



KLYNGEUDVIKLING I UDKANTSOMRÅDER



ET 3-ÅRIGT PROJEKT
MED BORNHOLM SOM UDGANGSPUNKT

Opsummering af klyngeworkshop – ”Oplevelsesunivers Bornholm”

Status - hvor er vi nu?

- Masser af gode initiativer i ”oplevelsesuniverset”. Fx indenfor skov & natur, musik, wellness, kunsthåndværk, kunst, gourmet, middelalderen, ’fød en Bornholmer’ og de mere traditionelle turisterhverv.
- Øen har mange ildsjæle, som gerne vil gøre en forskel
- Mangler samarbejde på tværs af fag
- Mangler mere internt kendskab til hinanden og at få opbygget et tværfagligt netværk
- Sæsonen er for kort
- For mange som ikke har en uddannelse
- For mange arbejdsløse uden for sæsonen, dagpengesystemet understøtter ikke dette.
- Infrastrukturen trænger til en forbedring
- Den interne kommunikation er ikke i top, markedsføring og PR er primært henvendt til folk uden for øen.



Visionen – ”hvordan ser ’Oplevelsesunivers Bornholm’” ud om 10 år?

- Bornholm er internationalt kendt som Nordeuropas oplevelsesunivers.
- Den interne kommunikation og koordinering er stærk – vi har etableret en fælles administration, salgs- & markedsføringsafdeling og en indkøbsafdeling.
- Fælles portal som indgang til hele øen
- Mere fælles PR og markedsføring
- Vi har skabt flere videncentre på øen, fx indenfor turisme og indenfor kunsthåndværk
- Vi har højnet uddannelsesniveaue og har fået flere akademiske stillinger
- Vi har udvidet sæsonen til at dække det meste af året
- Vi har dyrket autenticitet, professionalisme og kvalitet
- Vi har skabt et stærkt samarbejde omkring ture og events
- Vi har fået styrket vores infrastruktur



De skridt vi tog for at nå visionen (ikke prioriteret rækkefølge)

- Netværk – vi lærte hinanden at kende; det skabte en fælles referenceramme i et trygt forum, hvor vi kunne videndele og blive bedre til at bakke hinanden op – og derfor blev vi også mere risikovillige.
- Prioritering – Vi fokuserede i fællesskab på et tema af gangen; de valgte projekter blev prioriteret ud fra, hvad der var til alles bedste.
- Vi handlede hurtigt, men tog små skridt
- Infrastrukturen blev forbedret
- Bornholmerne fik øjnene op for Bornholm (udvidet sæson)
- Vi fokuserede på forskellige segmenter på forskellige årstider for at udvide sæsonen, og derfor fastholdt vi en større del af arbejdskraften hele året.
- Vi arbejdede med en vision for hele øen
- Vi arbejdede målrettet på at forbedre vores kontakter til de nationale medier
- Vi opfandt en fælles event for hele øen
- Vi blev bedre til at markedsføre hinanden
- Vi besluttede, at vi ville turismen som erhverv og lod Bornholm blive et "living lab" understøttet af et Videnscenter.



De skridt vi tog for at nå visionen (ikke prioriteret rækkefølge) - fortsat

- Destination Bornholm, BCB og BRK (og evt. andre) skabte et turismesamarbejde, som understøttede hele "Oplevelsesunivers Bornholm".
- Vi lærte af vores fejl og succeser og blev bedre til at dele erfaringerne i kraft af vores stærke netværk.
- Vi fokuserede mere på finurligheder og mindre på almindeligheder i vores ydelser.
- Vi skabte en årlig intern turisme- og oplevelsesdag for at holde fast i kendskabet til hinandens ydelser.
- Vi opfandt nye "Lakse" begivenheder (henviser til en event for ca. 10 år siden, "lakseugen" hvor restauranterne serverede laks, glaspusterne lavede lakseskulpturer, bagerne bagte brød i lakseform etc.)
- Vi stod sammen om at markedsføre øen eksternt
- Kommunalbestyrelsen forstod budskabet om vilje omkring samarbejde og bevilligede midler til det.

De første skridt, som vi tager i morgen

- **Netværksaktiviteter** – alle deltagere skal have større kendskab til hinanden og derfor vil vi begynde at besøge hinanden ved mindre uformelle arrangementer, hvor alle bliver inviteret. Bornholms Middelaldercenter har tilbudt at afholde det første uformelle netværksmøde d. 4. februar. Klyngeprojektet vil facilitere det.
- **Turismeklyngen** - tog initiativ til, at deres klynge kunne fungere som en paraply for kultur, kunsthåndværk- og (en udvidet) fødevareklynge samlet i et fælles oplevelsesunivers.
- **Fælles portal** - alle de forskellige initiativer i oplevelsesuniverset får en fælles markedsføringsplatform hos Enjoy Bornholm.

