

# Koldingbogen

**ÅRSTAL:** 2013

**FORFATTER:** Karen Grøn

**TITEL:** Trapholt 25 år – et museum for de mange – ikke de få

**KORT RESUME:** Trapholt kan i 2013 fejre 25 års jubilæum. Museet har placeret sig som et fyrtårn med både lokalt, nationalt og internationalt udsyn. Museumsdirektør Karen Grøn fortæller om museets historie og arbejdet i dag.

## Trapholt 25 år – et museum for de mange – ikke de få

Karen Grøn

Trapholt kan i år fejre 25 års jubilæum. Museet har placeret sig som et fyrtårn med både lokalt, nationalt og internationalt udsyn. Museumsdirektør Karen Grøn fortæller om museets udfordringer, opgaver og hvordan museet arbejder med at implementere og opfylde Trapholts vision 2013 som:

*"Danmarks mest engagerende, tilgængelige og responsive møbel-, kunsthåndværk og kunstmuseum med internationalt toneangivende og nytænkende samling og formidling af højeste standard og kvalitet."*





## Trapholt dengang og i dag

2. juni 1988 kunne man åbne de smukke museumsbygninger af Børge Lundgaard i C. Th. Sørensens vidunderlige park, som mange i dag forbinder med Trapholt. Museumsbygningerne blev placeret på det tidligere landsted Trapholt, som i 1972 var blevet overdraget til Kolding Kommune af den tidligere tandlæge Gustav Lind, hvilket blandt andet skyldtes dygtigt politisk arbejde af den radikale byrådspolitiker K.E. Reddersen, som også var formand for Kolding Kunstforening. Den selvejende institution Kunstmuseet Trapholt blev stiftet 1. juni 1981, og museet blev etableret med sin første professionelle leder, Svend Jørn Andersen 1. marts 1982 med kontor og gallerilokaler i Klostergården.

Grundstenen i samlingen var oprindeligt samlingen fra Kolding Kunstforenings omkring 1000 værker. I dag varetager Trapholt ikke mindre end 5500 værker. Derfor har museet status af at være et statsanerkendt museum, som modtager statstilskud til at indsamle, registrere, bevare, forske og formidle museets samlinger. Nogle vil mene, at Trapholts *samlinger* er museet, og ville således kunne sige, at 25 års jubilæum i 2013 ikke er helt korrekt – men da de fleste jo nok forbinder Trapholt med helheden af arkitektur, samlinger og udstillinger, har museet valgt at fejre helhedens 25 års jubilæum med en fest den 2. juni og en jubilæumsudstilling med fernisering den 28. august: *Noget ganske særligt – Trapholts samling anno 2013*.

Trapholts formål er i dag, som fra de første år, at arbejde med kunst, kunsthåndværk og stoledesign. At man kombinerede disse tre fagområder allerede den gang museet blev etableret, viser sig i dag at have været en stærk og bæredygtig vision for museet. Siden Trapholt blev etableret, er der sket en stadig stigende tilnærmelse mellem de forskellige fagområder, og i dag er der en blomstrende scene af kunstnere og designere, som uden problemer eller skelen krydser hinandens faggrænser. At arbejde i krydsfeltet mellem kunst og design er i disse år et af de mest spændende og udfordrende faglige områder i kunst- og designverdenen. På Trapholt kan man både opleve krydsfeltet samt kunst og design som særskilte fagområder.

Visionen for Trapholt da museet åbnede i 1988 var, at museet skulle være museet for de mange – ikke de få. I dag 25 år efter åbningen finder man et museum, som på mange måder har realiseret visionen. Trapholt har gennem de 25 år, bygningerne har inviteret gæster indenfor, budt på et rigt og varieret udstillingsprogram, og museet har særligt de senere år, placeret sig blandt de mest velbesøgte kunstmuseer i Danmark. Besøgsstatistikkerne fortæller, at museets besøgende med runde tal fordeler sig med 20% fra Kolding området, 35% fra Region Syd og 45% fra resten af landet. Undersøgelser viser desuden, at Trapholt har fastholdt det veluddannede kernepublikum, samt at museet formår at tiltrække publikumsgrupper, som normalt ikke benytter kunstmuseer så flittigt.



