

MITTROMMET

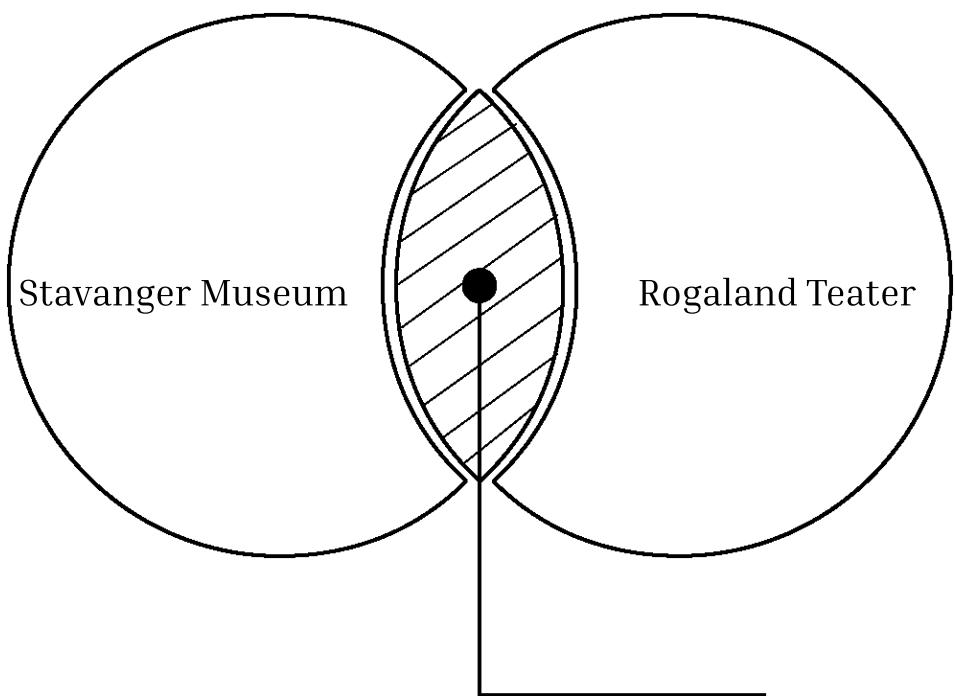


Tjenester/ Programmer

Folkene - Hvem og hva

ROGALAND
TEATER

MUST
MUSEUM STAVANGER



MITTROMMET

MITTROMMET

Møtepunktet mellom institusjonene

MITTROMMET representerer den overlappende sonen der institusjonene møtes. Det er et navn som skildrer den samlede prosessen fremover, og rommene i det ferdige bygget som skal inneholde delte funksjoner mellom teateret, museet og Stavangers mangfoldige innbyggere.

Prosjektet introduserer konseptet MITTROMMET som den konkrete manifestasjonen av et tredje rom mellom teateret og museet. MITTROMMET er møtepunktet mellom de to institusjonene, plassert i skjæringspunktet mellom deres organisasjonsstrukturer, programmer og tjenester, og de fysiske miljøene som støtter dem. MITTROMMET oversetter innsiktene fra tjenestedesignprosjektet til en romlig og operativ idé som kan inneholde både hverdagsaktiviteter og målrettede initiativer for ulike grupper. Samtidig er MITTROMMET mer enn et fysisk miljø, det er en felles tankegang mellom Rogaland Teater og Stavanger museum, og en felles tilnærming til hvordan de møter byen og innbyggerne, nå og i fremtiden. Det senker terskelen for deltakelse, inviterer deg til å

komme som du er, og åpner for kunst og kunnskap på tilgjengelige, lekne måter. Ved å koble sammen to sterke institusjoner og gjøre samarbeid og eksperimentering til en normal del av arbeidet deres, blir MITTROMMET en langsiglig motor for kulturell endring, som former hvordan teateret, museet og byen utvikler seg sammen.

MITTROMMET er til stede i organisasjonenes eksisterende bygninger i dag, vil flytte ut i byen mellomtiden, og vil til slutt ta form i det nye bygget. På denne måten fungerer MITTROMMET både som en visjon og som et konkret, tredje rom i utvikling hvor folk kan være nysgjerrige, prøve ut ting, møte andre og oppleve kunst og kunnskap på nye måter, og samtidig føle at de hører til.

Prosess



Visjonsworkshop

Etablere overordnede ambisjoner for det nye bygget. Målsetninger, ønskede uttak og påbegynt visjon for MITTROMMET.



Intervjuer og samtal

Interviews med ansatte på museet teateret, samt ulike brukergrupper lokalt i Stavanger.
(Gjennomgående hele prosessen)

Workshop med barn

Idémyldningsworkshop der barn fikk skissere behov og ønsker tilknyttet nytt bygg.



Workshop med ungdom

Idémyldningsworkshop der ungdommer fikk skissere behov og ønsker tilknyttet nytt bygg.



Speed dating-workshop

Workshop med felles idémyldringsøkter mellom ansatte på teateret og museet rundt nye tilbud, tjenester og aktiviteter i nytt bygg.

MITTROMMET

Kontinuerlig arbeid med tjenestekonsepter, struktur for organisasjonsutvikling og det tredje rommets funksjoner frem mot ferdigstilling av bygget (Nåtid, Mellomtid og Nytid). Strukturering av arbeidet i 3 separate leveranser, samt nettside.



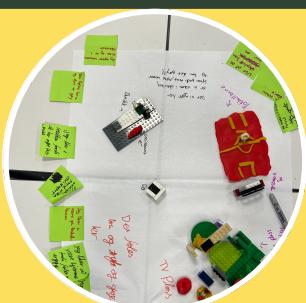
Medvirkningsstasjoner

Informasjonspunkter og deltagelse på årets museumsnatt med samtaler og digitale surveys, samt under utstillingen av arkitektforslagene.



