



Kunsthåndværkernes Ø

Når erhvervs- og stedsudvikling går hånd i hånd

Titel: Kunsthåndværkernes ø.

Når erhvervs- og stedsudvikling går hånd i hånd.

ISBN: 978-87-93583-42-9

Forfattere:

Rikke Brandt Broegaard, seniorforsker, og Anders Hedetoft, seniorkonsulent, Center for Regional- og Turismeforskning (CRT).

Grafisk Design:

Peter Konoy, Beyer Konoy reklamebureau · beykon.dk

Særlig tak til:

Arts & Crafts Association Bornholm (ACAB) og Maker's Island sekretariatet og styregruppen, så vel som alle de kunsthåndværkere, erhvervsfremmeaktører, turismeaktører samt repræsentanter for uddannelsesinstitutioner og internationale kunsthåndværkerorganisationer for den tid, de har brugt på at dele deres værdifulde erfaringer og perspektiver med hensyn til Bornholms kunsthåndværks udvikling. Tak til sekretariatsleder Dorthe Møller Paulsen for konstruktive kommentarer til tidligere udkast. Uden finansiel støtte fra Plan- og Landdistriktsstyrelsens Landdistriktpulje ville denne publikation aldrig være blevet til. Tusind tak for støtten.

Fotos: Destination Bornholm, Maker's Island Bornholm, Rasmus Kvist, Anders Beier, Kristoffer Linus, Kasper Agergaard, Martin Birk og Mathias Bak Larsen, Rikke Brandt Broegaard.

Eventuelle fejl og mangler er hovedforfatterens ansvar.



Center for Regional- og Turismeforskning (CRT)

Bymarken 12, 3790 Hasle

Telefon +45 5644 1144

E-mail: crt@crt.dk

www.crt.dk

© 2024 Center for Regional- og Turismeforskning



Kunsthåndværkernes Ø

Når erhvervs- og stedsudvikling går hånd i hånd

Anvendte forkortelser:

- ACAB Arts & Crafts Association Bornholm
- BRK Bornholms Regionskommune
- BCB Business Center Bornholm
- FSG Globalt non-profit-konsulentfirma, som ophavspersonerne til Collective Impact arbejdede i
- LAG Lokal Aktions Gruppe (Bornholm)
- WCC World Craft Council
- WCCE World Craft Council Europe



Keramik, Alexandru Murar

Indholdsfortegnelse

1 • Introduktion	8	5 • Samspil med lokale, regionale, nationale og internationale puljer	40
2 • Collective Impact som metode til kombineret erhvervs- og stedsudvikling	10	6 • Aktørernes nye samspil: Collective Impact	44
2.1 • Fem principper for Collective Impact samarbejder ..	11	6.1 • International anerkendelse: At hæve barren og finde fællesnævnerne gennem brug af Collective Impact principper	46
3 • Kunsthåndværket på Bornholm forud for World Craft Region-titlen	15	6.2 • Ringe i vandet rundt om Maker's Island	51
3.1 • Bornholm som kunsthåndværkersted	15	7 • Stedsudvikling og erhvervsudvikling hånd i hånd ..	52
3.2 • Opnåelsen af titlen som World Craft Region – kunsthåndværkets højeste anerkendelse	20	8 • anbefalinger	62
3.3 • Titel - og hvad så?	23	9 • Checkliste – inspiration til landdistriktsaktører	65
3.4 • Titlen til gavn for hele øen: Anbefalinger	25	10 • Referencer og links	66
4 • Maker's Island indsatsen på Bornholm	27		
4.1 • Koordinering: Kommunens etablering af fælles sekretariat	30		
4.2 • Kommunikation	34		
4.3 • Kompetenceudvikling	37		
4.4 • Kommercialisering	38		



Opsummering

Der er et oplagt potentiale for at lade landdistrikters steds- og erhvervsudvikling gå hånd i hånd, når man arbejder med erhverv, der i stor udstrækning er knyttet til et steds identitet og kultur. Kunsthåndværk er sådan et erhverv. Lokale fødevarer er et andet. Erhverv, der trækker på naturgrundlag, kulturhistorie og stedsånd giver samme potentiale. På Bornholm har en lang række aktører samarbejdet om et kollektivt løft af kunsthåndværket i forhold til international anerkendelse, øget indtjening, jobskabelse, uddannelse, tilflytning og kulturturisme. Succesen smitter af på lokale beslutningstageres syn på kunsthåndværk og dets potentiale som lokal udviklingsmotor, ligesom den har sat aftryk på øens branding og generelle attraktivitet, hvilket bl.a. skaber jobs og værditilvækst i turismesektoren. Succesen, der altså kan ses både som erhvervs- og stedsudvikling, kan beskrives som blomsten af frø, der blev lagt i jorden for over 20 år siden, og som har været vandet og passet fortløbende siden. Der har været mange aktører involveret, og fokus har hele tiden været på det kollektive løft. Det har ikke fra starten været formuleret som en Collective Impact metode; men processen kan med fordel beskrives ud fra denne metodes 5 enkle nøgleprincipper.