Snoren klippes 1. juni 1988 af blandt andet Clara Rigenstrup og Svend Jørn Andersen. Foto: P. Thastum.



Trapholt har mange aktiviteter for unge. Her en ung mand som kuraterer i udstillingen *Hva' ka' kunst?* 2009.



En gruppe unge piger som deltagere i projektet *Trapholt Super-teens* som led i et kunstværk af kunstgruppen *Superflex* i 2001.

Der arbejdes målrettet og bevidst på Trapholt i forhold til både nye og eksisterende målgrupper. At Trapholt i dag formår både at fastholde kernepublikum og at udvide gruppen af brugere af museet, er vi meget stolte af.

### **Clever place, aesthetic place og great good place**

Trapholt er en destination. Gæsterne kommer for at blive en dag. De bliver flere timer og går til og fra mellem udstillingerne og museets øvrige tilbud. De nyder museets skønne arkitektur, den smukke park, dejlige cafe, spændende butik – og hinanden.

Med udgangspunkt i sociologen Ray Oldenburgs begreb *Great Good Place*<sup>1</sup> arbejdes der på en profil for Trapholt, hvor der er plads til mange forskelligartede oplevelser. *Great Good Place* handler kort fortalt om, at Ray Oldenburg pegede på, at det velfungerende samfund har steder, hvor mennesker kan mødes uformelt og socialt. Det dysfunktionelle samfund har ikke den slags steder. At være netop et sted, hvor man kan hænge ud, mødes med andre, skrive på sin computer, se noget smukt, inspirerende og debatskabende er en af visionerne for arbejdet med Trapholt. Trapholt har derfor også åbent gratis for gæster om onsdagen fra kl. 17-20, hvor man kan komme en aften og nyde huset og restauranten uden at skulle betale for at komme ind.

Men museet er mere end smukke rammer for en oplevelse. Som vidensinstitution, der har til formål at indsamle, registrere, bevare, forske og formidle design og kunst, arbejder museet også på at være *clever place*. Viden er en kerneydelse på Trapholt, og det vil i de kommende år være vigtigt at sikre rammerne for mere forskning på museet og i samlingerne. Det er netop samlingerne, som gør Trapholt til et museum og ikke en kunsthall. Samlingerne er hele grunden til museets eksistens, og den er anledningen til vidensproduktion og samtidsrelevante perspektiveringer. Ud over gode fyldige tekster ved værker arbejdes der systematisk med vidensformidling på mange niveauer – film, lyd og skilte. De senere år er der indledt et tæt samarbejde med folkeuniversitetet, således at alle fra Region Syd kan komme på kurser i kunsthistorie, designhistorie og andre særlige foredragsrækker. Trapholt er stedet, hvor både eksperten og den almindeligt interesserede skal kunne hente viden og inspiration om kunst og design.

Æstetikken er et centralt element på et kunst- og designmuseum – *Aesthetic Place*. På Trapholt skal alt være gennemført, smukt, velholdt og veludført. De ydre rammer er netop blevet sat i stand med en gennemgribende renovering af bygningerne, og udstillingerne bliver gennemarbejdede både med hensyn til indhold og udstillingsdesign. Det er vigtigt, at museets rammer altid opleves som æstetiske og indbydende.

---

<sup>1</sup>Oldenburg, Ray; *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Paragon House, USA, 1989