Matchmaking

Fasiliterte møtepunkter og samtaler mellom ansatte på museet og teateret med liknende roller eller arbeidsoppgaver.



Ansattreiser

Dokumentering av arbeidsdagen til ansatte på teateret og museet, med betrakninger rundt oppgaver, funksjoner og steder.



Kommersiell workshop

Utforskning av kommersielle muligheter med idémyldring rundt tjenester og romlige funksjoner.



Validering og ferdigstilling

Utforming av shuttleveranse, bestående av tjenester, romlige aspekter og organisatorisk utvikling i kontekst av prosessen mot det kommende bygget.



Innhold

Folkene - Hvem og hva	7
Menneskene - Hvem og hva	9
Hvordan bruke nettsiden?	11
• Hvordan tester vi?	12
• Hvordan oversettes lærdommene?	13
MITTROMMET - tre ganger tre	14
• Tjenestekonsepter – Nåtid	18
• Tjenestekonsepter – Mellomtid	20
• Tjenestekonsepter – Nytid	22
Metode: Hvordan teste?	26

Tjenester / Programmer

Folkene - Hvem og hva

For at MITTROMMET skal bli en suksess, må det kontinuerlig testes ut og tilpasses. På grunn av dette er tjenestekonseptene en levende verktøykasse med idéer.

Tjenester og programtilbud er ikke en ferdigutviklet meny når det nye bygget åpner, de er en voksende samling ideer vi har utviklet sammen med brukerne som MITTROMMET er til for. Gjennom workshops med barn, unge, studenter, familier, ansatte og ikke-brukere, samt gjennom intervjuer og observasjoner, har vi sammen skapt en hel rekke konsepter. Noen svarer på tydelige behov («dette savner vi»), andre er ønsker («tenk om vi kunne...»). Felles for dem er at de er små nok til å testes, og store nok til å lære av.

Hvert konsept følges av en enkel metodikk: hva man ønsker å finne ut, hvordan gjennomføres det, hva man skal observere og hvordan man kan videreføre læringen. Dette betyr at forslagene ikke bare er fremtidige aktiviteter, men eksperimenter som skal gi oss læring i dag, gjennom fire repeterbare trinn

1. Definer intensjonen:
Hva ønsker vi å lære?

2. Design testen:
Hvordan rigger vi det til?

3. Analyser dataen:
Hva har vi lært?

4. Omsett læringen:
Hva bør endres?

For å støtte under dette arbeidet har vi opprettet en nettside for MITTROMMET. Nettsiden er en idébank som skal hjelpe koordinatorer og resten av organisasjonen med å diskutere, prioritere, teste og foredle disse konseptene sammen. I praksis er det sånn MITTROMMET blir til: én prototype av gangen, forankret i hverdagen til folkene dere ønsker å invitere inn.

Tjeneste

Levende foajé

Opphav: Speed-dating
Målgruppe: Alle

Levende foajé er et strukturert programkonsept som transformerer inngangspartiet fra en passiv ventesone til en aktiv kulturarrena. Gjennom en synlig og dynamisk dagsplan tilbys en kontinuerlig strøm av lavterskelaktiviteter, som minikonserter, pop-up teater, åpne øvelser eller korte kurator-prater. Dette sikrer at det «alltid skjer noe», uavhengig av når publikum kommer. Konseptet fjerner følelsen av tomme lokaler på dagtid, og gir besøkende en umiddelbar smakebit på byggets innhold, noe som skaper en pulserende atmosfære i fellesområdene.



Nytid



Hele året



Hele uken



Dag

Verdi for brukere:

Sikrer at ethvert besøk oppleves innholdsrikt og levende, selv uten billett til en hovedforestilling.

Verdi for organisasjonene:

Synliggjør bredden i byggets tilbud og øker både oppholdstiden og trivselen i publikumsarealene.

Hva må være på plass?

En dedikert programkoordinator, fleksible riggmuligheter i foajéen og digitale informasjonstavler.

Hvor starter vi?

Test konseptet ved å kuratere et tett program med «smaksprøver» i foajéen en utvalgt lørdag.



Tjenester / Programmer

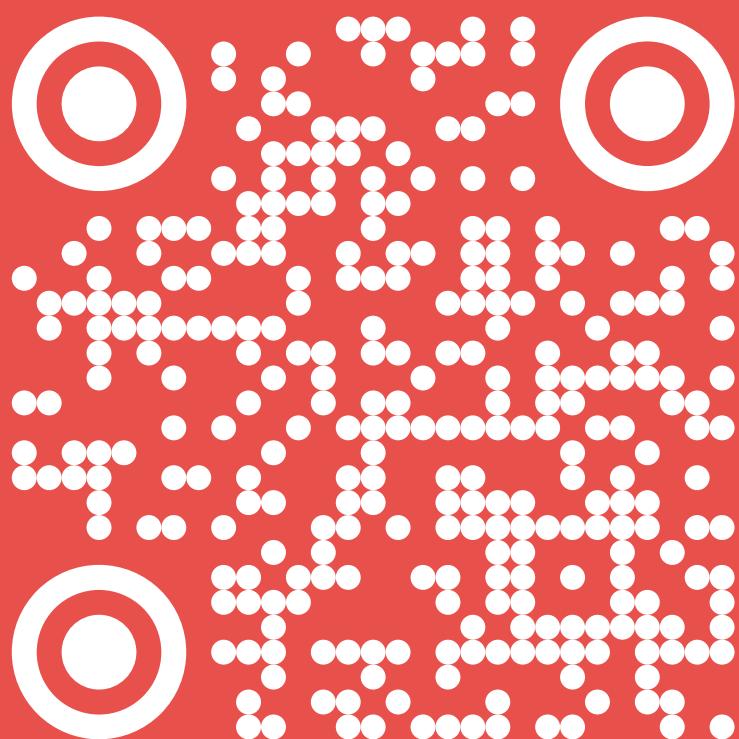
Menneskene - Hvem og hva

For å være brukbart i praksis, er ideene nøye strukturert. Hvert konsept er merket etter sesong, fase (Nåtid, Mellomtid, Nytid), tid på døgnet og ukedag.

