

## INFO & MOTIVERING ÅRETS UTSTÄLLNING 2021



**Ekonomiska museet**  
Kungliga myntkabinettet

### Utställningens titel:

Hyperinflation – Ofrivilliga miljonärer och värdelösa pengar



Foto: Pernilla Tenje, SHM

Ekonomiska museet – Kungliga myntkabinettet, Narvavägen13-17,11484 Stockholm

Projektets produktionstid: 190901 tom 210131

Visningstid: 15 april 2021 tom 14 augusti 2022

Storlek på utställningslokalen: 280 kvm

Budget för utställningsproduktion: 1,3 miljoner exklusive interna löner och lokalhyra,

I budgeten ingick Grafisk formgivning, produktion, audioguidesproduktion, mediateknik och översättning,transporter.

Kontaktperson: Sara Carlin, Projektledare, [sara.carlin@shm.se](mailto:sara.carlin@shm.se), 0767200209

Beställare: Cecilia von Heijne, Museichef Ekonomiska museet – Kungliga myntkabinettet, avdelning under Statens Historiska museer

#### Utställningsteam:

Projektledare /Project Manager	Sara Carlin
Produktionsledare /Production Manager	Pernilla Tenje
Utställningsform /Exhibition Design	Pernilla Tenje och Sara Carlin
Grafisk utställningsform/Graphic exhibition design	Samuel Lind
Producent	Caroline Gonelius och Sara Carlin
Texter/Texts	Caroline Gonelius, Martin Tunefalk, Elisabet Ryd och Sara Carlin
Föremålsantikvarie /Curator	Martin Tunefalk
Konservator/Conservator	Maria Franzon
Pedagogik och program /Learning and Program	Elisabet Ryd
Utställningstekniker/Exhibition Technician	Joakim Nilsson, Sonny Jonsson, Lydia Cacho Rosell och Peter Wiklund
Textgranskare/Copy-editing	Monika Golabiewski Lannby
Kommunikatör/Communicator	Åsa Hallemar
Grafisk form/Graphic Design	Jenny Marchi
Digital produktion /Digital Productions	Wilhelm Lagercrantz
Fotograf/Photographer	Jens Mohr
Filmproduktion/Film Production	Jens Mohr/Leonardo Wehlander
Bildredaktör/Image Editor	Katarina Nimmervoll