På europæisk plan er Bornholm et sted, man ser til med interesse og anerkendelse på grund af det unikke samarbejde indenfor Maker's Island, og det kollektive løft, der på kort tid er skabt indenfor kunsthåndværk-økosystemet. Næsten alle interviewede kunsthåndværkere fremhæver som noget positivt at de har en stærkere følelse af at være "en del af noget større"; og det giver stolthed og (arbejds-) glæde, at det bornholmske kunsthåndværk er internationalt anerkendt.

“Bornholm er et af de få steder i verden med sådan en blomstrende lokal kunsthåndværkerøkonomi”

– Louise Allen, World Craft Council Europe

Formålet med at formidle den bornholmske succes indenfor kunsthåndværk er at inspirere andre aktører i danske landdistrikter til at tænke over, hvilke lokale kvaliteter og styrker, der kunne udvikles på måder, så der skabes jobs, samtidig med at stedets attraktivitet øges. Det kunne fx være indenfor kunsthåndværkermiljøer, men også indenfor lokale fødevarer, turisme og outdoor. I mange kystnære landdistrikter har turismen stor betydning for værdiskabelse og beskæftigelse i området. Den bornholmske indsats indenfor

kunsthåndværk er bl.a. et eksempel på synergi mellem et nicheerhverv og turismen. De forskellige aktørers afgørende beslutninger, roller og 'greb' i den bornholmske proces komprimeres til en "Maggi-terning", der beskriver, hvordan det er lykkedes at styrke kunsthåndværket og hele 'økosystemet' omkring kunsthåndværk med mange afledte positive effekter for Bornholm som ø, som turistdestination og som bosætningssted.

Målgruppen for publikationen er bl.a. landdistriktskoordinatorer og andre med ansvar og interesse for erhvervs- og landdistriktsudvikling. Publikationen skal primært give inspiration til proces-elementer, der anvendes i Collective Impact metoden som netop sigter på at opnå en fælles, koordineret indsats på tværs af sektorer og som har fokus på potentialet i en koblet steds- og erhvervsudvikling indenfor niche-erhverv som kunsthåndværk, fødevarer, outdoor, turisme, m.v.

1 • Introduktion

Erhvervsudvikling i landdistrikter er ofte en "restkategori", der falder mellem forskellige stole. Denne publikation fokuserer alligevel på, hvordan erhvervsudvikling i landdistrikter kan "gå hånd i hånd" med stedsudvikling. Når der arbejdes med sektorer eller brancher, der på forskellige måder reflekterer og trækker på stedets 'kvalitet', og således har en stor stedstilknytning, er der et stort potentiale for at løfte såvel erhverv som sted samtidigt.

Erhvervsudvikling behøver måske ikke en nærmere introduktion. Her i publikationen bruger vi ordet til at betegne aktiviteter, der sigter på at skabe flere virksomheder og gøre dem mere levedygtige; øge deres omsætning og/eller indtjening; og højne eller tilføje kompetencer med samme formål. Der måles typisk på økonomi og arbejdspladser; måske på antal virksomheder og kurser, m.v.

Stedsudvikling, derimod, skal nok introduceres og defineres. Vi bruger ordet til at betegne aktiviteter, der sigter på at styrke særlige kvaliteter eller karakteristika i et område eller på at give folk i et område (og evt. besøgende) noget at samles om; noget at værdsættes af. Noget, man værdsætter og bruger. Noget, der gør stedet mere attraktivt – at bebo eller

besøge. "Stedsudvikling" bruges typisk om indsatser, som kommuner, fonde og lokale civilsamfundsorganisationer sætter i gang med fokus på at forbedre fx mødesteder, fysiske rammer eller lokale netværk, som det fx sker i lokalområdeudviklings- eller byudviklingsprojekter med fokus på trivsel og social sammenhængskraft og andre "bløde værdier". Men det kan i høj grad også – argumenterer vi – være noget, der er en 'positiv sideeffekt' ved erhvervsrettede tiltag, hvis disse er tænkt ind i en bredere sammenhæng – eller noget, der får en 'positiv sideeffekt' for erhverv som fx turisme, selv om det primære fokus har været et andet – måske mere socialt eller netværksorienteret. Det kan fx være den positive påvirkning af et steds attraktivitet; den stedsbranding som lokale aktører bidrager til gennem deres fortællinger; eller den positive påvirkning af borgeres og aktørers identitet, stolthed og selvpfattelse, som følger af en kollektiv indsats, et øget samarbejde og øget omtale af et lokalt erhverv som fx kunsthåndværk. Disse ændringer spiller ind på turisme (hvilket ses tydeligt i casen om Maker's Island) og potentielt set også på tilflytning. Events, der er skabt som en del af et erhvervsudviklingstiltag kan, som det er tilfældet med Born-