På hvert konsept kan du lese hvor den kommer fra, enten det er fra en bestemt workshop eller fra en samtale med en bruker. Du kan også se hvem konseptet er til for, som den intenderte målgruppen.

I tillegg til et eksempelbilde som illustrerer konseptet, inneholder de en beskrivelse som redegjør for baktanken og intensjonen ved konseptet. I tillegg har hvert konsept en beskrivelse av hvilken verdi det har for målgruppen det er tiltenkt, hvilken verdi den vil ha for teateret og museet, forslag til hva som må være på plass for å realisere konseptet og forslag til et mulig første steg for å teste eller realisere det.

I og med at konseptene er samskapt, er det allerede lagt grunnlaget for at de er relevante og interessante for målgruppene de er til for. Målet med konseptene er derfor hvordan de kan bidra til å skape læring, samarbeidserfaring og eierskap rundt det kommende MITTROMMET.



mittrommet.no/tjenestekonsepter

Hvordan bruke nettsiden?

Under fanen «Tjenestekonsepter» på nettsiden til MITTROMMET, finner du et arkiv over 64 unike konsepter som er hentet ut fra tjenestedesignprosessen. Arkivet er ment for å utforskes, gjennom å se og lese gjennom konsepter, filtrere faser, årstid, ukedager og dagtid, eller gjennom å søke etter spesifikke ord og tema.

Nettsiden gjør det enkelt å spare på idéer som kan testes ut, for å lære mer om tilbudene i det kommende MITTROMMET. For å lagre en idé kan du trykke på «Last ned» knappen på enkeltkonsepter for å laste det ned i .PDF-format. Du kan også markere flere konsepter og laste ned disse som en samlet .PDF fil.



Museumsarkivet

Opphav: Ansattintervjuer

Målgruppe: Alle

NYTID **HELE ÅRET** **HELE UKEN** **DAG**

Museumsarkivet er en digital, publikumsvennlig portal som gjør det mulig for besøkende å utforske museets

[Les mer ▾](#)



Utleieordningen

Opphav: Så og si alle

Målgruppe: Alle / Kommersielle aktører

NYTID **HELE ÅRET** **HELE UKEN** **DAG**

Utleieordningen gjør det mulig for både privatpersoner, organisasjoner og kommersielle aktører å leie ulike rom i

[Les mer ▾](#)



Målgruppe som lim

Opphav: Styret

Målgruppe: Ansatte MS/RT / valgt målgruppe

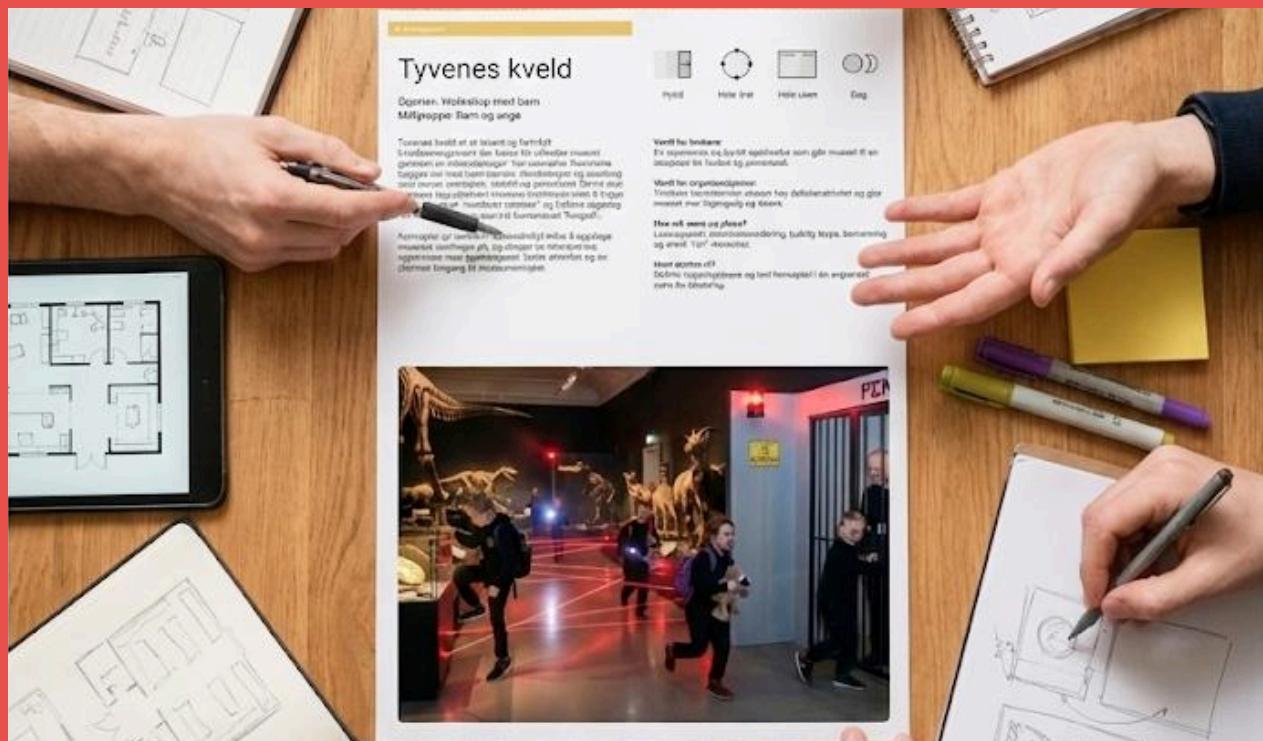
MELLOMÅND **HELE ÅRET** **HELE UKEN** **DAG**

Målgruppe som lim er et samskapende konsept der ansatte fra museet og teateret setter av dedikert produksjonstid

[Les mer ▾](#)



Hvordan tester vi?