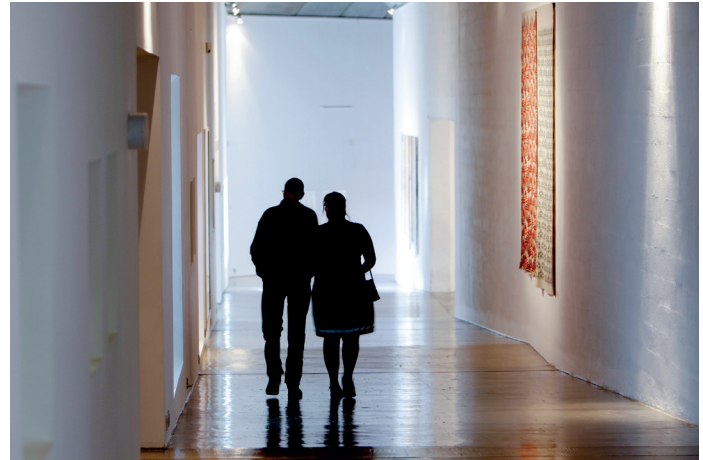
Trapholts aktivitetsprogram er ofte udsolgt med ventelister.



## Hvordan nås visionen?

Trapholts vision fra 2010 om at blive Danmarks mest engagerende, tilgængelige og responsive kunstmuseum har haft vidtrækkende konsekvenser for hele museet, idet den kun ville kunne blive realiseret, hvis hele huset arbejdede i samme retning. Derfor er der på Trapholt blevet arbejdet seriøst og målrettet med hele organisationen. Trapholt fungerer således i dag som en teambaseret organisation, hvor alle har specifikke fagligheder, som sættes i spil gennem tværgående team, så alle arbejder på at optimere mødet mellem museum og museumsgæst.

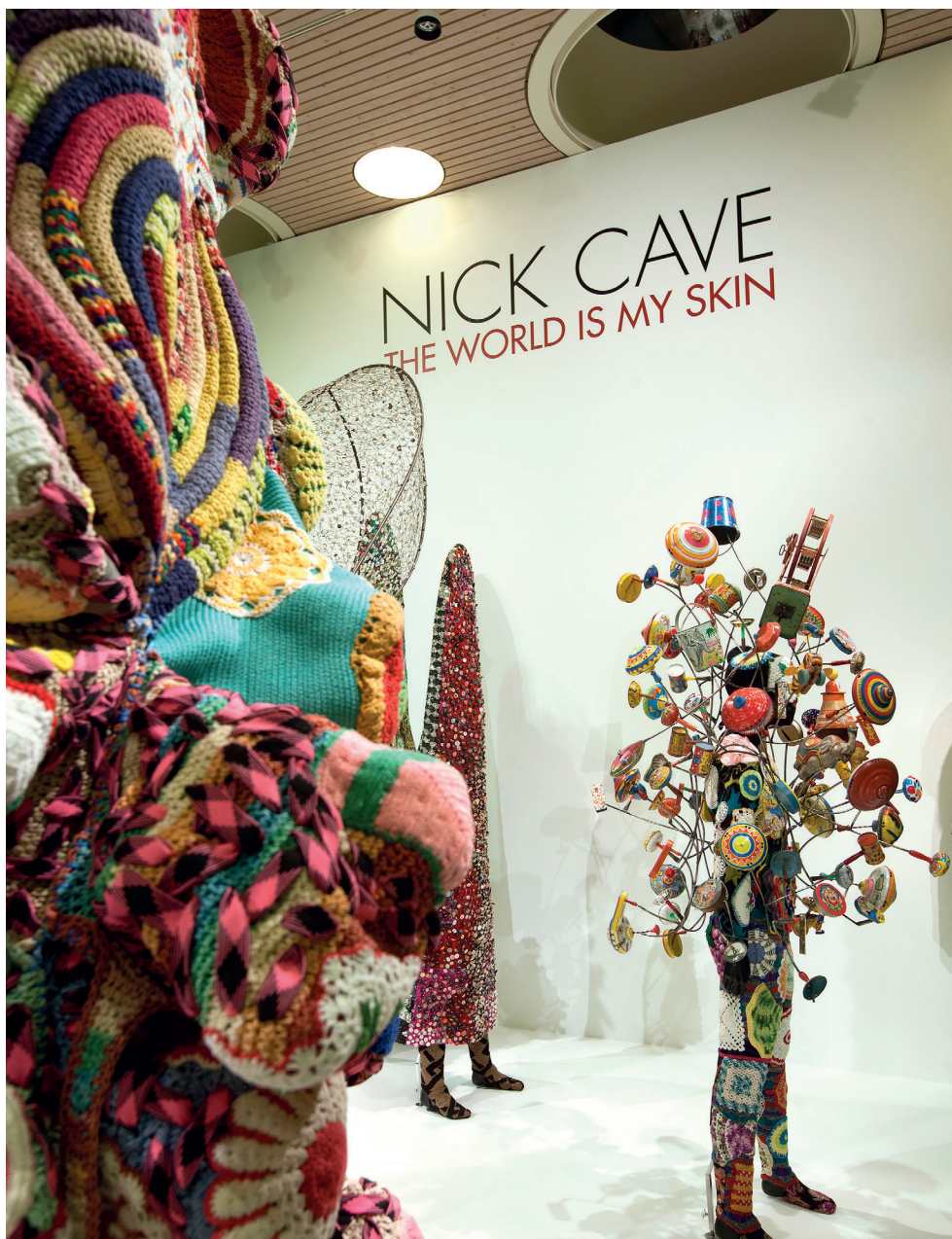
Alle museumsfolk kan hurtigt blive enige om, at god formidling er vigtigt for museet. Imidlertid forstår de fleste noget forskelligt ved formidling. Man kan tænke udstillingsdesign, skoletjeneste, outreach projekter, markedsføring, pressearbejde, voksen rundvisninger, firmaarrangementer etc. Det kan være vanskeligt at få fælles fodslag, når der hersker den form for flertydighed omkring begrebet formidling. Derfor defineres formidling på Trapholt som en række specialområder, der varetages af forskellige personer, som samarbejder tæt i teams. Udstillingsansvarlig sikrer museets udstillinger og design. Publikumsansvarlige står for skoletjenesten, outreach projekter og events. Kommunikationsansvarlig sikrer, at der bliver arbejdet strategisk med interessenter, sociale medier, presse og markedsføring. Arrangementsansvarlig tager sig af kommercielle aktiviteter såsom konferencer, møder og arrangementer. Samlingsansvarlig sikrer, at udgangspunktet for den formidling, der sker på museet, er i samlingen, og



