MALTFABRIKKEN

Fordi vi er forbundne

Strategi for Maltfabrikken 2026-2036



Fordi vi er forbundne

Titel
Fordi vi er forbunne – Maltfabrikkens strategi 2026–2036

Udarbejdet for
Maltfabrikken

Udarbejdet af
Urban Goods i tæt samarbejde med Maltfabrikkens ledelse, medarbejdere, bestyrelser og øvrige aktører omkring huset.

Strategien bygger på input fra
borgere, brugere, frivillige, samarbejdspartnere, kulturaktører, naboer, unge, medarbejdere, bestyrelser og andre med tilknytning til Maltfabrikken – indsamlet gennem workshops, møder, samtaler, interviews, postkort, digitale bidrag og fælles strategiarbejde.

Procesperiode
2026

Foto
Maltfabrikken
S. 11: Steffen Stamp for Realdania
S. 13: Amanda-Hertz
S. 23 & 31: PhotoGraphIT

Layout
Urban Goods

Udgivelse
Maltfabrikken, 2026

Kontakt
Maltfabrikken
info@maltfabrikken.dk
www.maltfabrikken.dk

Indholdsfortegnelse

Indledning 4

Vision 6
Mission 8
Grundfortælling 10

Strategiske udviklingsspor 12
- Vi passer på fællesskabets rodnet 14
- Åbne døre og tydelige indgange 16
- Kultur som fælles forandringskraft 18
- Ebeltoft i verden – verden i Ebeltoft 20

Tværgående indsatser 22
- Bæredygtighed 24
- Kommunikation 26
- Organisering 28
- Principper 30

Indledning

Strategiens formål og opbygning

Denne strategi sætter retningen for Maltfabrikkens udvikling frem mod 2036. Den fortæller hvorfor Maltfabrikken er sat i verden, og samler det vi aspirerer til at blive, og hvilke strategiske spor vi vil prioritere for at gøre vision til handling.

Strategien er bygget op omkring en samlet strategimodel, hvor visionen viser det kulturhus, Maltfabrikken aspirerer til at blive, mens missionen beskriver, hvorfor Maltfabrikken er sat i verden. Herfra foldes strategien ud i fire udviklingsspor, der peger på de områder, hvor huset særligt skal udvikle sig i de kommende år. Til hvert udviklingsspor knytter der sig målsætninger, som angiver ambitionsniveauet og gør det muligt løbende at vurdere, om strategien skaber den ønskede bevægelse.

På tværs af udviklingssporene står tre tværgående indsatser, som skal tænkes ind i alt det, Maltfabrikken udvikler: bæredygtighed, kommunikation og organisering. De fungerer som fælles greb, der skal sikre, at strategien ikke kun sætter retning, men også bliver mulig at arbejde med i praksis. Strategien afsluttes med Maltfabrikkens principper, der beskriver, hvordan huset handler, samarbejder og træffer valg.

Strategien står ikke alene. Den er en del af en samlet strategipakke bestående af fire dokumenter:

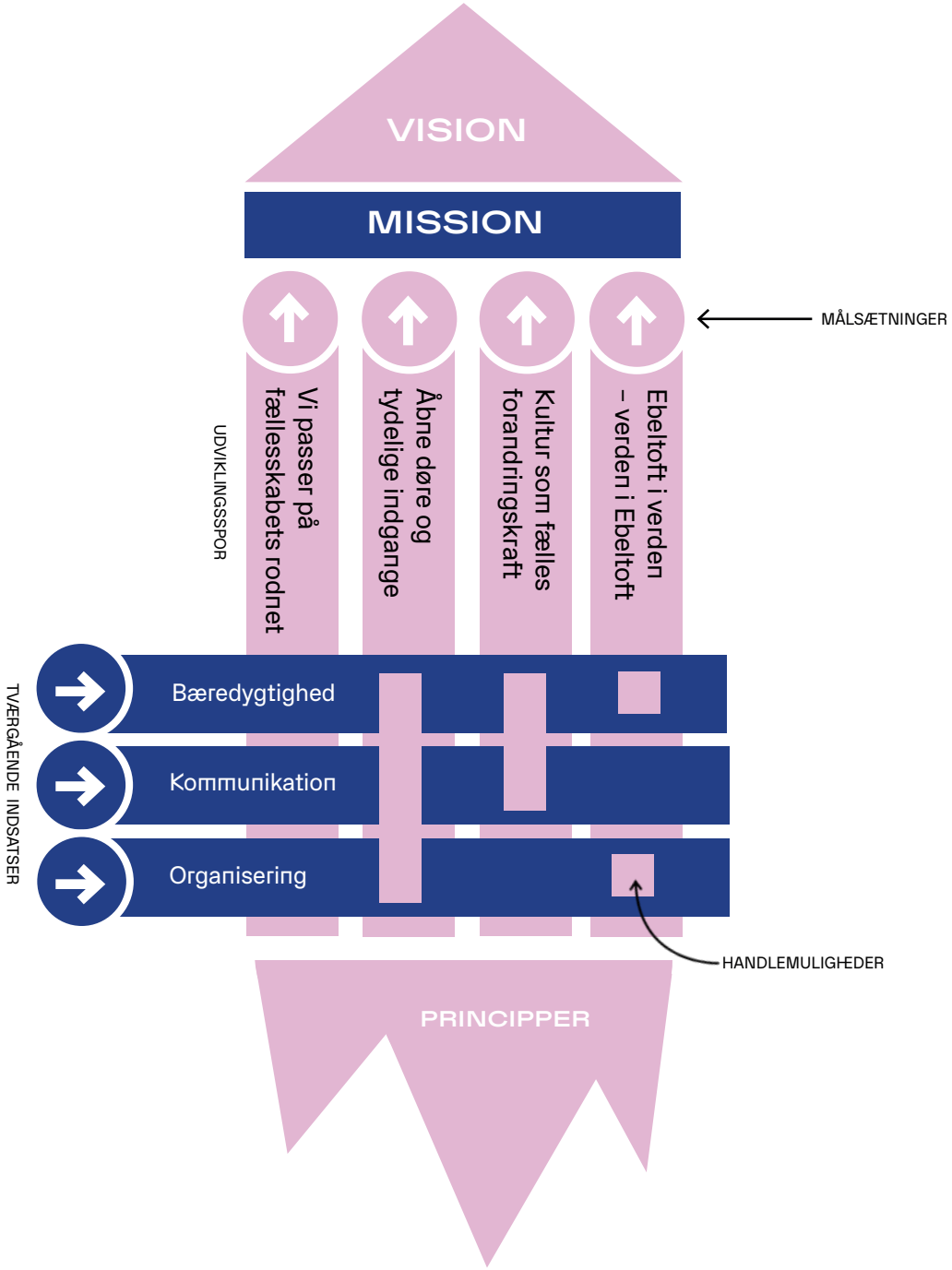
- **Selve strategien**
  Det fælles retningsdokument med vision, mission, grundfortælling, udviklingsspor, målsætninger, tværgående indsatser og principper.

- **Handlekataloget**
  Et katalog over konkrete forslag til mulige handlinger, prøvehandlinger, projekter og greb, der kan omsætte strategien til praksis.