Enhver test av tjenestekonseptene, enten det er et lavterskel arrangement eller et langvarig program, er et essensielt steg mot realiseringen av det nye teater- og museumsbygget, fordi det bygger opp erfaringer og forventninger. La oss se på et eksempel basert på et av tjenestekonseptene.

Vi ønsker å teste ut Tyvenes Kveld. Her kler barna seg ut i tyveklær på teateret, og sniker seg inn på museet om kvelden for å stjele skatter, unngå lasere og vakter. Konseptet forutsetter et samarbeid mellom teateret og museet, der det må planlegges bemanning, kostymer, fasilitering og opplegg på museet.

I dette tilfellet kommer konseptet fra barn i Stavanger, som allerede har validert verdien av konseptet; dette er noe de ønsker å oppleve. Derfor vinkles konseptet mer inn mot hvilken læring det kan gi på vegne av samarbeidet mellom teateret og museet.

Hva ønsker vi å lære?

Vi vil avdekke friksjonspunkter mellom «bevaringskulturen» og «scenekunsten» når de skal dele samme gulv og aktivitet.

Hypotese:

«Ved å逼e frem et felles eierskap til et konkret arrangement, vil vi avdekke hvor våre nåværende rutiner for sikkerhet, HMS, arbeidstider, rutiner og prosesser kræsjer.»

Hvordan oversettes lærdommene?



Testen viser at vi trenger en «MITTROMMET-produsent». En person som har mandat til å skjære gjennom i diskusjoner mellom avdelingene .

Aktiviteten krasjet med en premiere på teateret og en utstillingsåpning. MITTROMMET trenger et felles årshjul/bookingsystem som styres sentralt.

Vi må lære opp personalet i begge disipliner. En «MITTROMMET-verd» må kunne både HMS for publikum (teater) og sikkerhet for gjenstander (museum).

Når 'tyvene' (barna) skulle løpe ut etter raidet, bråket de mye, som forstyrret et foredrag for pensjonister i naborommet. Det må legges til rette for soning av denne typen overlappende arrangementer i MITTROMMET.

MITTROMMET - tre ganger tre

Diagrammet viser hvordan de tre utviklingsområdene strekker seg over de tre fasene: Fra små tester og midlertidige løsninger, via eksperimenter i byen, til det fullt integrerte MITTROMMET i hjertet av det nye teater- og museumsbygget.



Etablering og foredling

Nytid

Tjenester/Programmer (folkene – hvem og hva)

Nåtid

Teateret og museet har et felles ansvar for å gjennomføre tester i form av arrangementer, aktiviteter og utstillinger allerede nå. Gjennom disse lavterskel-aktivitetene forankres idéer og behov for tiden fremover i konkrete erfaringer. Dette gir verdifull læring om hvordan felles drift kan fungere i praksis, samtidig som det bygger relasjoner mellom organisasjonene.

Målet med konseptene i denne fasen er å begynne med- og gradvis opparbeide samarbeidskompetanse for å sikre kontinuerlig samhandling frem mot innflytting. I tillegg skal aktivitetene skape forventning blant innbyggerne og gi innsikt som vil forme tjenestetilbudet i det ferdige bygget.

Mellomtid

I byggeperioden, når organisasjonene ikke lenger er samlokalisert, rettes fokuset mot aktiviteter som kan opprettholdes på tvers av de fysiske skillene. Denne perioden representerer en unik mulighet til å øke synligheten i Stavanger gjennom oppsøkende og omreisende virksomhet.

Ved å samarbeide tett i «Mellomtiden» holdes relasjonen mellom teateret og museet seg varm frem mot innflytting. Aktivitetene skal også bygge forventning og kjennskap til det nye bygget i lokalbefolkningen. At begge organisasjonene får en «ny start», åpner et handlingsrom for eksperimentering som bør utnyttes til det fulle. Ved å teste nye tilbud på nye arenaer og for nye målgrupper, bygger vi nødvendig kompetanse for å håndtere mangfoldet i det kommende kulturbygget.

Nytid

Det ferdige bygget og MITTROMMET skal inneholde et bredt spekter av tilbud som treffer mangfoldet i Stavanger og Rogaland. De nye fasilitetene, infrastrukturen og romløsningene skal bygge videre på erfaringene og samarbeidsformene som ble etablert i nåtiden og mellomtiden.

Tjenestetilbudet vil utgjøre en miks av faste programmer, enkelt-arrangementer, installasjoner og aktiviteter initiert sammen med innbyggerne. Koordineringen av dette totaltilbudet vil basere seg på inngående kjennskap til målgruppene behov, kombinert med den samhandlingskompetansen organisasjonene har opparbeidet seg gjennom hele prosessen.

Tjenestekonsepter

Nåtid

Biologisk impro

Opphav: Matchmaking
Målgruppe: Ungdom

Biologisk impro er et interaktivt arrangement som kombinerer faglig kunnskap om biologisk mangfold med improvisert scenekunst utviklet spesielt for ungdom. Konseptet bygger på en blanding av formidling og performance, der fagpersoner fra naturhistorisk avdeling samarbeider med skuespillerne for å skape levende og engasjerende situasjoner på scenen.

Improvisasjonen tar utgangspunkt i biologiske fenomen, arter og økologiske sammenhenger, som skuespillerne tolker gjennom humor, overraskelser og publikumsdeltakelse. Målet er å gjøre komplekse naturtemaer mer tilgjengelige, inspirere ungdom til refleksjon og skape en opplevelse som både underholder og utdypar forståelsen av naturens sårbarhet og betydning.

Museums- og teaternatt

Opphav: Matchmaking
Målgruppe: Familier / barn og unge

Museums- og teaternatt bygger videre på museets eksisterende 'Museumsnatt'-arrangement, og introduserer teateret som medarranger. Som et tettpakket arrangement der der allerede utføres aktiviteter og opplevelser, er det etablerte formatet en potensielt god måte å medarrangere uten å måtte opprette et nytt arrangement fra bunnen av.