Den æstetisk oplevelse på Trapholt gælder både udstillinger og bygninger. Her kan man restituere og lade op.

at der er et højt fagligt niveau, professionel håndtering og relation til samlingen hele vejen igennem. Når der arbejdes på Trapholt, er det således det samlede museumsfaglige team, som tidligt er med i processen, således at alle fagligheder kommer i spil på de rigtige tidspunkter.

Trapholts frontpersonale har alle en vigtig funktion i Trapholts formidling. Museets folk i butikken og vagterne møder næsten alle gæster. I 2007 omdøbtes museets vagtfunktion til en guidefunktion. I grunden holdes der opsyn som tidligere, men nu kombineres opsynet med en positiv opmærksomhed, som handler om, hvilken hjælp en gæst har brug for. Trapholts guider giver små introduktioner til enkelte værker, som de har specialiseret sig i, og tre gange om dagen bringer de museets gæster over til Arne Jacobsens sommerhus, hvor de vises rundt.



Trapholt viste i 2013 den første præsentation af Nick Caves forunderlige univers i Nordeuropa. Udstillingen blev suppleret af et event program med flashmobs i 9 syddanske byer.





I 2012 oplevede 20% af Trapholts gæster formidling gennem museets guider.

Butikken er en vigtig funktion, når gæsten skal have en god introduktion til museet og et godt minde med hjem. Det er det første, man ser, når man træder ind på museet og det sidste stop, inden man går igen. Der har de senere år været markant øget interesse omkring Trapholts butik, som er med til at understrege museets funktion som et sted, der omhandler både kunst og design.