- **Baggrundskataloget**
  En dokumentation af processen bag strategien, den inddragelse, kortlægning og de indsigter, strategien bygger på.

- **Aktiveringsguiden**
  En praktisk guide til, hvordan Maltfabrikken kan bruge strategien som et levende arbejdsredskab i hverdagen, i prioriteringer, i samarbejder og i den løbende udvikling af huset.

Tilsammen skal dokumenterne gøre strategien både retningsgivende og anvendelig. Strategien viser, hvor Maltfabrikken vil hen. De øvrige dokumenter viser, hvad strategien bygger på, hvordan den kan omsættes, og hvordan den holdes levende over tid.



Strategiens opbygning

- **Vision** – der viser det kulturhus, vi aspirerer efter at blive.
- **Mission** – der fortæller, hvorfor vi er sat i verden.
- **Udviklingsspor** – der viser, hvilke områder vi skal fokusere på i udviklingen af huset.
- **Målsætninger** – for hvert udviklingsspor, som indikerer vores ambitionsniveau for succes.
- **Tværgående indsatser** – indsatser, som går på tværs af alle udviklingssporene, og som er en grundingrediens, vi skal huske at tænke ind i alt det, vi gør.
- **Handlemuligheder** – en række konkrete forslag til handlinger, som knytter sig til hvert af udviklingssporene, og som indfrier en eller flere af de tværgående indsatser.
- **Principper** – der viser, hvordan vi skal agere.

Vision

Det Maltfabrikken
aspirerer til at blive.

MALTFABRIKKEN
Det modige kulturhus.
Med Ebeltoft i verden
og verden i Ebeltoft.

Et nytænkende og inviterende mødested for fremtiden,
hvor mennesker mærker, at vi er forbundne – med hinanden, med stedet
og med den verden, vi er en del af.
Her er plads til alle mennesker. Sammen.

Os, der skaber i fællesskab.
Os, der er uenige sammen.
Os, der ligner hinanden.
Og os, der er særlige i os selv.



Mission

Hvorfor Maltfabrikken
er sat i verden.

Maltfabrikken skal skabe muligheder for
at give mennesker en rolle at spille i fællesskabet.
Det sker gennem kultur, kunst, hverdagsliv, værtskab,
modige eksperimenter og gensidigt generøse handlinger
– ved at tage ansvar sammen.


MALTFABRIKKEN

Et sted kan forandre os

En grundfortælling om Maltfabrikken

Maltfabrikken er skabt af troen på, at et sted kan forandre os, ved at være et sted med mod nok til at invitere verden ind og ærlighed nok til at rumme den. Et sted, hvor mennesker kan mødes, skabe, spise, lære, være uenige, tage ansvar og finde deres rolle i fællesskabet.

Vi er forbundne. Med hinanden, med stedet, med jorden, med historien, med dem, der kom før os, og dem, der kommer efter os.

I Maltfabrikkens urtehave er vi alle planter, og vi er alle gartnere. Vi vokser forskelligt, fylder forskelligt og har brug for forskellige betingelser for at gro. Men vi har også et fælles ansvar for det, vi er en del af.

Maltfabrikken er åben og mangfoldig. Her er plads til dem, der skaber, dem, der reparerer, og dem, der begynder forfra. Til dem, der er enige, og dem, der aldrig bliver det. Til dem, der ligner os, og til dem, der viser os noget, vi ikke vidste, vi manglede.

Maltfabrikken er din, min og vores. Men det betyder ikke, at alt skal være for alle hele tiden. Når vi er modige, afprøver vi også formater, fællesskaber og idéer, som ikke nødvendigvis samler alle på én gang. Kigger du nærmere, ser du husets mange forskellige fællesskaber: i køkkenerne, i værkstederne, i gårdrummet, omkring bordene og på tværs af huset. Det er netop forskelligheden, der gør Maltfabrikken levende.

Vi tror på det konkrete håb, der opstår, når mennesker finder sammen om noget, der betyder noget.
Når en ung finder sin stemme. Når et måltid bliver til et fællesskab. Når uenighed bliver til samtale.
Når en gammel fabrik i en lille by ved havet viser, at det faktisk er muligt at bygge et fællesskab, der giver mere, end det tager.

Maltfabrikken er et kulturhus – og meget mere end det.
Den er et sted for mod, kultur, måltider, iværksætteri, handling, fejl, fællesskab og nye begyndelser.
Et sted, hvor Ebeltoft møder verden, og verden møder Ebeltoft.
Et sted, hvor vi øver os i at være forbundne.


RAMPEN

Strategiske udviklingsspor

De fire udviklingsspor viser, hvor Maltfabrikken særligt skal udvikle sig frem mod 2036. De beskriver ikke alt, hvad Maltfabrikken gør, men peger på de områder, hvor der skal skabes ny retning, tydeligere prioritering og stærkere sammenhæng mellem vision, hverdag og handling.

Hvert udviklingsspor skal omsættes i konkrete indsatser, ydelser, partnerskaber, prøvehandlinger og målsætninger. Samtidig skal sporene ses i sammenhæng med de tværgående indsatser og principper, der gælder for hele huset.

Strategien er med sine udviklingsspor og tværgående indsatser en ramme og en prisme for at vælge klogere, samle kræfterne og udvikle de strukturer, der gør indsatserne holdbare.





Vi passer på fællesskabets rodnet

Vi skal styrke mulighederne for at gå fra gæst til medskaber – og styrke relationerne mellem mennesker, aktører og fællesskaber omkring Maltfabrikken.

Vi passer på det, vi kan blive en del af

Maltfabrikken skal passe på det rodnet af fællesskaber, relationer og engagement, der allerede findes omkring huset – og skabe bedre betingelser for, at mange flere kan blive en del af det – ikke kun som gæster eller publikum, men som deltagere, frivillige, værter, nøglebærere, medskabere, samarbejdspartnere og initiativtagere.

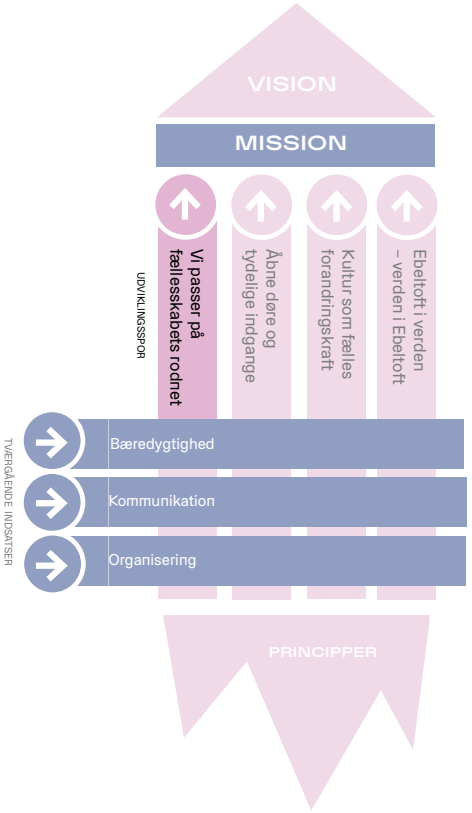
Vi forbinder huset med mennesker omkring det

Sporet handler om at udvikle Maltfabrikken som et stærkere socialt og demokratisk mødested, og om hvordan flere mennesker gradvist kan få en rolle at spille i fællesskabet.
Rodnettet er et symbol på sammenhæng, fordi Maltfabrikken skaber mest værdi, når huset hænger tæt sammen med lokalsamfundet og med menneskene omkring sig. Det skal være et sted, hvor mennesker ikke kun møder kultur, men også hinanden; hvor fællesskaber kan opstå omkring mad, kunst, musik, litteratur, værksteder og hverdagsliv – og hvor flere oplever, at Maltfabrikken også er deres sted.