holm Craft Weeks, også skabe nye kulturelle aktiviteter – anledninger til at mødes, lave ting sammen, lære nyt, besøge, og blive inspireret. Omtale og anerkendelse i lokale og internationale medier kan spille ind på forståelsen af betydningen af et lokalt erhverv eller lokale initiativer, som derved beskues med nye øjne. Det kan spille ind på anseelsen af uddannelsesinstitutioner, der spiller sammen med disse lokale styrker.

I turismelitteraturen taler man om, at særligt aktører, der er meget stærkt knyttede til det sted, de også udøver deres erhverv, fordi profession og lokalisering spiller sammen, både forbruger stedet, og producerer det. Steds-engagerede aktører er ofte flyttet til stedet pga. dets kvaliteter og bidrager efterfølgende til at skabe endnu bedre rammer, samarbejder osv.¹

“Bornholm is a unique place – there is nowhere else like it. Craft, and the community that drives that craft, is critical to this unique presence.”

– Nicky Dewar, British Craft Council

Hvis man udelukkende ser på (og planlægger) "erhvervs-effekter" (og altså tæller firmaer, ansatte og omsætning), er der en risiko for, at man vil overse andre vigtige og bredere resultater, som en indsats skaber for det sted, den sættes i værk. På samme måde er det vigtigt at se på, om en indsats eller udvikling indenfor én branche også kommer andre brancher til gode, når man skal vurdere dens stedsudviklende potentiale.

Når man taler om stedsudvikling, lyder det jo ganske positivt. Imidlertid er det vigtigt at pointere, at det, der af nogle opfattes som en positiv ændring, af andre vil kunne opfattes som negativt. Hvis der fx skabes nye og bedre muligheder for outdoor-aktiviteter, som fx mountainbike-spor i et område, kan det være en ulempe for dem, der ønsker mere fredelige aktiviteter eller fredninger. Selv om "stedsudvikling" er positivt ladet, er det altså vigtigt at have for øje, at der kan være interessekonflikter mellem forskellige aktører. Derfor er det vigtigt for den territoriale myndighed at være opmærksom på dette og håndtere det, fx gennem at sikre dialog og klarhed. I den forbindelse viser erfaringerne, at velorganiserede interesse- eller erhvervsgrupper er en vigtig forudsætning for en god og effektiv dialog – også til baglandet – da der kan sikres informationsstrømme, forhandling og hensyntagen til indgåede kompromisser osv.

Med det seneste skift i det nationale erhvervsfremmesystem med fokus på opbygning af nationale erhvervsklynger, kan de, der gerne vil arbejde med landdistriktsudvikling og erhvervsfremme, blive lidt "fortabte" i det generelle erhvervsfremmesystem, der ikke (længere) levner meget plads til indsatser indenfor specifikke lokale styrkepositioner.

På trods af, at forskning inden for landdistriktsudvikling samstemmende peger på vigtigheden af at skabe økonomisk grundlag for tilflytning (fx af selvstændige erhvervsdrivende) og at lokale udviklingsprojekter i stigende grad organiseres i spændingsfeltet mellem civilsamfundsorganisationer og virksomheder, afspejler dette behov sig næsten ikke i den kommunale landdistriktsindsats, som den blev kortlagt for et par år siden.² Ifølge denne undersøgelse har den kommunale landdistriktsindsats stadig typisk fokus på levevilkår i lokalsamfundene og på initiativer, der skal fremme borgerinddragelse og lokaldemokrati. At erhvervsvinklen ikke rigtig er repræsenteret i den kommunale landdistriktsindsats, hænger sammen med organiseringen af indsatsen, der ganske vist er tværfaglig – men organisatorisk forankret i en enkelt kommunal afdeling. Det organisatoriske forankringspunkt har, ifølge undersøgelsen, stor betydning for det overordnede perspektiv i indsatsen.²

Forfatterne mener, at Maker's Island indsatsen kan ses som et eksempel på en vellykket strategisk tilgang til kombineret erhvervs- og stedsudvikling, der samtidig har styrket den institutionelle kapacitet til erhvervsrettet udvikling.