### **Æstetisk udfordring, historisk dybde og debatskabende udstillinger**

Når der laves udstillingsplan på Trapholt sker planlægningen ud fra overvejelser om, at man på Trapholt altid skal kunne finde en række forskellige udfordringer. For det første vil der altid være noget sært, smukt, forunderligt, som udfordrer de æstetiske sanser. For det andet vil museet gerne bidrage til fornemmelsen af historisk dybde – hvor kommer vi fra, hvorfor ser tingene ud, som de gør, hvad gjorde man tidligere? For det tredje vil Trapholt gerne invitere til debat – så derfor vil der oftest være en debatskabende udstilling, hvor publikum inddrages i et spørgsmål. Den samlede Trapholt pakke består altid af disse tre elementer, og de bedste udstillinger indeholder alle tre elementer i sig selv.

De senere år har Trapholt arbejdet målrettet på at bringe internationale udstillinger til huse, og derfor har museet med stolthed kunnet præsentere kunst og design i verdensklasse. Udstillinger på Trapholt



I 2006 inviterede Trapholt museets gæster til selv at være smagsdommere, der vurderede, hvad der var godt design.

relateres til museets samlinger, og der foretages indsamlinger og forskning i forbindelse med aktiviteterne. Trapholt benytter i dag flere eksterne forskere for at sikre, at det er den nyeste forskning, som der, i samarbejde med personalet på Trapholt, kurateres i forhold til.

Trapholt har gennem årene haft meget stort held med brugerinddragende udstillingsprojekter. Allerede i 2001 skabte museet udstillingen *Museum Mausoleum*, hvor gæster med stor succes fik mulighed for at prøve at kuratere udstillinger. I 2006 inviterede Trapholt gæsterne til at diskutere smag i udstillingen *Smagsdommer*, hvor gæsterne kunne livsstilteste sig selv og stemme om, hvad der er godt design. I 2010 kunne gæster hver uge vinde at få realiseret en udstilling på Trapholt, ved at deltage i udstillingen *Hva' ka' kunst?*, hvor hele særudstillingssalen var omdannet til ét stort magasin, og

gæsterne kunne indlevere udstillingsforslag til museet. Brugerundersøgelser viste, at 50% af museets gæster deltog aktivt i disse udstillinger samt, at deltagerne var overordentligt tilfredse med oplevelsen.

Det gennemgående ord er hele vejen kvalitet. Der skal være noget at komme efter, når man tager på Trapholt – og det skal være af højeste kvalitet både indholds- og formidlingsmæssigt. Der skal være noget forskelligt alt afhængigt af, hvilken publikums-type man er, netop den dag man er på museet.

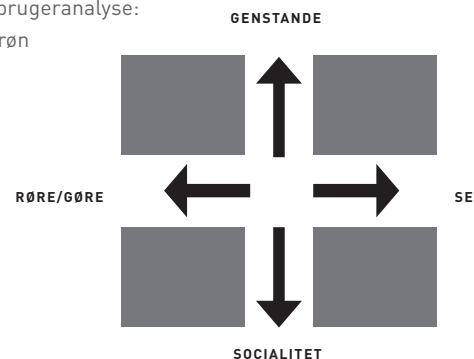
### Hvad oplever gæsterne?

Med udgangspunkt i Trapholts egne forskningsresultater er der blevet afdækket fire typiske publikumstyper på Trapholt: *Hyggere, scannere, kultiverede og undesøgere*<sup>2</sup>. Disse fire typer er udtryk for forskellige oplevelses- og læringsstile. Undersøgelsen viste, at Trapholts gæsters interesser fordelte sig på to akser. Den ene akse handlede om deres interesser – om de var mest interesserede i museets genstande, eller om de var mest interesserede i det sociale og dem, de var sammen med. Den anden akse handlede om, hvorvidt de gerne ville være aktive og interagerende, eller om de hellere ville nøjes med at bruge øjnene. Ved at krydse de to akser fordelte Trapholts publikum sig i fire grupper, som alle er ligebyrdige, men forskellige. En interessant opdagelse har været, at forskningsprojektet også

viste, at de fire stadier svarer til de fire læringsstadier i Kolbs læringsteori<sup>3</sup>. Kolbs læringsteori peger på, at man lærer på forskellige stadier alt afhængigt af situationen og emnet.