Sammen kan flere skabe meget mere på nye måder

Maltfabrikken skal ikke kun være et sted, hvor mennesker samles om det, der allerede findes. Det skal være et sted, hvor nye idéer, formater og fællesskaber kan opstå. Maltfabrikken står i et vigtigt spændingsfelt mellem det samlende og det udfordrende, mellem fællesskabets tryghed og modet til at tænke nyt. Nytænkning handler her ikke om at være ny for nyhedens skyld, men om at udvikle nye måder at bruge huset på, nye former for deltagelse, nye samarbejder, nye forbindelser mellem mennesker, aktører, idéer og steder og give plads til det, der endnu ikke har fundet sin form.

Når rodnettet omkring huset styrkes, bliver Maltfabrikken et sted, hvor flere kan være med til at skabe det, der sker i og omkring huset. Det giver en stærkere lokal forankring og flere aktive relationer – og styrker Maltfabrikkens betydning som platform for fællesskab, medborgerskab, anti-ensomhed og deltagelse på tværs af alder, baggrund og interesser.



Målsætning efter 5 år

I 2031 har Maltfabrikken gjort det tydeligere og lettere at tage del i fællesskabet.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Der er formidlet tydeligt på Maltfabrikkens digitale og fysiske platforme, hvordan man kan tage del i Maltfabrikken som bl.a. gæst, publikum, frivillig, arrangør, medskaber eller bidragsyder.

→ 20 % nye aktive frivillige er blevet en del af Maltfabrikkens frivilligteam.

→ Vi har etableret minimum 5 nye strategiske partnerskaber om at styrke fællesskaber.

→ Vi har udviklet og afprøvet minimum 5 nye fællesskabsformater.

→ Maltfabrikken indgår aktivt i lokale partnerskaber om at løfte fællesskaber i Ebeltoft og omegn samt i Syddjurs Kommune.

→ Maltfabrikken har udarbejdet en model for og vejledning i, hvordan vi skaber et godt rodnet for fællesskaber i og omkring Maltfabrikken – inkl. forskellige frivillighedsroller.

Målsætning efter 10 år

I 2036 er Maltfabrikken kendt som et kulturhus, der skaber stærke fællesskaber og relationer omkring sig.
Huset fungerer som et lokalt rodnet for deltagelse, medborgerskab og social sammenhængskraft.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ 70 % af Maltfabrikkens samlede udbud af aktiviteter, events og faste formater er direkte initieret, organiseret og drevet af eksterne medskabere (borgere, frivillige, aktører, lejere) uden for Team Malt.

→ Maltfabrikken benyttes både til events og til hverdagslivets fællesskaber, der rummer fællesskabsskabende aktiviteter fem ud af ugens syv dage.

→ Maltfabrikken besøges og fremhæves som inspirationseksempel for vores måde at understøtte og huse mangfoldige fællesskaber på.

Udviklingssporets strategiske betydning

Fællesskabskapital og community

→ **Styrker lokal forankring og legitimitet**
Når flere oplever Maltfabrikken som deres sted, styrkes husets fællesskabskapital: relationerne, tilliden og engagementet omkring Maltfabrikken. Det skaber større opbakning og tættere forbindelser til borgere, kommune, fonde, brugere og samarbejdspartnere.

→ **Skaber mere liv og deltagelse**
Levende fællesskaber giver flere anledninger til at bruge huset – til events, hverdagsliv, frivillighed, værtskab og nye initiativer. Når flere kan gå fra gæst til medskaber, skabes mere aktivitet og fælles ejerskab, som ikke alene skal bæres af Team Malt.

→ **Øger husets løfteevne**
Sporet peger på en udvidet relationsøkonomi, hvor fællesskaber, tillid, værtskab og medskabelse er en del af husets bæredygtighed. Jo stærkere relationerne er omkring Maltfabrikken, jo mere kan huset løfte – menneskeligt, kulturelt og økonomisk

Åbne døre og tydelige indgange

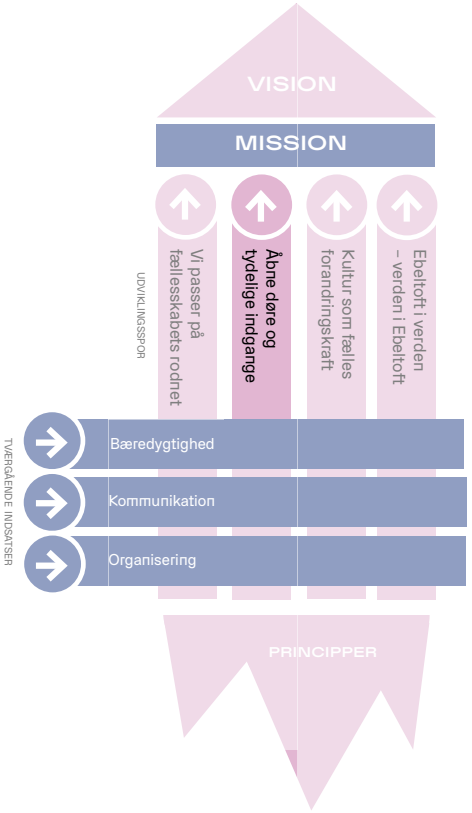
Vi skal skabe et mere inviterende og tilgængeligt Maltfabrikken – uden at miste magien.

Maltfabrikken skal være tilgængelig – fysisk, socialt, kommunikativt og mentalt

Maltfabrikken skal være lettere at aflæse og nemmere at træde ind i, fysisk, socialt, kommunikativt og mentalt. For nogle er Maltfabrikken allerede et velkendt og elsket sted. For andre kan huset virke komplekst og utydeligt eller som "nogen andres sted".
Sporet handler om det første møde med Maltfabrikken. Om hvordan mennesker overhovedet opdager huset, forstår hvad det er, finder ud af hvor de skal gå hen, hvem de kan spørge, hvad de kan være med til – og hvordan de kan tage det første skridt uden at kende koderne på forhånd.

Et hus der vil dig det godt

Maltfabrikken skal skabe tydeligere indgange uden at gøre Maltfabrikken institutionel eller forudsigelig. Huset skal stadig rumme poesi, mange lag, overraskelser og det uventede. Man skal kunne mærke, at huset vil én det godt, også hvis man kommer for første gang, kommer alene, kommer med en idé, kommer med børn, kommer fra et andet land, eller ikke i forvejen ser sig selv som en del af kulturhuset.
Når dørene bliver mere åbne og indgangene mere tydelige, kan flere få adgang til det, Maltfabrikken allerede rummer. Det styrker deltagelsen, udvider fællesskabet og gør husets mange muligheder mere synlige og brugbare.



