

MUSEUM

PRESSEMEDDELELSE

10. august 2026



MUSEUM ORDRUPGAARD, pressefoto Copenhagen Drone.

Ordrupgaard bliver til
MUSEUM ORDRUPGAARD

ORDRUPGAARD

KONTAKT

Ann-Sophie Lignell
Presse- og marketingchef
asolig@ordrupgaard.dk
T. +45 29 68 39 13

Vilvordevej 110
2920 Charlottenlund, DK
T. +45 39 64 11 83
museumordrupgaard.dk

Ordrupgaard ændrer navn til **MUSEUM ORDRUPGAARD** og lancerer samtidig en ny visuel identitet og hjemmeside, udviklet i samarbejde med det strategiske designbureau ***Urgent.Agency***. Rebrandingen skal styrke museets position nationalt såvel som internationalt. Det sker i takt med, at **MUSEUM ORDRUPGAARD** er blevet et moderne museumskompleks med stadig flere parallelle kulturtilbud, der henvender sig til et stort publikum.

"Vi har set frem til at løfte sløret for vores arbejde med en ny visuel identitet, ny hjemmeside og et nyt navn. Med afsæt i museets strategi justeres vores navn, så vi fremover hedder Museum Ordrupgaard og dermed tydeligere kan kommunikere, hvilke oplevelser der venter vores gæster og gøre os lettere at identificere for vores samarbejdspartnere. Den nye hjemmeside og visuelle identitet understøtter vores ønske om at samle vores mange tilbud i én samlet helhed og fremme de mange herlighedsværdier, Museum Ordrupgaard rummer."

- **Gertrud Oelsner**, direktør for Museum Ordrupgaard.

Det nye navn Museum Ordrupgaard og taglinen *Hjem for ikonisk kunst og dansk design* understreger museets unikke position i museumslandskabet. Ordrupgaard refererer til det historiske herskabshjem fra 1918, hvor stifterparret boede med deres imponerende kunstsamling i begyndelsen af det. 20. århundrede. I mellemtiden er der kommet flere facetter til som Kunstparken, Finn Juhls hus, caféen og butikken. Alligevel er den særlige hjemlige atmosfære bevaret og endda forstærket med tilføjelsen af Finn Juhls hus.

Foruden de verdenskendte samlinger af fransk og dansk kunst - især fra det 19. århundrede - og de skiftende særudstillinger byder museet på samtidskunst under åben himmel samt et rigt arrangementsprogram. Hertil kommer en markant arkitekturprofil, hvor særligt Finn Juhls hus henvender sig til design- og arkitecturentusiaster fra hele verden. Museum Ordrupgaard tilbyder dermed en bred vifte af kulturoplevelser til både børn og voksne med interesse for kunst, design og arkitektur.

Den nye visuelle identitet samler museets mange facetter i et stærkt og genkendeligt brand, som skaber en tydeligere sammenhæng på tværs af museets tilbud. Samtidig styrker den nye hjemmeside tilgængeligheden og brugeroplevelsen, så det bliver lettere for både danske og internationale gæster at finde frem til Museum Ordrupgaard og navigere i det alsidige kulturunivers.

"Det har været en drømmeopgave at arbejde med Museum Ordrupgaard i alle dets facetter. Ikke på trods af kompleksiteten, men netop på grund af den. Vores opgave har været at udvikle et visuelt og strategisk system, der binder museets mange fortællinger sammen og gør det let for gæsterne at opdage og navigere i de mange tilbud, så de bliver relevante for både eksisterende og nye målgrupper."

- **Mads Quistgaard**, grundlægger og designdirektør hos Urgent.Agency.