Der er således ikke én museumsgæst, som er mere rigtig end en anden. De er alle på museet af forskellige årsager. På sigt vil de alle have suget viden til sig på forskellige måder, som inspirerer dem i deres videre liv. I stedet for på traditionel vis at opdele gæster efter alder og social statur, opdeles gæster på Trapholt i forhold til disse fire oplevelsesstile, som både findes hos børn og voksne. Viden om de fire gæste-typer danner udgangspunkt for Trapholts udvikling af nye udstillinger og tiltag. Modellen er unik på museumsområdet og den er et værdifuldt værktøj til på anerkendende vis succesfuldt at understøtte de forskellige oplevelser, gæsterne kommer for at få.

Trapholts brugeranalyse:  
© Karen Grøn



<sup>2</sup> Grøn, Karen. Undersøgende, hyggere, scannere og kultiverede. En undersøgelse af gæsters oplevelser og oplevelsesstrategier på Trapholt” i Nordisk Museologi 2007 nr. 2

<sup>3</sup> Kolb, David A. *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*. Prentice Hall, USA. 1984

## De fire bundlinjer

Museerne er i disse år under et stadigt stigende pres fra forskellige sider. Som selvejende institutioner er der mange tilskudsgivere med til tider divergerende dagsordner. På Trapholt arbejdes der med 4 bundlinjer for at tydeliggøre kompleksiteten og klargøre værdien af de mange funktioner i huset.

*Den faglige bundlinje.* Statstilskuddet modtager man som museum på baggrund af det faglige arbejde med samlingerne. Når der indleveres arbejdsplaner er det primært samlingerne, man skal redegøre for, og her redegøres der efter museumslovens fem faglige punkter: indsamling, bevaring, registrering, forskning og formidling. Museet skal gennem en strategisk plan indsamle væsentlige værker i forhold til indsamlingsområdet for samlingen. Disse værker skal registreres efter et defineret registreringssystem og opbevares, så de bevares for eftertiden. Med overblik over samlingen udvælges de forskningsemner, som er interessante, og hvor samlingen kan bidrage til en relevant refleksion over samtiden. Forskning i samlingerne skal naturligvis formidles til befolkningen - publikum. Hvis museet ikke tager dette arbejde alvorligt, kan statstilskuddet komme i fare. Trapholt har planer om at øge fokus på samlingerne i de kommende år og håber, at der vil åbne sig økonomiske muligheder for at opgradere dette centrale og vigtige arbejde.

I de sidste 10 år er der kommet øget fokus på formidlingen på danske museer. Der er blevet etableret støtte gennem puljer, hvilket har medført en rivende

udvikling i den danske museumsverden med mange spændende udviklingsprojekter. Her har Trapholt også budt ind, og museet har spillet en central rolle som et af de museer i Danmark, hvor formidlingen både kommer til udtryk som innovative projekter med stærkt samfundsengagement og teoretisk refleksion i form af videnskabelige publikationer. Dette faglige arbejde med formidling har været centralt for udviklingen af Trapholt de senere år. Internt har vi set formidlingsafdelingen som museets udviklingsafdeling, hvor der er blevet eksperimenteret både med form og indhold med henblik på at udvikle selve museumsinstitutionen Trapholt.

Det faglige arbejde er naturligvis hele grundlaget for alt aktivitet på Trapholt. Derfor taler vi på Trapholt om *den faglige bundlinje*, når vi opgør resultaterne af vores faglige arbejde i form af udstillinger, publikationer og indsamling.

*Publikumsbundlinjen.* Det kommunale tilskud fra Kolding kommune er en vigtig post i Trapholts budget. Kommunen er meget opmærksom på særligt to forhold – dels hvorledes Trapholt bidrager til udvikling af kommunen og borgerne, dels i hvor høj grad museet tiltrækker opmærksomhed omkring Kolding, bosætning og gæster i byen. Publikumsbundlinjen handler på samme tid om, hvor mange gæster og hvilke slags gæster, der kommer på Trapholt.