Målsætning efter 5 år

I 2031 er Maltfabrikken blevet lettere at aflæse og mere inviterende at træde ind i. Flere besøgende, brugere, aktører og samarbejdspartnere oplever, at de kan finde vej, forstå mulighederne og tage det første skridt ind i huset.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ Vi har udviklet en systematisk metode til at måle deltagere i huset og forskellige typer af deltagelse – f.eks. 1) kendskab til Maltfabrikken, 2) publikum/deltager, 3) frivillige og 4) medskabere/medarrangører/partnerskaber.

→ 20 % flere brugere tager del i Maltfabrikken.

→ Vi har arbejdet målrettet med at gøre Maltfabrikken tilgængelig for minimum to af de målgrupper, som i dag ikke, eller kun sjældent, benytter Maltfabrikken.

→ Der er udarbejdet en fælles forståelse af godt værtskab på Maltfabrikken blandt alle ansatte, frivillige, lejere og arrangører, bl.a. gennem et fælles kodeks for godt værtskab.

→ Ankomsten til Maltfabrikken – både inde og ude – er gentænkt med fokus på bedre adgangsforhold, modtagelse af brugere og etablering af en imødekommende atmosfære med mulighed for indblik i resten af husets muligheder.

→ Velkomsten er bemandet i hele åbningstiden af folk, evt. frivillige, som er uddannet i værtskab.

Målsætning efter 10 år

I 2036 er Maltfabrikken et åbent og tilgængeligt kulturhus, hvor mange forskellige mennesker kan finde deres egen indgang.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ 30 % flere brugere tager del i Maltfabrikken.

→ Maltfabrikken har en bred repræsentation blandt stedets brugere – bl.a. i forhold til køn, alder, sproglig baggrund og geografi – set i forhold til Syddjurs Kommunes demografi og det turismemæssige potentiale.

→ Maltfabrikken har skabt eller været medskaber af minimum tre projekter, der rykker Maltfabrikkens kompetencer ud i lokalsamfundet eller verden for at åbne sig og skabe nye indgange for brugere, som ikke tidligere er kommet til Maltfabrikken.

Udviklingssporets strategiske betydning

Adgang og tilgængelighed

→ Sænker tærsklen for det første møde
Når det bliver tydeligere, hvad Maltfabrikken er, hvor man skal gå hen, hvem man kan spørge, og hvordan man kan begynde, bliver det lettere for flere at tage det første skridt – også uden at kende husets koder på forhånd.

→ Gør huset mere aflæseligt og brugbart
Når ankomst, kommunikation, værtskab og fysiske indgange bliver tydeligere, kan flere forstå og bruge huset på husets egne præmisser – uden at Maltfabrikken mister sin poesi, kompleksitet eller magi.

→ Skaber bedre første erfaringer og større tilbagevenden
Det første møde er afgørende. Når mennesker føler sig velkomne, hjulpet og trygge, øges sandsynligheden for, at de kommer igen, tager andre med og gradvist bevæger sig videre ind i husets fællesskaber.

Kultur som fælles forandringskraft

Vi skal bruge kultur som drivkraft for nye samtaler, fælles handlinger og forandringer, der kan mærkes i samfundet omkring os.

Kultur er en central del af samfundet

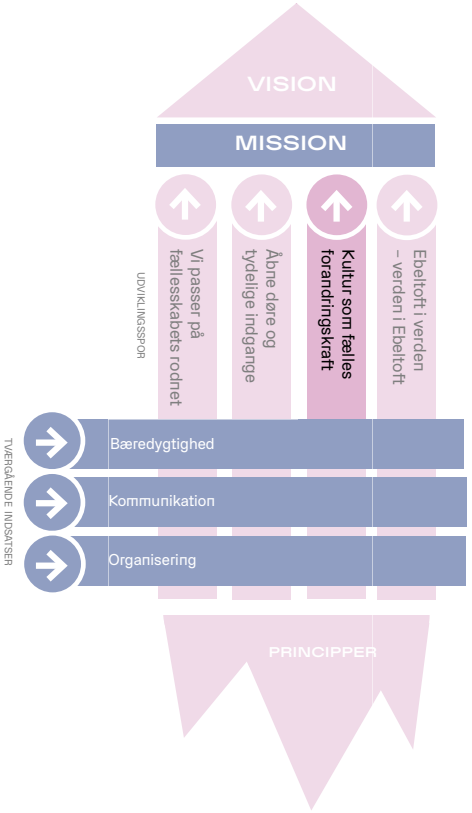
Kunst, kulturarv, mad, litteratur, musik, hobbykultur, vækstlagsmiljøer, professionelle kunstnere, subkulturer og hverdagsfællesskaber – kulturens mange former er en kraft til at samle mennesker, skabe samfundsudvikling og sætte forandring i gang.
Sporet handler om at styrke Maltfabrikken som et kulturhus, der har modet til at tage fat i det, der betyder noget i civilsamfundet. Ikke fordi huset alene kan løse mistrivsel, klimakrise, polarisering eller demokratisk afmagt, men fordi kultur gør det muligt at mødes om det svære på andre måder. Kultur kan skabe nye billeder, nye kollektive tanker, nye fællesskaber og rum, hvor mennesker kan handle sammen og øve sig på fremtiden. På den måde kan vi starte i det små med at lave verdensforandring.

Et frirum med ansvar

Maltfabrikken har en særlig frihed til at forbinde mennesker, aktører og dagsordener på tværs. Modsat mange andre institutioner i lokalområdet kan huset reagere hurtigt, skifte retning og samle mennesker omkring det, der pludselig bliver aktuelt, presserende eller nødvendigt. Den frihed er både et privilegium og et ansvar. Maltfabrikken kan bruge sit frirum til handle, der hvor andre strukturer er langsommere, mere bundne eller mere sektoropdelte. Huset kan samle kunstnere, borgere, unge, foreninger, virksomheder, videnmiljøer, kommune og civilsamfund om det, der kalder på handling – og afprøve nye måder at forstå og løse opståede problemer på.

En levende fabrik for lokal samfundsviden

Maltfabrikken har en særlig kapacitet i Syddjurs, fordi huset kan lagre og videreføre lokal, kollektiv samfundsviden. Erfaringer, relationer og indsigter forsvinder ikke, når et projekt slutter. De kan sætte sig i huset, i mennesker, i samarbejder og i nye initiativer. På den måde bliver Maltfabrikken en levende fabrik for lokale indsigter, der kan bruges til udvikling.



Målsætning efter 5 år

I 2031 har Maltfabrikken udviklet tydeligere formater og partnerskaber, hvor kultur bruges som afsæt for samtale, deltagelse og handling, og huset har styrket sin rolle som platform for kultur, fællesskab og lokal handlekraft.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ Maltfabrikken har prioriteret 3-5 temaer, f.eks. med afsæt i samfundets vilde problemer, som rummer kultur som forandringskraft, kurateret i samarbejde med samarbejdspartnere. Gerne i en model der indbefatter samarbejdspartnere fra forskning, erhvervsliv, det offentlige og civilsamfundet.