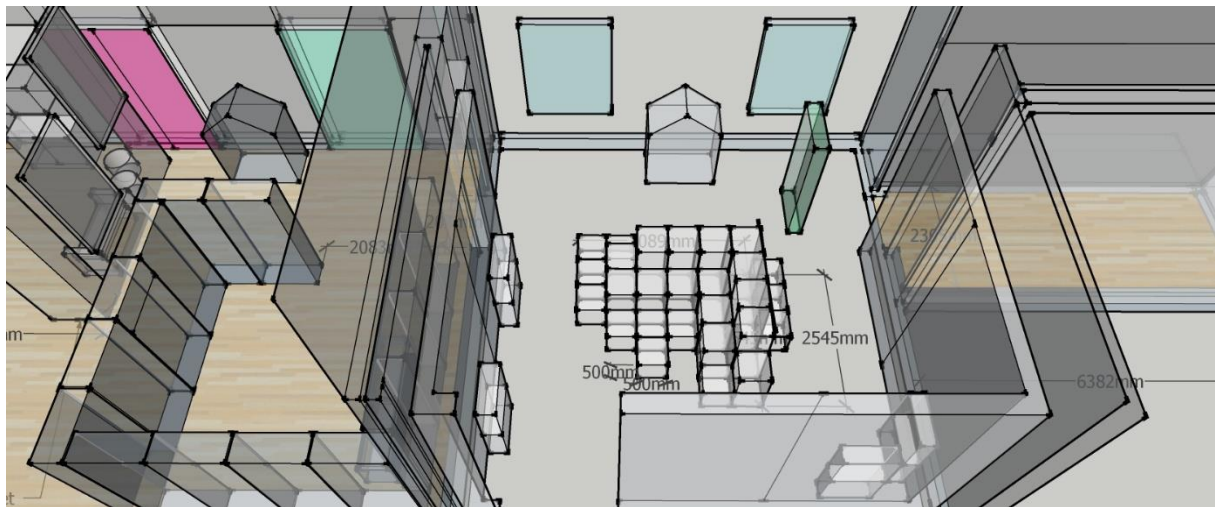
#### Motivering

**Berättandet** I utställningen förflyttas besökaren in i ett samhälle där det råder hyperinflation. Tiden är nutid men situationerna som besökaren får möta ska baseras på verkliga exempel från länder som har haft hyperinflation. Med hjälp av scenografin skapas miljöer i vilka besökaren får till sig information genom att utsättas för/besöka situationer som uppstår under en hyperinflation. Föremål, historiska exempel och fakta blandas in i miljöerna tillsammans med olika frågor att ta ställning till. Vi vill skapa en upplevelse och en känsla, för att på så vis förklara ett komplicerat ekonomiskt begrepp.

Genom att visa upp ett fiktivt samhälle där förtroendet har gått förlorat - samtidigt som vi berättar att detta har skett på riktigt, det sker fortfarande och kommer att ske igen - engagerar vi besökaren, stimulerar till upptäckarglädje och reflektion samt gestaltar det förflutna så att det känns.

**Gestaltningen** upplevs samtida, konceptet är utarbetat med inspiration från konst- och designhistoriska Bauhäuseran där den mest kända Hyperinflationen ägde rum under Weimarrepubliken. Vi har haft ledord som transparens, ute och inne, modernt, hyper, kris etc. Vi har utgått från samtidens trender, redovisande material, återvinning av montrar, belysning, mediateknik, scenografidelar. Staden, neonljus, graffiti, ledljusslang för att redovisa Sveriges inflation under början av 1900 talet, inspiration ifrån sedelbuntar, värdelösa sedlar som travades på skottkärror eller lektes med av barnen.

Ekonomiska museets färgpalett i varumärket är helt ny och används första gången. I den grafiska formen, arbetas med kollage från historiska och nutida bilder samt sedelmönster. Utställningens form och den grafiska formen håller ihop med rumsliga idéer och innehåll samt filmer och animationer. Utställningens ljus är skapad i samklang med formen för rummen. Ett föränderligt ljus med kulörta akrylglas framför samtliga fönster som ska skapa stämning oavsett års- och dygnstid i utställningen. Alla lysrörsarmaturer är återanvända och uppdaterade med ljus för stämningsskapande. Den tomma "affären" har ett kallt och obehagligt ljus och i utställningsdelen "hemmet" av varmare ljus.



**Publikvänlighet** En särskild audioguide har tagits fram i samarbete med podcasten Kapitalet. Besökaren kan lyssna på den med sin mobil. Det finns både ett digitalt och fysiskt skolprogram för utställningen. Till det digitala har det producerats tre filmer som eleverna får ta del av i skolprogrammet och de jobbar också tillsammans med museipedagogen på en sida i Google sites. I det fysiska programmet får eleverna arbeta i grupp med olika uppdrag i utställningen. Under 2021 genomfördes 110 digitalavisningar i utställningen, 140 skolklasser deltog på dessa.

Målgruppen högstadie- och gymnasieelever samt unga känner att de vill stanna kvar i utställningen och "hänga", så där har vi lyckats nå nya besökare.

Genom utställningen ställs frågor som ska engagera och få besökaren att fundera över hur en hyperinflation skulle drabba den enskilde och vårt samhälle. I slutet av utställningen finns ett reflektionsrum där besökaren får möjlighet att reflektera över utställningen och ekonomi.

Alla filmer som visas i utställningen är på svenska med både svensk och engelsk text.



Foto: Jens Mohr, SHM



Foto: Samuel Lind

Animationen till trailern är skapad av Samuel Lind på Stockholm Graphics.

Här är länk till Hyperinflation trailern – en film till Intro rummet

[https://www.dropbox.com/s/4vmk6qbfsg3uztx/KMK\\_hyperinflation\\_trailer%201920x1080.mp4?dl=0](https://www.dropbox.com/s/4vmk6qbfsg3uztx/KMK_hyperinflation_trailer%201920x1080.mp4?dl=0)



Foto: Samuel Lind



Foto: Samuel Lind



Foto: Samuel Lind



Foto: Samuel Lind



Foto: Pernilla Tenje, SHM



Foto: Jens Mohr, SHM



Foto: Samuel Lind





Foto: Pernilla Tenje, SHM



**Ekonomiska museet**  
Kungliga myntkabinettet