"...de mange forskellige måder, kunsthåndværkets værdi kommer til udtryk på, er forfriskende og banebrydende"

– Nicky Dewar, British Craft Council

Publikationen identificerer de lokale, regionale og nationale udviklingstiltag, som har haft indflydelse på den konkrete udvikling og styrkelse af Bornholm som kunsthåndværker-ø og kunsthåndværksdestination. Igennem analysen af arbejdet med styrkelsen af det bornholmske kunsthåndværker-økosystem identificeres en række praksisnære anbefalinger og redskaber, som forhåbentligt kan være til inspiration for aktører i det øvrige land, der ønsker at arbejde med kombinationen af erhvervs- og stedsudvikling.

2 • Collective Impact som metode til kombineret erhvervs- og stedsudvikling

“Nogle samfundsproblemer er for komplekse til, at én organisation eller person kan løse dem alene. Collective Impact er en arbejdsform til at løse fælles udfordringer – i fællesskab”.³

Store fælles problemer skal løses i fællesskab på tværs af forskellige private og offentlige interesser og aktører. Og de skal løses med langsigtede mål og varig forandring for øje. Collective Impact er en ny arbejdsform til at skabe varige og helhedsorienterede løsninger på komplekse samfundsudfordringer i fællesskab.

Realdania beskriver Collective Impact som en **“systematisk og dataunderstøttet tilgang til at arbejde med komplekse dagsordener i brede, langsigtede partnerskaber”**.³ Metoden tilbyder også nogle spændende greb i forhold til en koblet erhvervs- og stedsudvikling når processen er op ad bakke og kræver involvering af mange forskellige typer af aktører.

Realdania har i en dansk sammenhæng været en frontløber mht. at introducere og anvende Collective Impact. Realdania har bl.a. brugt Collective Impact metoden indenfor nytænkning af arealanvendelsen og til metodeudvikling til bevaring af bygningsarven i landdistrikterne, så denne samtidig løfter den lokale udvikling og oplevede livskvalitet. Metoden er også brugt til at styrke den sociale inklusion gennem nytænkning af indretning og planlægning af byer, arbejdspladser og lokalmiljøer, så der bliver plads og rummelighed til alle.

Collective Impact metode-begrebet blev formuleret i 2011 i en artikel i Stanford Social Innovation Review, af forfatterne Kania og Kramer,⁴ der kom fra det globale non-profit konsulentfirma, FSG. De fem grundlæggende principper for Collective Impact samarbejder blev formuleret her, men byggede selvfølgelig på mange forudgående erfaringer – succesfulde og frustrerede – med at skabe sociale forbedringer i komplekse situationer, der kræver handling på tværs af sektorer.

- 1. Fælles agenda og konkrete mål**
- 2. Fælles målemetoder**
- 3. Forpligtende aktiviteter, der gensidigt understøtter hinanden**
- 4. Hyppig og åben kommunikation**
- 5. Fælles sekretariat**

Kania og Kramer fremhævede, at arbejdet med komplekse sociale problemer på måder, der skaber varige, systemiske ændringer forudsætter, at der er tilstrækkelige ressourcer til at gennemføre grundig facilitering, koordination og effekt-måling. Disse elementer er nemlig essentielle for, at organisationer fra forskellige sektorer – og forskellige typer af aktører, **kan arbejde sammen på en ligeværdig måde** for det fælles bedste. De er også nødvendige for, at aktørerne kan **lære på tværs af sektorer og trække udviklingen i samme retning**, hvilket er en forudsætning for at opnå stor effekt af initiativer. Netop ressourcebehovet i forbindelse med den processuelle del af brede samarbejder om komplekse problemstillinger er vigtigt at have in mente, når man som lokal aktør begynder at gøre sig tanker om initiativer. Man har sikkert konkrete mål i tankerne –

men vejen derhen kræver en omhyggelig proces, der er ressourcekrævende, men som er nødvendig for at løse tværsektorielle udfordringer.⁴

Realdania har som filantropisk forening taget denne udfordring op og netop prioriteret midler til metoden og til læringsopsamling. Realdania konkluderer, at brugen af Collective Impact metoden har mobiliseret en enorm forandringskraft og fælles handlingskraft.⁵

“Når man arbejder med udvikling af steder, er det vigtigt at forstå steders potentialer, som er mere end geografi, mere end den natur og de bygninger, der er i et område. Det er mennesker, der løfter potentialer, og derfor er det så vigtigt at bruge tid og ressourcer på at opbygge samarbejde og tillid”.