→ Maltfabrikken har etableret Institut for Håb som et kulturelt laboratorium for mad, fællesskab, naturforbindelse og handlekraft – et sted, hvor mennesker kan mærke, at små handlinger i det nære kan skabe håb, relationer og forandring.

→ Minimum 30 % af programaktiviteterne på Maltfabrikken forbinder kunstneriske, sociale og samfundsmæssige dagsordener.

→ Maltfabrikken er arnested og grobund for flere nye, socialt ansvarlige kulturelle handlingsfællesskaber.

Målsætning efter 10 år

I 2036 er Maltfabrikken kendt som et kulturhus, der bruger kultur som en fælles forandringskraft. Et sted, hvor mennesker kan finde hinanden, skabe nye forestillinger om fremtiden og handle sammen på det, der er vigtigt.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ Minimum 40 % af programaktiviteterne på Maltfabrikken forbinder kunstneriske, sociale og samfundsmæssige dagsordener.

→ Maltfabrikken opfattes som et samfundsaktuelt kulturhus.

→ Maltfabrikken har udviklet eller været medudvikler af en metode til at styrke den demokratiske samtale og det demokratiske samarbejde gennem kultur.

Udviklingssporets strategiske betydning

Kulturel handlekraft og impact

→ Styrker position og relevans
Når Maltfabrikken kobler kultur til aktuelle samfundsdagsordener, bliver huset mere end en kulturarena. Det bliver en værdibåret udviklingsplatform, hvor borgere, kommune, fonde, virksomheder, kulturaktører og civilsamfund kan samles om fælles udfordringer og positiv forandring.

→ Skaber stærkere programmer og partnerskaber
Langsigtet arbejde med udvalgte temaer gør det lettere at udvikle tydelige programformater, projekter og samarbejder – og styrker grundlaget for fonde, sponsorater, kommunale samarbejder, strategiske alliancer og kommercielle formater.

→ Gør erfaring til varig kapacitet
Når erfaringer, relationer og indsigter bliver i huset, kan de udvikles til metoder, netværk, formater og lokal samfundsviden, som skaber ny kulturel, social, strategisk og økonomisk værdi over tid.

Ebeltoft i verden – verden i Ebeltoft

Vi skal skabe et lokalt forankret kulturhus med udsyn, udveksling og mod til at lade sig udfordre af verden i og omkring os.

Når det lokale åbner sig udad

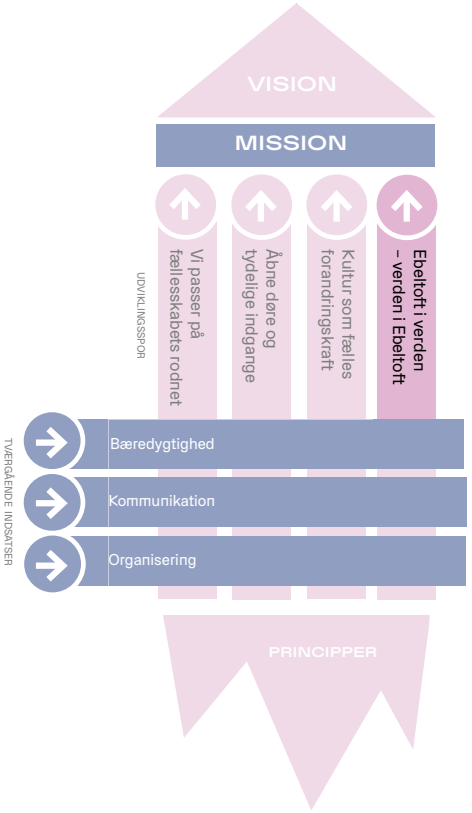
I en tid, hvor urbaniseringen trækker mennesker, ressourcer og opmærksomhed mod de større byer, kan Maltfabrikken være et modsvar: et kulturhus, der viser, at et mindre landdistriktssamfund sagtens kan åbne sig udad mod verden, og blive et mangfoldigt mødested for mennesker, ideer og tiltag.
Det lokale skal ikke forstås som noget lille, lukket eller selvtilstrækkeligt. Det lokale er en adgang til noget større: relationer, sted, jord, historie, håndværk, natur, kulturarv, hverdagsliv og fælles fremtid. Ebeltoft kan være et sted, hvor verden pludselig bliver nærværende på nye måder – og hvor verden kan få øje på Ebeltoft, på Mols, på Syddjurs og på Danmark.

Når verden bliver nærværende

Sporet handler om at forbinde Maltfabrikkens lokale forankring med et større udsyn – at skabe udveksling med mennesker, kunstnere, kulturmiljøer og samarbejdspartnere uden for Danmark. Men det handler lige så meget om at fremkalde den verden, der allerede er her: i hverdagens mange forskellige sprog, nationaliteter, traditioner, ritualer, erfaringer, minder, opskrifter, sange og måder at leve på.
Maltfabrikken skal bringe verden til Ebeltoft og Ebeltoft ud til verden – ikke som en modsætning mellem lokalt og globalt, men som en erkendelse af, at de to dimensioner allerede er forbundne. Vi står i verden – ikke ved siden af den. Derfor kræver sporet både nysgerrighed, åbenhed og ydmyghed over for det, vi ikke kender, og det, vi endnu ikke ved, at vi kan lære af.

Når Ebeltoft og verden mødes

Når Maltfabrikkens lokalområde og verden forbindes tydeligere, kan Maltfabrikken udvikle nye former for samarbejde, udveksling, residencies, retreats, gæstespil, netværk, fortællinger og projekter. Det kan gøre huset mere relevant for lokale borgere, besøgende, kunstnere, samarbejdspartnere og kulturmiljøer uden for Ebeltoft. På den måde er det et unikt greb i Danmark at have et kulturhus som direkte brobygger mellem lokalt og globalt.



Målsætning efter 5 år

I 2031 har Maltfabrikken styrket sin position som et lokalt forankret kulturhus med globalt udsyn.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ Maltfabrikkens residency-program fortsættes og videreudvikles med henblik på at skabe endnu større synergi med lokalmiljøet, f.eks. gennem residency-programmer målrettet designere, kokke eller kulturledere.

→ Maltfabrikken indgår aktivt i strategiske samarbejdsprojekter på tværs af Europa.

→ Maltfabrikken styrker sin tilgængelighed for tilrejsende fra andre lande, bl.a. i kraft af målrettet kommunikation på andre sprog end dansk – digitalt såvel som fysisk på stedet.

→ Maltfabrikken har udviklet minimum tre strategiske samarbejder med lokale eller regionale turisme- og erhvervsaktører, der styrker Maltfabrikken som besøgssted, mødested og platform for kultur, viden og fællesskab.

→ Maltfabrikken samler og mobiliserer de lokale beboere og aktører, som har internationale rødder eller netværk, om en fælles synliggørelse og styrkelse af det internationale miljø og den internationale kultur i Ebeltoft og omegn.

→ Maltfabrikken har sammen med samarbejdspartnere udarbejdet minimum tre nye konkrete formater/initiativer med fokus på Ebeltoft (og Syddjurs) i verden – verden i Ebeltoft, f.eks. Expat Café.