Som et landsdækkende museum tiltrækker Trapholt gæster fra hele landet. Det er vigtigt for byen, at museet er kendt ud over bygrænsen, og med



Projekter med nye målgrupper har stor betydning for Trapholts generelle udvikling.





80% af besøgende fra andre kommuner er dette mål heldigvis nået. Museer måles ofte på besøgstallene, som indikerer museets succes. Imidlertid kan museerne ikke altid sikre besøgstallene. For det første kan man have held og forstand til at lave en meget populær udstilling – men det kan være svært at regne ud, hvilken udstilling som vil brage igennem, og det er til enhver tid vigtigt, at udstillinger er relevante for museet.

Som det andet element kan man arbejde med museets omdømme i det hele taget – hvilken slags oplevelse kan man forvente sig på Trapholt? Denne totaloplevelse har der været meget fokus på at udvikle, så vi i dag med stolthed kan sige, at museet er i en stabil positiv udvikling med butikken, cafeen, arrangementer og udstillinger generelt. Det tredje element er vejret, hvor en sommerhedebløge kan halvere de forventede besøgstal, hvis man er rigtig uheldig. Med den kapacitet Trapholt har i dag, kan museet rumme mellem 60.000–80.000 gæster årligt, så der er passende personale, parkeringspladser, toiletter og cafekapacitet til at servicere gæsterne.

I skrivende stund mærker Trapholt tidens trend med større og større udstillinger, hvilket kalder på en fremtidig udvidelse af museet med en udstillingssal på 1000 kvadratmetre, så museet kan fastholde et niveau, der møder gæsternes forventninger, når de sammenligner Trapholt med de store museer i udlandet. Når forventningerne indfries, kommer gæster nemlig igen. Trapholt har heldigvis et stigende

antal personer, som kommer jævnligt, og antallet af Trapholts Venners medlemmer stiger eksplosivt i disse år.

Der er mange slags publikum på Trapholt. Museet har en særlig opmærksomhed overfor befolkningen i Kolding. I arbejdet med byen er der blevet fokuseret på muligheden for at inddrage nye målgrupper og på at få endnu flere fra nærområdet til at se mulighederne i at gå på museum. For at nå de målgrupper, som ikke automatisk orienterer sig mod museet, har Trapholt i perioden 2011-12 arbejdet sammen med Kolding Storcenter om at bringe museet ud, hvor folk er. Det er sket i form af en udstillingsplatform, som kunne sættes op fredag eftermiddag, hvor Trapholt inviterede storcenterets besøgende ind at se på kunst og design.

Trapholt har desuden i 2012-13 haft projekter i boligkvarteret Skovparken, hvor kunst og design fra museet har været omdrejningspunktet i projekter omkring integration og identitet. Et tredje væsentligt projekt, der bør nævnes i denne sammenhæng, er projektet: *Et billede mange blikke*. Her blev et enkelt maleri underlagt mange børns granskende blikke og fortolket på vidt forskellige måder fra skole til skole. Projektet blev afsluttet med en stor udstilling på museet i 2009, hvor man kunne opleve det originale maleri i samspil med et udvalg af de mange fortolkninger.

Trapholt har også en vision om at kunne være med til helt konkret at udvikle og forbedre vores samfund til

et sted med større engagement og udsyn. Derfor er museet konstant i gang med projekter, hvor forandringspotentialer undersøges. Siden 2001 har der været mange forskellige projekter, hvor Trapholt har lavet udstillinger med nydanskere (Kulturens Kalejdoskopi 2011-12), engageret sig i projekter om unge, der frafalder uddannelser (Ungdomsbroen 2012-13) og samarbejder med kommunen om kunst, stress og psykisk velbefindende (Kunst og mental sundhed 2013-14). Alle projekter har fokus på kunst og design som forandringskatalysator for deltagerne og samfundet.

Trapholt har naturligvis et tæt samarbejde med byens skoler, som er flittige brugere af museet. Siden 2007 har Kolding arbejdet med en vision om at udvikle byen gennem og med design. I samarbejde med kommunen er der i 2013 blevet ansat en designlærer til folkeskolen, som har til opgave at formidle det konkrete design og arkitektur, vi har i Kolding kommune. Derudover har Trapholt en meget aktiv skoletjeneste, som formidler museets kunst og særudstillinger.