– Realdania 2022, reference 5, side 50

I det bornholmske tilfælde – med opnåelsen af World Craft Region titlen, der blev katalysator for udviklingen af Maker’s Island-samarbejdet – har man ikke bevidst arbejdet efter denne strategi fra starten, men i praksis har man benyttet en række af de samme greb. Udviklingsarbejdet har været baseret på en grundlæggende forståelse af, at levedygtig udvikling sker gennem længere tidsforløb og som resultat af komplekse samspil mellem økonomiske, sociale og styringsmæssige forhold.

2.1 • Fem principper for Collective Impact samarbejder

De fem grundlæggende principper for Collective Impact samarbejder skal forstås som en form for arbejdsramme om det at samle aktører i en alliance for at håndtere komplekse problemer. Samlingen om en fælles forståelse af et komplekst problem er nødvendig for at skabe resultater, der rykker. I et sådant samarbejde forpligter aktørerne sig netop til at koordinere deres initiativer og at sikre, at de bidrager hen imod de fælles mål.

Ideelt set er målet, at alle arbejder sammen hen imod en række fælles, langsigtede og målbare mål. Det handler om at skabe forandring, der både kan ses og mærkes. Det kræver en fælles helhedsforståelse. Set fra et Collective Impact perspektiv er aktørers forfølgelse af egne dagsordener og mål – uden blik for helheden – en vigtig barriere for at opnå varige løft og løsninger af kollektive udfordringer.

Samtidig skal praksisser, der sikrer lige muligheder, hele tiden holdes for øje. Dette kan kræve villighed til at ændre samspil og magtforhold og sikre større indflydelse fra aktører, hvis interesser måske hidtil ikke har været prioritet højt.⁴⁴ Dette er vigtigt for den langsigtede motivation for samarbejdet og kan kræve systemiske ændringer.

Collective Impact principperne uddybes nedenfor. De fem principper skal dog ikke forstås som en checkliste eller opskrift, da det er afgørende, at de tilpasses den lokale kontekst.



1 Fælles agenda og konkrete mål. Det vil sige, at alle deltagere har fået en fælles vision for den udvikling, de ønsker sig og en fælles forståelse af det problem, de skal løse, så vel som en delt tilgang til arbejdet. Der vil givetvis være elementer, aktørerne ikke er enige om, men det er afgørende, at de deler en fælles forståelse og definition af de grundlæggende eller vigtigste udfordringer og mål.

2 Fælles målemetoder. Gennem at samle data og måle resultater på en ensartet måde på tværs af aktører sikrer deltagerne sig, at deres initiativer spiller sammen og har mulighed for at holde hinanden ansvarlige.

3 Forpligtende aktiviteter, der gensidigt understøtter hinanden. Dette opnås gennem koordineringen af de forskellige aktørers forskellige tiltag.

4 Hyppig og åben kommunikation. Dette er nødvendigt for at skabe tillid mellem de forskellige aktører og sikre, at de arbejder hen imod fælles mål. Det er også vigtigt for at sikre fælles og fortsat motivation. Netop kommunikation om den fælles udfordring og udviklingen af de nye, fælles løsninger, er central for aktørernes mobilisering og engagement. Ofte kræver en fælles indsats om en konkret udfordring, at der forudgående (og undervejs) udvikles nye måder at (forstå og) kommunikere udfordringerne på. Kommunikation må heller ikke undervurderes, når det drejer sig om at mobilisere tålmodighed – der arbejdes, men med det lange lys på.

5 Fælles sekretariat. Dette beskrives som "rygraden" i Collective Impact, fordi det at skabe og forvalte en fælles effekt kræver en dedikeret organisation med medarbejdere, der har kompetencerne til at koordinere de deltagende aktører, facilitere samskabelsesprocesser, skabe trygge og gode relationer, og eventuelt også finde fællesnævnerne mellem umiddelbart modsatte interesser. Den fagligt stærke sekretariatsfunktion er også helt afgørende for, at det bliver så enkelt og effektivt som muligt for deltagerne at være med.



De efterhånden mange forskellige Collective Impact erfaringer der er – i Danmark og internationalt – har vist, at for at kunne skabe løsninger eller rykke på komplekse samfundsmæssige udfordringer kræver det, at der fra starten er en accept af, at det er noget, der kræver en indsats gennem lang tid; at resultaterne vil komme gradvist; og at der er villighed til at sikre udviklingen af gode og tillidsfulde forhold mellem de deltagende aktører gennem hyppige møder og et 'rygrads-sekretariat' der sikrer koordinering, facilitering, og fælles resultatmålinger. Finansiering af "rygrads-sekretariatet" kræver ofte ekstern finansiering, fordi der skal være økonomisk rum til samarbejds- og samskabelsesprocesser, der går ud over det sædvanlige.