Målsætning efter 10 år

I 2036 er Maltfabrikken kendt som et sted, hvor Ebeltoft møder verden, og verden møder Ebeltoft. Huset er både dybt lokalt og åbent mod det større – et kulturhus, der viser, hvordan et sted kan være forankret, nysgerrigt, generøst og forbundet på samme tid.

Det ser vi bl.a. ved, at:

→ Maltfabrikken anses for at være den førende kulturinstitution uden for hovedstadsområdet i forhold til internationalt samarbejde og residencies.

→ Maltfabrikken skaber mulighed for, at lokale unge, iværksættere, kulturelle entreprenører og sociale foreninger kan kobles med internationale udvekslingsmuligheder.

→ Maltfabrikken er et attraktivt besøgsmål og residency for internationale kunstnere, målt på f.eks. ansøgertal, omtale eller 'ratings'.

→ Maltfabrikken giver borgere i Ebeltoft og omegn mulighed for at møde international kultur.

→ Maltfabrikken har udviklet projekter målrettet nye forbindelser ud i Europa og resten af verden, og det afspejles i flere projekter, der lever på fabrikken, hvor mange flere sprog end dansk er flyttet ind.

→ Maltfabrikken har udviklet og gennemført minimum ét længerevarende nordisk samarbejde, over 1 års varighed, med minimum to øvrige nordiske lande.

Udviklingssporets strategiske betydning

Udveksling og international relevans

→ **Styrker Maltfabrikkens position som et særligt kulturhus uden for de store byer**
I en tid, hvor opmærksomhed, ressourcer og kulturudvikling ofte samles i de større byer, kan Maltfabrikken vise, at et lokalt forankret kulturhus i et landdistriktssamfund kan være internationalt orienteret, ambitiøst og relevant. Det styrker husets profil, synlighed og gennemslagskraft – lokalt, nationalt og internationalt.

→ **Skaber nye samarbejder, indtægtsmuligheder og kulturel kapital**
Internationale relationer, turismepartnerskaber og samarbejder med erhvervslivet giver Maltfabrikken adgang til nye partnerskaber, finansieringsmuligheder, målgrupper og indtægtsområder. Det kan styrke husets økonomiske bæredygtighed og skabe nye forretningsområder – f.eks. gennem residencies, retreats, møder, udlejning, særlige besøgsformater og strategiske samarbejder – uden at det lokale fundament svækkes.

→ **Gør Ebeltoft mere forbundet, mangfoldigt og attraktivt**
Når Maltfabrikken bringer verden til Ebeltoft og Ebeltoft ud i verden, styrkes husets betydning som lokalt og internationalt mødested. Det gør lokalsamfundet mere åbent og giver flere grunde til at besøge, bosætte sig, samarbejde med og vende tilbage til Maltfabrikken, Ebeltoft og Syddjurs.

Tværgående indsatser

De tre tværgående indsatser er ikke selvstændige udviklingsspor ved siden af strategien. De er de fælles greb, der skal tænkes ind i alle fire spor, hvis Maltfabrikken skal lykkes med at styrke fællesskabets rodnet, åbne flere døre, bruge kultur som fælles forandringskraft og forbinde Ebeltoft med verden.

De tre tværgående indsatser hjælper Maltfabrikken med at stille tre grundlæggende spørgsmål på tværs af alt det, huset udvikler:

- **Kan det holde?**
  Bæredygtighed handler om at tænke miljø, social værdi, kultur og økonomi sammen.

- **Bliver det tydeligt?**
  Kommunikation handler om at gøre Maltfabrikken mere aflæselig, inviterende og forbundet.

- **Hænger det sammen?**
  Organisering handler om de strukturer, roller, rytmer og læringsformer, der gør ambitionerne mulige i praksis.




INDGANG
BMA
Bibliotek, Museum, Arkiv
M8
Maltfabrikkens arbejdsfællesskab
Udstillings- & eventrum,
mødelokaler, kaffe, shop,
sekretariat & meget mere

Bæredygtighed

Fire bundlinjer, der skal tænkes sammen

Maltfabrikken skal udvikle en bæredygtig praksis, hvor miljø, social værdi, kultur og økonomi tænkes sammen.

Bæredygtighed handler ikke kun om klima og materialer – og heller ikke kun om økonomi. For Maltfabrikken handler det om at skabe et kulturhus, der kan holde over tid, fordi det passer på sine ressourcer, styrker fællesskaber, værner om stedets kulturarv og udvikler en økonomi, der understøtter husets mission.

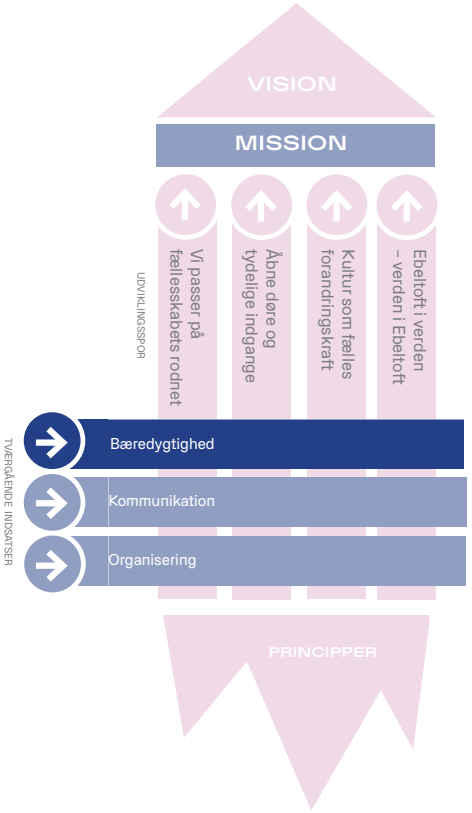
Indsatsen skal hjælpe Maltfabrikken med at prioritere aktiviteter, samarbejder og investeringer ud fra fire former for bæredygtighed - se tabellen på næste side.

Økonomisk bæredygtighed reinvesteres i fællesskabet

En vigtig del af den økonomiske bæredygtighed handler om at udvikle Maltfabrikkens kommercielle potentialer på måder, der understøtter husets kulturelle og sociale formål. Det gælder bl.a. samarbejder med erhvervslivet, partnerskaber med turismeaktører og en mere strategisk udvikling af udlejning, møder, konferencer, retreats og særlige besøg. Disse aktiviteter skal ikke stå ved siden af Maltfabrikkens mission, men bidrage til at finansiere, synliggøre og styrke den.

Strategiens opgave er ikke at gøre alle aktiviteter lige bæredygtige på alle fire områder, men at skabe en mere bevidst praksis, hvor Maltfabrikken kan se og prioritere de forskellige former for værdi i sammenhæng.

Nogle aktiviteter skaber primært indtægter. Andre skaber sociale fællesskaber, kulturel betydning, lokal forankring eller miljømæssig læring. Det vigtige er, at Maltfabrikken får et fælles sprog for, hvordan aktiviteter bidrager – og hvordan de kan udvikles, så de giver mere, end de tager.