De mange naturhistoriske og arkeologiske aktivitetene på arrangementet kan berikes med skuespill og forestillinger, eller så kan teateret bistå med aktiviteter innenfor egen kunnskapsfelt, som kostymemaking eller improteater.

Lavterskel arrangementer der museet og teateret samarbeider.

Felles drift og arrangering av eksisterende programmer.

Besøksshow

Opphav: Styret
Målgruppe: Alle / Ansatte RT/SM

«Besøksshow» er et utvekslingskonsept som tjuestarter samlokaliseringen ved at institusjonene gjester hverandres nævraende lokaler. Her flytter museet deler av samlingen inn i teaterets foajé, mens skuespillerne inntrar museumshallene med pop-up teater og improvisasjon. Dette bryter ned de etablerte skilene mellom institusjoner og publikum, og skaper en formskap på gjestespill i det nye kulturkvarteret. Gjennom slike gjestespill blir organisasjonene bedre kjent med hverandres kultur og arbeidsmåter, samtidig som publikum eksponeres for nye kunstuttrykk på tvers av vante arenaer.

Verdi for brukere:
Gir en overraskende merverdi til besøket og introduserer publikum for naboinstitusjonen på en lavterskel måte.

Verdi for organisasjonene:
Fremmer intern kulturbygging på tvers av fagfelt og driver effektiv kryssemarkedsføring mot hverandres publikumsgrupper.

Hva må være på plass?
Vilje til å åpne egne arealer for eksternt aktivitet, samt enkle tekniske løsninger for mobile visninger.

Hvor starter vi?
Arranger en enkel «takeover» der museet viser frem utvalgte gjenstander i teaterfoajén før en forestilling.

Temauke- og festival

Opphav: Speed-dating / Ansattintervjuer
Målgruppe: Alle

Dette konseptet er overordnet for større arrangementer der museet og teateret samarbeider. Hovedideen går ut på at det er en om et bestemt tema, som kan utforskes gjennom utstillinger, arrangementer og samlinger.

Verdi for brukere:
Fordypning i et tema fra flere perspektiver med høy grad av variasjon.

Verdi for organisasjonene:
Gir sterke tverrfaglig profil og mulighet for større publikumsbredd.

Hva må være på plass?
Felles temafestsetting, koordinering av program og kuratorisk samarbeid.

Hvor starter vi?
Kartlegge aktuelle temaer som allerede finnes i museets eller teaterets sesongplan.

Aktiviteter og arrangementer der hver organisasjon blir kjent med hverandres drift og virksomhet.

Samkjørte arrangementer og aktiviteter under felles tema.

I fase 1, Nåtid, er hovedmålsettingen å etablere samarbeidskompetanse og teste felles drift gjennom lavterskel-aktiviteter. Utvelgelsen av konsepter for denne fasen fokuserer derfor på tiltak som krever begrensede ressurser, men som gir høy verdi i form av læring og

relasjonsbygging mellom Rogaland Teater og Stavanger Museum. Konseptene utnytter eksisterende arenaer og strukturer for å "tjuvstarte" samlokaliseringen mentalt og organisorisk, før de fysiske byggene slås sammen.

Tjenestekonsepter

Mellomtid

Felles nettsider

Opphav: Ansattintervjuer / Matchmaking
Målgruppe: Alle

En felles nettside kan først og fremst vise fram de **felles** funksjonene, arrangementene, tilbudene, tjenestene, rommene og planeiene. Ut over de ulike fasene av prosjektet vil dette ha ulik potensial vendt fra å formidle og holde folk oppdatert i nåtiden, fremme felles arrangementer og informasjon i mellomtiden, og prioritere representante MITTROMMET i nytiden.

En felles nettside som representerer MITTROMMET vil både kunne være verdifult for å formidle om de generelle mulighetene som eksisterer der, ved siden av museets og teaterets virksomheter. Samtidig vil samhandlingen mellom begge organisasjonene utgjøre aktuelt innhold på disse sidene, og det er en fin måte å få besøkende til å klikke seg videre inn på teaterforestillinger så vel som museumshendelser.



Eksempler til inspirasjon

Art UK er en "super-katalog" som skal arkivere alle oljemalerier i Storbritannia. Et samarbeid mellom store og små museer, etter oppdagelsen av at folk fest som vil se opp et bilde, egentlig ikke bryr seg om hvor det står utstilt.

LTC Apprenticeships er en samorganisering på nettside for flere kulturelle institusjoner samt teatre i London, der disse samarbeider for å gjøre læringstilbud for unge kulturarbeidere mer fleksibelt.

Digitale kanaler for informasjonsdeling og samarbeid på tvers av sted.

Ambulerende kultur

Opphav: Styrte
Målgruppe: Målgruppe- og lokasjonsspesifikt

«Ambulerende kultur» er et oppsøkende konsept som flytter teateret og museet ut fra sentrum og inn i folks hverdagsliv – enten det er på kjøpesenteret, den lokale kafébaren eller ved en turisthytte. Gjennom mobile utstillingsmontre eller kompakte pop-up-festiviteter får publikum uventede kulturmøter der de allerede ferdes. Titaket fungerer som strategiske «satellitter» som sører kunnskap om det nye bygget til hele regionen. Ved å plassere historiske gjenstander eller scenekunst i nye og hverdaglige kontekster, vekkes nysgjerrigheten hos målgrupper som kanskje sjeldent oppsøker institusjonene til vanlig.

Verdi for brukere:
Gir publikum en uventet og berikende kulturpause på steder der de allerede oppholder seg.

Verdi for organisasjonene:
Øker synligheten i hele regionen og rekrutterer nye publikumsgrupper gjennom aktiv, lokal tilstedeværelse.