Typisk må foreninger og andre institutioner samarbejde med kommuner (eller autoriteter på andre niveauer) og virksomheder, da ingen enkeltaktør kan løse komplekse samfundsmæssige problemer alene. **Et frugtbart samarbejde kræver, at man formår at gentænke sin egen rolle set fra et helhedsperspektiv.** Det er altså ikke tilstrækkeligt at vide, hvad ens forenings eller institutions formålsparagraf er for dens eget snævre virke. Man må formulere, hvad foreningens eller institutionens rolle er i (løsningen af) den større udfordring. Desuden fremhæves vigtigheden af at koordinere sine dagsordener med andre deltagere for at individuelle og fælles aktiviteter understøtter hinanden.

Realdanias arbejde med Collective Impact og deres spændende opsamling af erfaringer præsenteres på hjemmesiden realdania.dk/projekter/collective-impact, ligesom Realdania har udgivet en rapport, der samler den tværgående læring fra danske Collective Impact erfaringer med det formål at bidrage til refleksion og videreudvikling af den fælles løsning af komplekse samfundsproblemer.⁵

FSG præsenterer en masse cases på deres hjemmeside fsg.org, der illustrerer arbejdet med at skabe social udvikling og lige muligheder. Er man interesseret i at arbejde med metoden, er det værd at besøge deres udgivelses-bibliotek, hvor man kan sortere efter emne: fsg.org/resources

Ønsker man at søge international inspiration, anbefales Collective Impact Forum, som på globalt plan er det førende netværk mht. værktøjer, cases og online events om Collective Impact. collectiveimpactforum.org

En anden vigtig læring fra Realdanias analyse af Collective Impact-projekter i Danmark er, at involveringen af de mennesker, som har hånden på kogepladen, er helt afgørende for udviklingen af nye forståelser af og nye løsninger på komplekse problemer. Involveringen og integrationen af forskellige fagligheder og virkeligheder skal ideelt set starte tidligt i analysen af problemet og fortsætte hele vejen gennem pilotprojekter og større tiltag.

Collective Impact metoden indebærer, at aktørerne opfordres til at indsamle og analysere relevante data ud fra de aftalte målemetoder for at kunne følge udviklingen og evt. justere efterfølgende. Det er lange seje træk, der skal til, når man begynder at samarbejde om at løse komplekse udfordringer, der kræver systemforandring. Det kræver tålmodighed og styrke hos alle involverede.⁴

Hvis du vil vide mere...



“Craft is part of the fabric of Bornholm, it is an integral part, one of the few places in the world where there is such a thriving local economy of makers. The quality of craftsmanship is incredible. I remember visiting the many studios set into the dramatic landscape of the island and the makers taking time to describe in detail or demonstrate their process. The international reach of many of these makers is both impressive and important.”

– Laura Miguel, generalsekretær, WCCE

3 • Kunsthåndværket på Bornholm forud for World Craft Region-titlen

3.1 • Bornholm som kunsthåndværkersted

Bornholm er med god grund berømt for sine mange dygtige kunsthåndværkere og er den landsdel i Danmark, der har den største koncentration af kunsthåndværkere målt pr. indbygger.^{6,7,8} De mange kunsthåndværkere bidrager til øens atmosfære som et sted med kvalitet og æstetik i højsædet, ligesom øens specielle natur, lys og atmosfære bidrager positivt til kunsthåndværkernes skabende processer.⁹

Bornholm har igennem historien haft mange keramikere, bl.a. pga. de fine ler depoter, som øen fra naturens side er udstyret med. Allerede i middelalderen solgte bornholmske keramikere deres varer i hele Østersøområdet.⁹ I 1800-tallet blev flere større **keramikfabrikker** grundlagt, inklusive Hjorths Fabrik i Rønne, som hurtigt blev en af de største og vigtigste i Danmark. Fra 1862 til 1993 blev fabrikken drevet af familien Hjorth, hvorefter Bornholms Museum overtog fabrikken. Den er i dag en af de bedst bevarede industriminder i Skandinavien og fungerer som **levende museum** med produktion, butik og formidling.⁴⁵

Mange af de kunsthåndværkere, der var tilknyttet øens store keramikfabrikker, etablerede fra 1930'erne **selvstændige værksteder**. Bornholm har stadig en stor tæthed og diversitet af keramikværksteder.