*Økonomisk bundlinje.* Det bliver vigtigere og vigtigere for museerne at skabe en stabil indtjening dels gennem billetsalg, men også gennem andre aktiviteter på museet. Besøgstillene er der naturligvis et konstant fokus på, men der er også etableret funktioner, så museet kan tilbyde faciliteter til møder og konferencer. I Richard Mortensen-salen er der etableret skydedøre, så man kan lukke salen af og holde arrangementer. Det er meget vanskeligt

at tjene penge på kultur, men der er på Trapholt et fortsat fokus på at både cafe, butik, arrangementer og erhvervsklub skal generere en indtjening.

Den økonomiske bundlinje er en stor udfordring for kulturen. En stor sidegevinst med de mange kontakter til erhvervslivet er imidlertid, at der er opstået en stor skare af personer og kontakter, som museet kan ringe til. Et netværk som museet både kan få råd af og samarbejde med. Men faktum er og bliver, at kultur er noget, man vælger at have i en kommune, hvis man vil have et godt, varieret og rigt liv at tilbyde borgerne – det vil aldrig kunne være en økonomisk gevinst i sig selv. Derimod er der mange sidegevinster såsom synlighed, kreativitet, livskvalitet, viden etc. – dvs. gevinster på de andre bundlinjer.

*Organisationens bundlinje.* Hvis ikke organisationen fungerer, så er det ikke muligt at få maskinen til at køre i den rigtige retning. Trapholt oplevede fra 2006 til 2010 jævnlige lederskift og organisatorisk tumult. Det var en vanskelig tid, hvor museet både var under pres ude- og indefra. Udefra, fordi kommunen og staten øgede kravene til museerne. Indefra, fordi organisationen var i vanskeligheder med stor udskiftning på både lederstol og blandt personalet. I dag er der etableret en stabil organisation med klare arbejdsfordelinger og teamsamarbejde. Der er dog ingen tvivl om, at det også i dag er hektisk at arbejde på museum. En supplerende forklaring, ud over den økonomiske smalhals, kan være, at museer er befolkede af meget engagerede mennesker, som ikke kan lade være med altid at gå efter den højeste

standard og derfor vil presse sig selv og andre. For at imødegå dette tænkes der på Trapholt hele tiden i at skabe stabile forretningsgange og systemer, så energien kan bruges på indholdet og ikke på organiseringen. Denne professionalisering af organisationen har været en stor tilfredsstillende de senere år og har sikret et stabilt kvalitetsløft både for det faglige arbejde og arbejdsmiljøet.

### Fremtiden

Trapholt er i en vældig god udvikling i disse år. Museumsverdenen kan svinge op og ned, og der er en stor ydmyghed i huset overfor de gode tider. Der arbejdes flittigt og fokuseret i alle ender af huset, så det er bestemt ikke noget, man kommer sovende til. Fremtiden tegner lys, og huset er præget af en optimisme. Museet har vist, at projektet er levedygtigt og tillige rummer endnu mere potentiale. Det er en tid, hvor alle rejser meget og ser meget, og der er en stigende konkurrence omkring folks fritid. Der er derfor en klar bevidsthed om, at der er flere forventninger til museet. Trapholt udnytter de givne rammer, men på sigt vil en udvidelse af både den udstillingsmæssige og den magasinmæssige kapacitet være nødvendig, hvis museet skal fastholde den positive udvikling og ledende position som et af Danmarks store museer.

Museet har nu formidling på alle niveauer som sit inderste DNA, og tiden er kommet til at fokusere på museets arbejde med samlingerne og forskningen. Med Koldinghus som nærmeste nabo er Kolding en væsentlig museumsby i Danmark, som mange kan

have glæde af at bo tæt ved og flere kan komme og besøge både fra nær og fjern. Men det kræver konstant udvikling – det, som ikke vækster, visner.