Hva må være på plass?
Sikre og transportable utstillingsmontre, samt avtaler med lokale arenaer som kjøpesentre og kafeer.

Hvor starter vi?
Plasser en utvalgt museumsgenstand med en engasjerende historie på et populært samlingssted for å teste responsen.



Aktiviteter og tilbud som arrangeres lokalt rundt om i Rogaland.

Arrangement Tjeneste

Målgruppe som lim

Opphav: Styret
Målgruppe: Ansatte MS/RT / valgt målgruppe

Målgruppe som lim er et samskaperende konsept der ansatte fra museet og teateret setter av dedikert produksjonsstid til å utvikle innhold sammen med en valgt målgruppe. Det kan være barn, ungdom, eldre, minoritetsgrupper eller spesielle brukerfellesskap. Konseptet handler om å flytte fokus fra institusjonenes behov til publikums perspektiver, erfaringer og ønsker. Gjennom workshops, ideutvikling, prototyping og kreative prosesser får deltagerne forme opplevelser, arrangementer eller formidlingsgrep som angår dem direkte. Målet er å bygge tilbud som oppleves relevante, inkluderende og forankret i faktisk brukerinsikt – ikke antakeler.

Verdi for brukere:
Gir reell medvirkning, eierskap og opplevelser tilpasset deres interesser og behov.

Verdi for organisasjonene:
Gir dypere innsikt, styrker målgrupperforslælse og skaper mer treffsikre tilbud.

Hva må være på plass?
Tidsavsatte prosesser, facilitatorer, egnet rom og en tydelig definert målgruppe.

Hvor starter vi?
Velg én målgruppe og gjennomfør en kort samskapsworkshop som pilot.

URHUSET OSLO.
DRØMMEKULTUR!

Barna bestemmer!

Verdier til venstre for hver av fire ikoner:

- Mellomtid: Et kvadrat med en pil rettet til høyre.
- Hele året: En cirkel med en liten pil rettet til høyre.
- Hele uken: Et kvadrat med diagonale linjer.
- Dag: To sirkler som møtes i midten.

Aktiv samskaping og eksperimentering av nye tilbud for ulike målgrupper.

Arrangement Tjeneste

Pop-up!

Opphav: Styret
Målgruppe: Alle

«Pop-up» er et mobilt formidlingskonsept som tar kulturen ut av institusjonene og direkte til folket mens byggeprosessen pågår. Ved hjelp av fleksible rigger, som ombygde containere eller telt, etableres midlertidige arenaer ved byggeplassen eller rundt om i byen. Her møtes teaterkunst og museumsformidling side om side, og tilbyr publikum snackbiter på fremtidens innhold. Konseptet sikrer at organisasjonene forblir synlige og relevante i overgangsfasen, og fungerer som en levende reklameplakat. Det skaper nysgerrighet og viser at aktiviteten lever i beste velgående, selv mens det bygges.

Verdi for brukere:
Gir unntak og lavterskel kulturopplevelser i bybildet som senker barrienen med institusjonene.

Verdi for organisasjonene:
Opprettholder synlighet og publikumsrelasjoner gjennom byggeperioden, og bygger forventning til det ferdige bygget.

Hva må være på plass?
Mobil utstyr som tåler vær og vind, samt en riggplan for effektiv forflytning og bemanning.

Hvor starter vi?
Etabler en enkel pilot-stasjon ved byggegjerdet med snackbiter fra begge institusjoner en travle lerdag.

NYTT FELLES KULTURBYGG – ROGALAND TEATER & STAVANGER MUSEUM – KOMMER 2027

NATURHISTORISK POP-

TEATER & MUSEUM SAMARBEID

Felles arenaer der begge organisasjonene samarbeider i byrommet.

I fase 2, Mellomtid, er organisasjonene fysisk adskilt mens det nye bygget reises. Hovedmålsettingen i denne perioden er å opprettholde synlighet, styrke den felles identiteten til tross for ulike lokasjoner, og bygge forventning til

det ferdige resultatet. Utvelgelsen av konsepter fokuserer derfor på mobil, oppsøkende og digital virksomhet som snur den midlertidige "hjemløsheten" til en styrke ved å møte publikum på nye arenaer.

Tjenestekonsepter

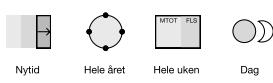
Nytid

★ Arrangement

Barnepark(ering)

Opphav: Samtale med Nye i Norge
Målgruppe: Nye i Norge / Foreldre

«Barnepark(ering)» er et tilrettelagt tilbud med kvalifisert bemanning der barn kan leke trygt mens foreldrene bruker byggets øvrige fasiliteter. Tjenesten fjerner en av de sterste barrierene for kulturbruk – barnevaktkabalen – og gjør det mulig for voksne å oppleve en utstilling, se en forestilling eller delta på sosiale arrangementer på egen hånd. For målgruppen som er nye i Norge, fungerer dette også som et viktig frimotiv for språktraining og netverksbygging med andre voksne, vel vitende om at barna er i trygge hender rett i nærheten.



Verdi for brukere:
Gir foreldre sårt tiltrent egentlig til kulturopplevelser eller sosialt samvær, uten praktisk stress rundt barnevakt.

Verdi for organisasjonene:
Øker besøkfrekvensen betraktelig hos småbarnstreidre og inkluderer målgrupper som ellers ofte er bundet til hjemmet.

Hva må være på plass?
Et fysisk sikret areal, kvalifisert personell med barnefaglig kompetanse og et trygt system for inn- og utsjekk.

Hvor starter vi?
Piloter løsningen i et avgrenset rom under utvalgte dagforestillinger eller språkkafeer i helgene.



Målgruppespesifikke tjenester som muliggjøres fra smarte fleksible løsninger og god soning.