Bornholms Kunstmuseum, der blev etableret i 1993 i et af Danmarks mest spektakulære landskaber tæt på Helligdomsklipperne lidt nord for Gudhjem, har en stor samling af kunsthåndværk. I forbindelse med en udvidelse i 2003 indrettede museet en særlig udstillingssal for kunsthåndværk fra museets permanente samling.¹⁰ I dag sælges der bl.a. bornholmsk kunsthåndværk fra museumsbutikken, ligesom museet hvert år danner ramme for afgangsudstillingen for de studerende, der bliver færdige fra Det Kongelige Akademi's glas- og keramikskole i Nexø. Kunstmuseet er også et hovedomdrejningspunkt for European Glass and Ceramic Context, som er et symposium for nutidig europæisk glas og keramik, der siden 2006 har været afholdt på Bornholm – hver anden gang med glas i fokus, og hver anden gang med keramik. Der deltager kunstnere og kunsthåndværkere fra 31 europæiske lande i symposiets udstillinger, workshops, master classes og seminarer. Symposierne

ledes af en udstillingsleder fra Det Kongelige Akademi's afdeling for Innovation og Erhverv i København – i tæt samarbejde med Bornholms Kunstmuseum, Det Kongelige Akademi, Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård, og Bornholms Regionskommune (BRK).^{33,35}

Uddannelser: Den historiske styrkeposition indenfor keramik og glas var også medvirkende til at Det Kongelige Akademi i 1997 etablerede en afdeling for glas og keramik i Nexø på Bornholm. **Det Kongelige Akademi's – Craft in glass and ceramics**, som er Akademiets program for kunsthåndværk, er en af Europas ledende uddannelsesinstitutioner på feltet.¹¹



Værkstederne kan rumme ca. 70 studerende, og de studerende kommer fra hele verden. Der optages mellem 17 og 20 studerende årligt, og søgningen til skolen har oplevet en massiv vækst de sidste 5 år.⁸ Det Kongelige Akademi i Nexø fremhæver vigtigheden af det blomstrende kunsthåndværksmiljø på Bornholm for de studerendes læring mens de er på skolen. Det Kongelige Akademis vigtighed for det blomstrende bornholmske kunsthåndværkermiljø understreges bl.a. af de internationale observatørers udtalelser.

Bornholm har tidligere (1995 til 2007) også huset **Bornholm Textil Seminarium**, et håndarbejdsseminarium placeret i Hasle.¹² Det uddannede håndarbejds-lærere med hhv. strik og beklædningsdesign og skind som speciale, ligesom det havde en linje for grafisk formgivning. Yderligere

fik det en e-design-uddannelse, en kortere videregående uddannelse i samarbejde med Hellerup Textil Akademi.¹² Seminariet havde i 2000 90 studerende. Bornholm Textil Seminarium var anerkendt for sit høje faglige niveau og tiltrak også studerende fra såvel resten af Danmark som fra udlandet, særligt fra Baltikum. Textil Seminariet fokuserede igennem alle sine år også på at indgå positivt i erhvervsudviklingen i det bornholmske samfund.

For begge skoler gælder det, at mange af de studerende, der er rejst til Bornholm pga. uddannelsen, har bosat sig på øen efterfølgende, tiltrukket af det store kreative miljø, som de selv har været med til at styrke.

Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård, der har til huse i en charmerende gammel købmandsgårds lagerbygning i Hasle, blev etableret som forening og udstillingssted i 1999. Stedet kan rumme 7 eller 8 samtidige udstillinger, hvor lokale, nationale og internationale kunsthåndværkeres værker præsenteres. Det fungerer som et fornemt udstillingsvindue for øens kunsthåndværk, og Arts and Crafts Association Bornholm har hvert år en fællesudstilling. Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård er en selvejende institution, der ejes af en forening af samme navn og drives af en centerleder og en stor gruppe frivillige. Centeret skiftede i 2022 status fra museum til galleri.

Det har gennem tiden huset en lang række tiltag med workshops og involvering af øens skoleklasser i kunsthåndværk.⁴²

Kunsthåndværkets egen brancheorganisation, Arts & Crafts Association Bornholm (ACAB) blev etableret i 2002 og repræsenterer det kuraterede kunsthåndværk på Bornholm.^{6,43} Det vil sige, at medlemmer optages efter bedømmelse (censur) af et eksternt bedømmelsesudvalg bestående af højt anerkendte fagpersoner. At holde vandtætte skodder mellem foreningen og bedømmelsesudvalget er valgt for at sikre, at medlemmerne kan føle sig som kollegaer, ikke konkurrenter. Fra 2024 ændres optagelsesproceduren lidt, så der åbnes op for direkte optag af kunsthåndværkere, der har færdiggjort bachelor eller kandidatgrad på en anerkendt kunsthåndværker-uddannelse, og opfylder øvrige krav til bopæl og kunsthåndværksmæssig aktivitet.

