



Slutrapporten indsendes til bevaringsudvalget@naturerhverv.dk.

Slutrapport for projekt nr. 4 Ansøgningsåret 2017

**Alle relevante felter skal udfyldes, og der må ikke ændres i felternes overskrifter.
Rapporten offentliggøres på internettet.**

DATO: 27.november 2018

1. Projektets sagsnr.

17-26051-
000020

2. Projektitel (og evt. akronym)

Historiske Dyrskuer i Danmark med fremvisning af Den levende Kulturarv – de gamle danske husdyrracer”

3. Projektets start- og slutdato

Startdato: 31. oktober 2017
Slutdato: 31. december 2018

4. Projektleder (Navn, evt. institution, tlf.nr., e-mail og evt. projektets hjemmeside)

Bettina Buhl
Det Grønne Museum
tlf. 20 80 3127
bb@dgmuseum.dk

5. Kort projektbeskrivelse (Kopi fra ansøgning)

De 5 formidlingssteder: Hygum Hjemstavnsgård, Museet Herregården Hessel, Bundsæk Mølle, Museumsgården Karensminde og Det Grønne Museum viser dagligt for besøgende de gamle husdyrracer, og afholder årligt et særligt dyrskue, hvor arbejdet med Den Levende kulturarv og fremvisning af de mange racer er i fokus. Repræsentanter for disse formidlingssteder har afholdt møder, for at udvikle de historiske dyrskuer og finde spændende formidlingspotentialer, som kan afprøves og evalueres i 2018. Projektleder er Museumsinspektør Bettina Buhl, hvis opgave det er at koordinere og igangsætte initiativer, som kan fremme formidlingen af de historiske husdyr.

6. Projektets formål (Kopi af de linjer fra ansøgningen, som beskriver projektets formål)

Hygum Hjemstavngård, Museet Herregården Hessel, Bundsæk Mølle, Museumsgården Karensminde og Det Grønne Museum har stor erfaring i formidlingen af de gamle danske husdyr, herunder afholdelse af dyrskuer. Udgifterne er desværre mange og indtægterne små, idet formidlingsstederne er museer, som ikke har tradition for at indkræve høje entrépriser. De fem formidlingssteder med deres dyrskuer repræsenterer samtidig en solid platform i fremvisningen af husdyrene overfor et bredt publikum, herunder også potentielle avlere, hvorfor det anses som vigtigt at bibeholde disse aktiviteter med en vis grad af fornyelse. Museerne vil sammen arbejde for, at der kommer mere formidling og relevante aktiviteter, som kan understøtte sagen og kulturhistorien om vores danske husdyr. Et nyt fælles tiltag vil være en tilberednings- og smagsprøveevent, hvor gæsterne kan se kødet fra de gamle danske husdyrracer bliver tilberedt, og hvor der desuden kan smages på forskellige serveringer.

7. Projektets forløb, fremdrift og resultater

Punkterne bør besvares så kortfattet og præcist som muligt, men stadig dækkende.

A. For projektperioden angives et kort resumé af projektets hovedresultater og hovedkonklusioner (i alt max. 2 sider).

Forinden dyrskuernes afholdelse blev der udvekslet ideer til indhold og til fælles aktiviteter vedr. *best praksis* i forhold til fremvisning af dyrene, formidling af dyrene i forhold til brugen af kød fra de gamle danske husdyrracer og fælles initiativer vedr. landsdækkende markedsføring.

Gruppen tog kontakt til dyreskuet: Kongsgaarden, Vester Broby – selvom dette dyreskue ikke stod bag den fælles ansøgning – og man tilbød dem en plads i den fælles markedsføring.

Vedr. Fælles landsdækkende markedsføring – blev der indhentet mange tilbud – men desværre var mange af de ønskede muligheder for dyre – det lykkes gruppen, at få et meget fint tilbud hjem fra Landbrugets medier:

Tilbud fra Landbrugets Medier – hermed følger uddrag: "2 x 1 kvartside i LandbrugsAvisen a kr. 7.560,- jeres pris kr. 5.000,- ex. moms pr. indrykning. 2 x 1 måneds skyskraberbanner på www.landbrugsavisen.dk a kr. 15.000,- jeres pris kr. 10.000,- ex. moms pr. måned. LandbrugsAvisen udkommer hver torsdag til samtlige medlemmer af Landbrug & Fødevarer samt godt 3.000 løssabonnenter og Landbrugsavisen.dk har p.t. godt 1 mio. besøg hver måned med en gennemsnitlig besøgsvarighed på omkring 6 minutter. På bannerne garanterer jeg minimum 150.000 sidevisninger pr. måned. Med hensyn til formater, kan vi tage det, når aftalen endeligt bekræftes. Såfremt I ønsker det, vil vi gerne være behjælpelig med produktion af annoncer og bannere. Tidspunkterne er torsdag i hver uge, så for maj er det den 3., 10., 17., 24. og 31. Her vil jeg foreslå jer den 17. og for august er det 2., 9., 16., 23. og 30. og her vil jeg foreslå jer den 10".

Derudover valgte de enkelte dyreskuer at markedsføre sig lokalt og flere af dyreskuerne inviterede dyrskuernes primære målgrupper indenfor landbruget bl.a. landbrugselever fra Landbrugsskolerne.