★ Arrangement

Dramahistorisk mathall

Opphav: Kommersiell workshop
Målgruppe: Alle

Dramahistorisk mathall er et levende kulinarisk møtepunkt som fletter smaksopplevelser sammen med byggets kunstneriske og historiske innhold. Her fungerer matboden som scener for gastronomisk historiefortelling, der menyen skifter i takt med repertoaret. Matkunstneren kan myte rettet inspirert av aktuelle temaer eller historiske moment fra museumsutstillingene – enten det er «Isobens favoritter» eller «Jernstolerkost». Mathallen fungerer som en uformell inngangsport til bygget, og senker terskelen for å oppsøke kultur ved å giøre den spiselig, sosial og tilgjengelig for alle, uavhengig av om man har billett til en forestilling.

Verdi for brukere:
Gir en hellhetlig totalopplevelse der mat og drikke utdype historiene man ser på scenen eller i utstillingen, og skaper en sosial ramme rundt besøket.

Verdi for organisasjonene:
Åpner for nye kommersielle inntektsstrømmer, forlenger publikums oppholdstid i bygget og markedsfører innholdet på en ryskapsende og folkelig måte.

Hva må være på plass?
Fleksible serveringsarealer, et tett samarbeid mellom kjøkkensjef, kuratorer og kunstnerisk ledelse for menyutvikling, samt atmosfærisk interiør.

Hvor starter vi?
Start med å tilby én temabasert rett eller drikke i dagens kafé knyttet til en stor oppsetning for å teste publikums betalingsvilje og interesse.



Tiltrekkende kommersielle tilbud som kan brukes som oppholdssted i hverdager og helger.

Levende foajé

Opphav: Speed-dating
Målgruppe: Alle

Levende foajé er et strukturert programkonsept som transformerer inngangspartiet fra en passiv ventesone til en aktiv kulturaréna. Gjennom en synlig og dynamisk dagplan tilbys en kontinuerlig strøm av lavterskel-aktiviteter, som minikonserter, pop-up teater, åpne øver og kort teater-prøver. Det skaper et det «elitte skygge»-havanhjør av når publikum kommer. Konseptet fjerner følelsen av tomme lokaler på dagtid, og gir besökende en umiddelbar smakebit på byggets innhold, noe som skaper en pulserende atmosfære i fellesområdene.

Verdi for brukere:
Sikrer at ethvert besøk oppleves innholdsrikt og levende, selv uten billett til en hovedforestilling.

Verdi for organisasjonene:
Synliggjør bredden i byggets tilbud og øker både oppholdstiden og trivselen i publikumsarealene.

Hva må være på plass?
En dedikert programkoordinator, fleksible riggmuligheter i foajén en utvalgt lørdag.

Hvor starter vi?
Test konseptet ved å kuratere et tett program med «smaksprover» i foajéen en utvalgt lørdag.



Mittloungen

Opphav: Ungdomsworkshop
Målgruppe: Ungdom

Mittlouangen er en dedikert frisone plassert i skjeringspunktet mellom museet og teateret, designet spesielt for ungdom. Dette er et kravlast «tredje sted» mellom skole og hjem, der det er rom for både sosialt samvær, lek og avslapning. Området er innredet med komfortable møbler som sofaber og sofaer, og tilbyr fasiliteter som spill og automaten. Huset har et kirkelig politikk eller kreativ stillhet. Spesen gir ungdom en naturlig tilhørighet til kulturbygget på deres egne premisser, og fungerer som en trygg base som gradvis ufarlegger terskelen inn til de etablerte kunstnæraene.

Verdi for brukere:
Tilbyr et gratis og uforpliktende fristed i sentrum der man kan være sosial sammen med venner.

Verdi for organisasjonene:
Skaper en tilig relasjon til en viktig målgruppe og gjør bygget til en relevant del av ungdomskulturen.

Hva må være på plass?
Robust og komfortabelt interior, god wifi-dekning, lademuligheter og tilgang på enkel mat og drikke.

Hvor starter vi?
Involver en ungdomsgruppe i valg av møbler og utforming av sonen for å sikre reelt eierskap.



Programmer og ordninger som sikrer et aktivt bygg hele døgnet.

Målgruppespesifikk soning av områder som gjør at ulike brukere kan oppholde seg i bygget samtidig.

I fase 3, Nytid, er det nye bygget ferdigstilt, og "MITTROMMET" går fra å være en idé til å bli en fysisk realitet. Hovedmålsettingen er å ta i bruk den nye infrastrukturen for å skape et levende hus som appellerer til et mangfold av

innbyggere. Utvelgelsen av konsepter for denne fasen fokuserer på permanente (men samtidig fleksible) fasiliteter, sosial og kommersiell bærekraft og tjenester som binder teateret og museet sammen til en sømløs totalopplevelse for publikum.

Hva kan vi sammen romme?

Besøksshow

Museums- og teaternatt

Historisk scenografi

Rogalandsvisa

Biologisk impro

Tyvenes kveld

Imaginære utstillinger

Fossilgraving

Fotballet

Språkløs vandring

Nattverk

Pop-up!

Ambulerende kultur

Reporterboksen

Samfunnsspeilet

Storkonserter

Tradisjonsdager

Pils og pølse

Barselturné

Morgenbit

Kultur 101

Residency

Felles nettsider

Temamiddag

Nyhetsbrev for deg

Opplevelsesartefakt

RT og MS i SOME

Omvisninger

Museumsarkivet

Årskort

Utleieordningen

المعلومات الثقافية

Lag en utstilling

Alt skal lekes med

Målgruppe som lim

Zipline

Kursdager

Spill deg inn

Etterklubb

Kulturvaluta

“Hva så du?”

Kostymerommet

Heldagsskolen

Dramahistorisk mathall

Åpen scene

Kosekrok

Dine fine ting

O' Store and

Takeover

Projeksjonsrommet

Abonnement

Levende foajé

Én billett

Barnepark(ering)

Kulturkaffekort

Mcdonalds(?!)