Målsætning efter 5 år

Maltfabrikken arbejder systematisk med de fire bæredygtighedselementer – miljø, social værdi, kultur og økonomi – når nye aktiviteter, samarbejder og investeringer vurderes.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Der er udviklet en enkel, fælles vurderingsramme, som gør det lettere at spørge:
  → Hvordan påvirker dette miljøet?
  → Hvem skaber det fællesskab og adgang for?
  → Hvordan styrker det stedets kultur, historie og oplevelsesværdi?
  → Hvordan hænger det sammen økonomisk?

→ Maltfabrikken har skabt tydeligere modeller for, hvilke aktiviteter der skal give indtægter, hvilke der skal finansieres gennem fonde eller partnerskaber, og hvilke der først og fremmest skaber social, kulturel eller miljømæssig værdi.

Målsætning efter 10 år

Maltfabrikken er kendt som et kulturhus, der arbejder helhedsorienteret med bæredygtighed.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Huset kan dokumentere og formidle sin værdi på tværs af miljømæssige, sociale, kulturelle og økonomiske bundlinjer - f.eks. gennem årsrapporter.

→ Bæredygtighed er ikke et særskilt projekt, men en integreret del af, hvordan Maltfabrikken udvikler aktiviteter, bruger bygningerne, samarbejder med aktører, prioriterer ressourcer og skaber værdi for Ebeltoft, Syddjurs og verden omkring sig.

→ Maltfabrikken har udviklet en robust økonomisk praksis, hvor indtjening, ekstern finansiering, partnerskaber, deling af ressourcer og cirkulære løsninger understøtter husets kulturelle og sociale formål.

Type af bæredygtighed	Strategisk betydning for Maltfabrikken
Miljømæssig bæredygtighed	Hvordan Maltfabrikken reducerer klima- og miljøbelastning gennem f.eks. materialer, energi, affald, genbrug, drift, biodiversitet, produktion og transport.
Social bæredygtighed	Hvordan huset skaber fællesskaber, tilgængelighed, deltagelse, tryghed og møder på tværs af mennesker, alder, baggrund og forudsætninger.
Kulturel bæredygtighed	Hvordan Maltfabrikken værner om bygningsarv, stedets historie, lokale fortællinger, kunstnerisk kvalitet, udøvelse af kultur og fælles oplevelser i lokalsamfundet.
Økonomisk bæredygtighed	Hvordan huset udvikler en langsigtet robust økonomi gennem drift, indtjening, finansiering, partnerskaber, delte ressourcer og cirkulære løsninger.

Kommunikation

En fælles fortælling med mange veje ind

Maltfabrikken skal kommunikere tydeligt, både internt og til omverdenen, hvilket sted fabrikken er, uden at reducere husets kompleksitet.

Maltfabrikken rummer mange rum, aktører, historier, aktiviteter, fællesskaber og muligheder. Det er en styrke, men det kan også gøre huset svært at aflæse. For nogle er Maltfabrikken først og fremmest et kulturhus. For andre er det et bibliotek, et museum, et arkiv, et spisehus, et arbejdsfællesskab, et spillested, et mødested, et frivilligfællesskab, et udviklingsrum eller en lokal platform. Alle dele er rigtige – men de skal hænge bedre sammen i den samlede fortælling.

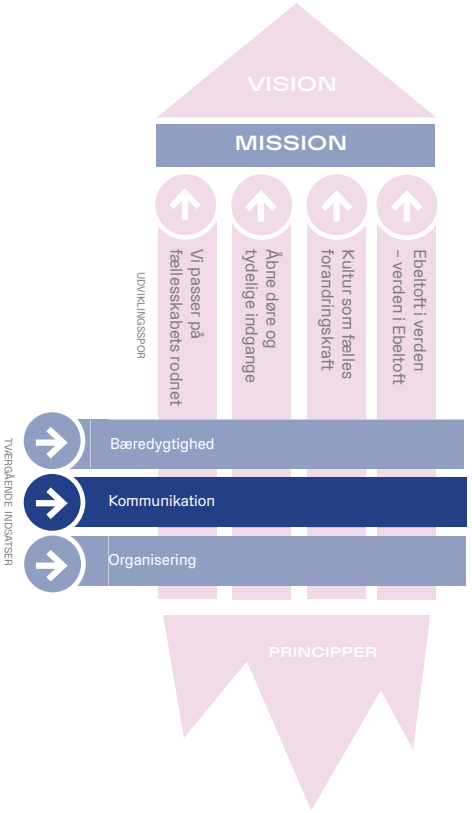
Kommunikationen skal både samle og åbne. Den skal samle huset omkring en fælles fortælling, så Maltfabrikken bliver lettere at forstå som helhed. Og den skal åbne flere tydelige veje ind, så borgere, unge, samarbejdspartnere, gæster og internationale forbindelser lettere kan se, hvordan de kan bruge, bidrage til eller blive en del af huset.

Når hele huset kommunikerer

Kommunikation er derfor ikke kun en opgave for en kommunikationsmedarbejder eller et spørgsmål om kanaler, opslag og markedsføring. Det er en fælles opgave på tværs af huset. Alle, der er med til at drive, bruge, udvikle og formidle Maltfabrikken, er også med til at skabe fortællingen om, hvad huset er, og hvordan man kan være en del af det.

Det kræver fælles sprog, koordinering og opmærksomhed. En tværgående kommunikationsindsats skal derfor styrke både den indre og ydre sammenhæng i huset.

Målet er, at Maltfabrikken bliver mere tydelig uden at blive mindre mangfoldig.



Målsætning efter 5 år

Maltfabrikken har en tydelig fælles fortælling, som medarbejdere, aktører og samarbejdspartnere kan genkende sig selv i og bruge aktivt. Det er blevet lettere for nye mennesker at forstå, hvad Maltfabrikken er, hvordan man finder ind, hvem man kontakter, hvordan man kan bidrage, og hvilke muligheder der findes i huset.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Kommunikation er ikke kun en opgave for kommunikationsmedarbejdere. Det er en fælles strategisk praksis, som alle medarbejdere tager del i, og som handler om at gøre det lettere at forstå, hvad Maltfabrikken er, hvad man kan her, hvordan man kan bidrage, og hvorfor huset er vigtigt.

→ Kommunikationen understøtter de fire udviklingsspor i strategien ved at gøre fællesskaber, indgange, samfundstemaer og lokale/globale forbindelser mere synlige og brugbare.

→ Den interne kommunikation er styrket, så der er faste rutiner for vidensdeling, hvor medarbejdere, aktører, frivillige og lejere får bedre overblik over aktiviteter, hinandens og brugernes behov og samarbejdsmuligheder.

Målsætning efter 10 år

Kommunikationen fungerer som fælles infrastruktur: Den binder huset sammen, synliggør aktørerne, styrker deltagelsen, åbner for nye samarbejder og gør Maltfabrikken mere tilgængelig for flere mennesker – både lokalt, nationalt og internationalt.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Maltfabrikken fortæller ikke kun om det, der sker inde i huset, men kommunikerer også, hvordan huset forbinder sig med byen, kommunen, verden og de mennesker, der skaber stedet.

→ Maltfabrikken har en tilgængelighedsorienteret kommunikationsstrategi, der tager højde for forskellige brugertyper og minoritetsgrupper, f.eks. i forhold til forskellige sprog samt fysiske og kognitive begrænsninger.