Vedr. formidling af kødet fra de gamle danske husdyr blev man enige om at kontakte Per Mandrup for et fælles tilbud og formidling, fremvisning og smagsprøver: *Per Mandrup er en af Danmarks mest internationalt anerkendte kokke, Per Mandrup med et erfaringsgrundlag fra sine 10 år som Teammanager for Culinary Team of Denmark, 26 år som overdommer i Årets KOK, Culinary World Cup og Olympic Culinary Games.*

Tilbuddet omfattede: løn, kørsel, råvarer og engangsservice. Hvert enkelt dyreskue aftalte indhold og formidlingsform med Per Mandrup, således at det blev "skræddersyet" til de formidlingsinitiativer og de "formidlingsdyr", som man valgte at have fokus på.

De Historisk dyrskue – fremvisning og formidling af de gamle danske husdyr – blev alle afholdt som planlagt:

27. maj 2018: Hygum Hjemstavngård, Rødding

10. juni 2018: Museets Herregården Hessel, Farsø

17. juni 2018: Bundsbæk Mølle, Skjern

18. og 19. august: Kongsgaarden, Vester Broby

19. august 2018: Det grønne Museum, Auning

9. september 2018: Museumsgården Karensminde, Grindsted.

Projektet blev evalueret den 5. oktober i MADENS HUS, Det Grønne Museum. Her valgte man bl.a., at de historiske dyrskuer skulle fortsætte deres fælles indsatser og man har derfor fastsat et møde, for at planlægge dyreskuerne i 2019.

B. Ændringer i forhold til oprindelige planer angives med en kort og præcis tekstforklaring (max. ½ side)

I det store hele er der ikke ændret i projektet. I forhold til økonomi blev projektet dog billigere.

C. Beskrivelse af, hvorledes evt. planer for implementering af resultater er udført (max. 1 side).

Projektet er efterfølgende blevet evalueret og trods dårligt vejr, faldende besøgstal og fælles enighed om, at dyreskuerne er ressourcekrævende vil man atter tilbyde dyreskuerne i 2019. Korte uddrag af evalueringen:

Hygum: Der var 50 katalognumre – men mange frameldinger i dagene inden. Men det var et godt skue. Besøgstal ca. 250. Der var smagsprøver på studekød. Godt at vise, hvad kødet skal bruges til.

Hessel: Hestedag og historisk dyrskue. Desværre var besøgstallet halveret – også selv om dyreskuet var godt. Vejret viste sig ikke fra sin gode side og kan være udslagsgivende, og der var i øvrigt andre begivenheder i nærheden. Næste år flyttes arrangementet til en lørdag. Per Mandrup lavede smagsprøver af studekød.

Bundsbæk Mølle: Dyreskuet var en succes – der var flere dyr. 1500 gæster blev det til. Hvis det skal stå mål med indsatsen – så skal der flere besøgende til. Maden: det var studekød, som var i fokus – der var ikke så meget formidling. Bundsbæk Mølle regner med at forsøger igen næste år. Men alt i alt en succes.

Det Grønne Museum: Der var dyrskue sammen med høst. Blandet vejr. Der blev brugt mange ressourcer – men desværre kun 1200 besøgende, hvilket var et fald. Nogenlunde samme antal dyr – dog deltog fjerkræ ikke. Til gengæld mere samarbejde med hundene. I forhold til maden, så blev der tilberedt får, men museet oplevede, at maden ikke nødvendigvis trak gæster til.

Karensminde: 3500 gæster, som tidligere. Også det samme antal dyr. Godt samarbejde med Broholmhundene. Maden: Lammekød var i fokus – men desværre var der ikke smagsprøver nok.

D. Vurdering af hvordan projektets fremdrift har været, effekter samt samarbejdet mellem projektets deltagere i forhold til oprindelige planer (max. ½ side).

Samarbejdet og fremdriften har været god og konstruktiv. Det er tydeligt, at man kan bruge hinandens erfaringer og nedbringe ressourcer ved at samarbejde noget mere. På det fælles evalueringsmøde blev følgende diskuteret: Dyreskuerne ønsker at fortsætte – men der skal tænkes nye tanker, for at vende det nedadgående besøgstal. Det er godt at arbejde med jord til bord f.eks. høst i marken og slutte formidlingen med brødbagning. Dyreskuerens store problemer er synlighed – hvordan, får vi flere gæster? Der skal tænkes i utraditionelle samarbejdsrelationer – også i forhold til markedsføring. Erindring kan oplagt bruges som et virkemiddel for at opnå en bedre publikumsoplevelse.

E. Redegørelse for kommunikation fra projektet, herunder referencer.

Vedr. fælles initiativer for landsdækkende markedsføring. Gruppen tog kontakt til dyreskuet: Kongsgaarden, Vester Broby – selvom dette dyreskue ikke stod bag den fælles ansøgning – og man tilbød dem en plads i den fælles markedsføring. Der blev indhøvet mange tilbud – man mange af de ønskede muligheder var for dyre – det lykkedes gruppen at få et meget fint tilbud hjem fra Landbrugets medier. Se de vedlagte annoncer. Derudover valgte de enkelte dyreskuer at markedsføre sig lokalt med pressemeddelelser og annoncer - og der blev lavet kataloger, med præsentation af dyrene, kulturhistorien blev fortalt samt program for dagene. Se det lille udvalg af det lokale pressemateriale i bilaget.

F. Eventuelt

G. Evt. henvisninger til projektets produkter (f.eks. links, brochurer, program, fotos)

Bilag: 2 x annoncetekster, tilbud fra Landbrugets Medier, program fra Hessel, pressemateriale fra Hygum Hjemstavns gård, pressemeddelelse fra Det grønne Museum og foto Per Mandrup.

Underskrift:

Navn	<i>Evt. Institution</i>	Dato	Underskrift
Projektleder: Bettina Buhl	Det Grønne Museum	28.11.2018	Bettina Buhl