Bakgårdsfestival

Mittloungen

Temauke- og festival

Historiesporing

Metode: Hvordan teste?

For å gjøre hvert eksperiment nyttig, følger vi en enkel læringssyklus i fem trinn. Hver test, enten det er en liten aktivitet, et nytt format eller et større prosjekt i byen, kan sees på som en mulighet til å lære noe konkret og omdanne denne læringen til bedre rom, programmer og måter å samarbeide på.

**1****2**

Definer intensjonen

Hva ønsker vi å lære?

Vi bestemmer oss for hvorfor vi gjennomfører en bestemt test: hvilke målgrupper fokuserer vi på, hvilket rom eller hvilken situasjon ønsker vi å utforske, og hvilke spørsmål ønsker vi svar på. Hvis det er nyttig, skriver vi en enkel hypotese: «Hvis vi gjør X, forventer vi at Y vil skje.»

Hvilke målgrupper fokuserer vi på? (familier, ungdom, ikke-brukere, fagpersoner, osv.)

Hvilket rom, hvilken funksjon eller situasjon er vi nysgjerrige på (foaje, uteområde, byområde, digitalt, osv.)?

Hva er det viktigste læringssspørsmålet i én setning?

Hva ville være en meningsfull endring i atferd hvis dette fungerer (bli lengre, bevege seg annerledes, komme tilbake, oppdage den andre institusjone, etc.)?

Design testen

Hvordan setter vi det opp?

Vi velger et konkret format (arrangement, aktivitet, prototype), sted, tidspunkt og samarbeidspartnere, og blir enige om hvem som gjør hva. Vi bestemmer også hva vi skal observere og måle, for eksempel hvor mange som kommer, hvor lenge de blir, hvordan de beveger seg og hvordan de opplever stedet.

God brukertesting krever avklarte roller. Test-leder har ansvar for å forberede, koordinere, starte, styre og stoppe testen, debrief og dokumentering av lærdommer. Vedkommende må også sørge for at folk er trygge i situasjonen. Observatører er ikke med i arbeidet, men har som oppgave å notere ned observasjoner spesielt knyttet til mål for testen. De skal ikke blande seg inn i gjennomføring med mindre de blir invitert til det av test-leder.

Hva er det beste formatet for å besvare spørsmålet vårt? Hvor og når bør det skje for å nå de riktige personene? Hvem må være involvert fra museet, teatret og partnerne, og hva er deres roller? Hva må vi observere eller måle for å vite om det fungerte (tall, bevegelser, stemning, tilbakemeldinger)?



3

Utfør testen

Gjennomfør så reelt som mulig.

For at testen skal gi oss mest mulig læring, er det viktig at den gjennomføres så nær reell situasjon som mulig.

Test-leder starter og avslutter testen med tydelig signal. Ikke stans underveis med mindre det er avtalt eller at hendelser som inntreffer gjør det umulig å fortsette. Gjennomfør som om det var så reelt som mulig. Først da får vi testet det vi skal.

Dersom det er rent tekniske ting, størrelser etc. som skal testes, kan dette gjennomføres mer som en funksjons-test uten videre iscenesetting.



4

Oppsummer funn

Hva har vi lært?

Etter testen oppsummerer vi de viktigste fakta (tall, observasjoner, kommentarer) og ser etter mønstre. Vi sammenligner dette med intensjonen vår: hva fungerte, hva fungerte ikke, og hva er de 3–5 viktigste tingene vi har lært.

- **Hva er de grunnleggende fakta:**
Hva gjorde vi, hvem kom, hvor mange, hvor lenge ble de?
- **Ser vi på publikum:** Hvem kom faktisk, og hvem mangler fortsatt?
- **Ser vi på organisasjonene:** hva føltes enkelt eller vanskelig i samarbeidet og logistikken?
- **Ser vi på lokalet:** Hvordan ble stedet egentlig brukt (strømmer, hotspots, døde soner, atmosfære)?

Hva er de 3–5 viktigste innsiktene?



5

Oversett læringspunktene

Hva bør endres i arkitekturen, programmene og organisasjonen?

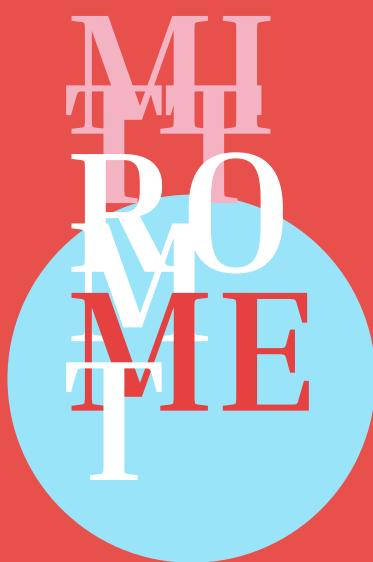
Vi omsetter innsiktene til konkrete neste trinn: hva de innebærer for fremtidig bygnings- og romdesign, for innholdet og programmeringen av MITTROMMET, og for roller, rutiner og partnerskap i organisasjonene. Disse beslutningene loggføres, slik at hver test former det langsigtige prosjektet.

- **For arkitektur:** Hva betyr dette for innganger, synlighet, terskler, sonering, sitteplasser, lyd, forbindelser mellom inne og ute?
- **For programmer:** Bør vi justere formater, varighet, hyppighet, tidspunkt på dagen eller hvem vi designet for?
- **For organisasjonen:** Trenger vi nye roller, rutiner, produkter eller partnerskapsmodeller for å støtte dette?

Hva bør vi beholde, endre, skalere eller stoppe basert på det vi har lært?

Vi ønsker å takke alle som har satt av tid til å delta i prosessen. Vi har involvert så mange vi har klart, og ser frem til at flere vil involveres i årene fremover. Nye Rogaland Teater og Stavanger museum vil leve i lang tid, og prege Stavangers historie og innbyggere. Takk for at vi har fått bidra!





Comte Bureau •

cande