→ Maltfabrikken er kendt som et inviterende og internationalt orienteret kulturhus, der formår at kommunikere både sin lokale forankring og sin større samfundsmæssige betydning.

Organisering

Et hus, der hænger sammen

Organisering handler om husets maskinrum: hvordan mennesker, rum, ansvar, beslutninger, viden og arbejdsgange hænger sammen i hverdagen.

Hvis Maltfabrikken skal være et åbent, inviterende og fællesskabende kulturhus udadtil, skal huset også hænge sammen indadtil. Det gælder både blandt medarbejdere og frivillige i og omkring Team Malt. Men da Maltfabrikken allerede har flere organisationer under samme tag, så gælder det også samarbejdet med de øvrige offentligt tilgængelige organisationer i huset, herunder f.eks. biblioteket, museet, arkivet, Kulturloft og Lundbergs Spisehus.

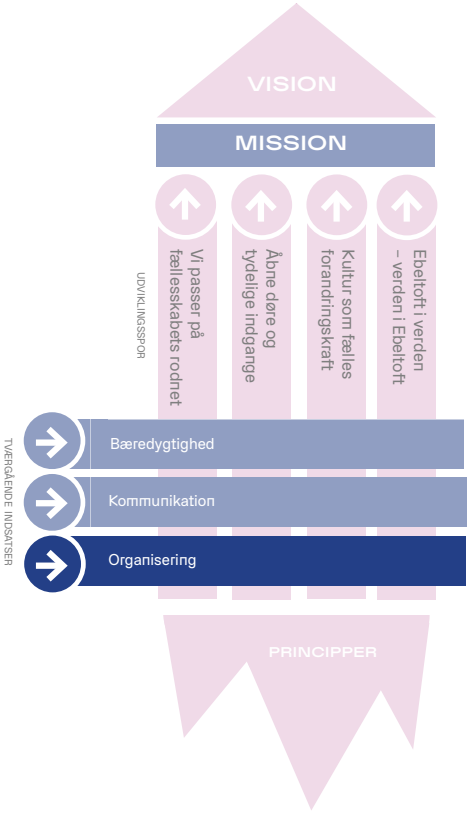
Det betyder ikke, at alt skal systematiseres eller styres stramt. Maltfabrikkens styrke ligger netop i det levende, sammensatte og mulighedsskabende. Men jo mere huset vil åbne sig for aktører og nye initiativer, desto vigtigere bliver det at have tydelige roller, gode rytmer og fælles arbejdsgange, der gør det let at finde vej – både for dem, der arbejder i huset, og dem, der gerne vil bidrage.

Strategien som levende praksis

Organisering handler også om Maltfabrikkens evne til at arbejde med strategien i praksis. Hvis huset skal engagere sig i større samfundsudfordringer og arbejde med kultur som fælles forandringskraft, kræver det stærke partnerskaber på tværs af civilsamfund, erhvervsliv, det offentlige, uddannelse, forskning og lokale aktører. Det kræver en organisation, der kan invitere andre ind, facilitere samarbejder, dele ansvar og omsætte komplekse dagsordener til konkrete handlinger.

Indsatsen skal sikre, at strategien ikke bliver et dokument ved siden af hverdagen, men et levende arbejdsredskab. Det kræver fælles sprog, intern videndeling, prøvehandlinger, løbende opsamling og klare beslutningsveje. Det kræver også kompetencer i værtskab, facilitering, partnerskabsopbygning, projektudvikling, dokumentation og læring.

Målet er et hus, hvor generøsitet ikke afhænger af enkeltpersoners ekstra energi, men understøttes af strukturer, relationer og fælles ansvar – som også sikrer, at huset regenererer indefra.



Målsætning efter 5 år

Maltfabrikken skal styrke de interne strukturer, der gør det muligt at arbejde generøst, samskabende og langsigtet.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Maltfabrikken har etableret tydeligere interne strukturer for samarbejde, koordinering og læring på tværs af huset.

→ Medarbejdere, aktører, frivillige, lejere og samarbejdspartnere har bedre adgang til viden, fælles møder, klare roller og tydelige beslutningsveje f.eks. gennem faste rytmer for intern kommunikation, aktørmøder, onboarding, fælles kalender og opsamling på prøvehandlinger.

→ Maltfabrikken har etableret en tydelig partnerskabspraksis, der gør det lettere at udvikle, prioritere og forankre samarbejder med foreninger, offentlige aktører, virksomheder, uddannelses- og vidensmiljøer, fonde og borgergrupper. Partnerskaberne bygger på klare roller, fælles ansvar, gensidig læring og en tydelig kobling til strategiens udviklingsspor.

→ Strategien bruges aktivt i hverdagen som et redskab til at prioritere, lære og justere – ikke som et statisk dokument. De fire udviklingsspor fungerer som fælles arbejdsrum, hvor huset løbende kan samle op på, hvad der virker, hvad der skal justeres, og hvor nye muligheder opstår.

Målsætning efter 10 år

Maltfabrikken fungerer som en lærende og sammenhængende organisation, hvor ambitionerne bæres af stærke interne relationer, tydelige arbejdsgange og en fælles kultur for handling, refleksion og justering.

Det ser vi bl.a. ved at:

→ Maltfabrikken og alle organisationer og aktører i huset ser sig som en del af et fælles projekt omkring Maltfabrikken.

→ Der opleves tydelig kommunikation og gennemsigtighed i beslutningsprocesserne internt blandt medarbejdere i Maltfabrikken.

→ Der er stor tillid til Maltfabrikken som en god samarbejdspartner og platform for samarbejder.

→ 90 % af de udviklingsprojekter, som Maltfabrikken initierer eller er medudvikler af, bygger på stærke partnerskaber med andre organiseringer såsom foreninger, offentlige aktører, virksomheder, fonde, borgergrupper m.m.

Principper

Hvordan Maltfabrikken handler og træffer valg.

Principperne beskriver, hvordan Maltfabrikken omsætter visionen til praksis. De skal hjælpe os med at træffe valg, prioritere og samarbejde på måder, der passer på husets særlige ånd, og samtidig gør det muligt for flere at finde vej ind, tage del og skabe videre.

1. Vi er generøse med omtanke

Vi møder andre med åbenhed og radikal tillid, og vi deler muligheder, rum og ansvar på måder, der giver plads til flere.
Vi sætter tydelige grænser, så generøsiteten ikke slider huset op, men sker med omtanke for, at mange forskellige aktører skal have glæde af Maltfabrikken i mange år fremover.

2. Vi arbejder med værtskab

Vi tager ansvar for, at mennesker føler sig velkomne, kan finde vej og forstår, hvordan de kan være med.
Vi er tydelige om invitationer, rammer og retning – også når processen er åben.

3. Vi er modige i verden

Vi tør tage stilling, prøve og tænke nyt, give plads til eksperimentet, udforskningen og mangfoldigheden, sætte os selv i spil og lære af det, der ikke lykkes.

4. Vi bygger holdbare forbindelser

Vi skaber møder og fællesskaber, hvor mennesker kan finde hinanden og skabe videre – også uden os som centrum.

