv. Etablering af netværk og relationer til turist- og rejsebranchen, virksomheder, eventbureauer m.fl. indgår i den kommunikations- og markedsføringsstrategi, som er en afgørende del af projektet. Annoncering i aviser, tv-spots, på hjemmesider og direkte postudsendelser til virksomheder, foreninger og lignende grupper – udgør en stor, men nødvendig del af projektet.
Evaluering	Ud over en løbende, intern evaluering, planlægges en række møder med eksterne partnere i 2012 - dvs. et år efter at driften sættes i værk i 2011. Her vil det så være muligt at vurdere projektet, og diskutere om konceptet evt. skal justeres.