Alene det engelsksprogede navn vidner om ambitionerne om ikke bare at præsentere det bornholmske kunsthåndværk udenfor øen, men også udenfor Danmark. Foreningen tæller i 2023 71 medlemmer fordelt på fagområderne keramik, glas, tekstil, smykker samt træ, knive og andet. Der er et stærkt sammenhold i foreningen, der igennem over 20 år har skabt et væld af projekter og aktiviteter, der har øget såvel kvaliteten som synligheden og anerkendelsen af øens kunsthåndværk og kunsthåndværkere.



ACAB repræsenterer en stor forskellighed i materialer og udtryksformer, så vel som i arbejds-vilkår, inspiration, præsentation og marked.

ACAB ledes af en bestyrelse på 5 medlemmer og bistås af et sekretariat med en deltidsansat sekretariatsleder lønnet af medlemmerne samt det eksterne bedømmelsesudvalg. Der er tradition for, at medlemmerne bidrager i arbejdsgrupper, der står for at formulere, organisere og finde finansiering til de aktiviteter og projekter, som ønskes gennemført. ACAB's store synlighed og anerkendelse hviler i høj grad på det frivillige arbejde og den stærke organisering internt i foreningen.¹³

Lige fra starten har ACAB haft fokus på at udvikle medlemmernes kompetencer. Der har været formidlings- og netværksaktiviteter og kompetenceudvikling mht. brugen af hjemmesider og sociale medier, så vel som kurser i Photoshop, fotografering og udstillingsteknik, skrivekurser, økonomi og regnskab m.v. Der blev i mange år gennemført månedlige tema-aftener med eksterne oplægsholdere. Den professionelle hjemmeside, som var et af de første projekter, gav med ét slag en øget synlighed og førte bl.a. til invitation til deltagelse i internationale konferencer om kunsthåndværk.¹⁴

ACAB har kastet sig ud i en lang række omfattende og ambitiøse projekter, fx et fælles bogprojekt, "Med liv og sjæl", der krævede, at

medlemmerne lærte mere om at præsentere sin kunst og at skrive om den. Den efterfølgende unika-bogudstilling turnerede over hele Norden.

ACAB har igennem en årrække haft en "kunsthåndværkerambassadør" ansat for at øge såvel synlighed som omsætning af det bornholmske kunsthåndværk udenfor øen, bl.a. gennem afprøvning af samarbejder med udenlandske gallerier, museer og designbutikker. Projektet havde en lang række resultater, men bl.a. kan nævnes, at bornholmsk kunsthåndværk kom til salg hos MoMA (Museum of Modern Art) i New York og Tokyo, ligesom der har været særudstillinger i Flow Gallery og Collect, begge i London, og flere af ACAB's medlemmer er stadig repræsenteret her. Der har været en lang række fælles studieture så langt væk som til Kina og mangeårige samarbejdsprojekter mellem kunsthåndværkere på Færøerne, Gotland og Bornholm.

Kunsthåndværkerne i ACAB var også blandt de første til at tænke tværsektorielt og integrere de lokale fødevarereproducenter, når de skulle ud i verden med udstillinger eller foredrag. De inviterede lokale fødevarereproducenter med eller serverede de lokale kvalitetsfødevarer ved receptioner og ferniseringer. Måske var de tætte bånd til den Lokale Aktionsgruppe (LAG-Bornholm) også en inspirationskilde her – Regional madkultur var nemlig et andet af LAG-Bornholms fyrtårne.



Den større synlighed af det bornholmske kunsthåndværk og dets høje kvalitet, opkvalificeringen af medlemmerne og ikke mindst det stærke interne netværk er helt centrale elementer i ACAB's succes som sammenslutning. I en bog udgivet i anledning af ACAB's 10-års jubilæum fremhæves organiseringen af kunsthåndværkerne som en af grundene til, at foreningen har opnået mange tilskud fra offentlige og private fonde. Den stærke organisation har også været nødvendig for at sætte kunsthåndværket på dagsordenen som en del af øens turisme- og udviklingsstrategi og for at opbygge et stærkt netværk til andre kunsthåndværkere og kunsthåndværkerorganisationer i både ind- og udland.⁶

De mange store projekter var med til at udvikle samarbejde og netværk på kryds og tværs af kunsthåndværkerne. Kunsthåndværkerne blev kollegaer, ikke konkurrenter. Der er blevet brugt utallige timer på snakke, rundringning, summemøder, fællesmiddage og meget andet.¹⁴

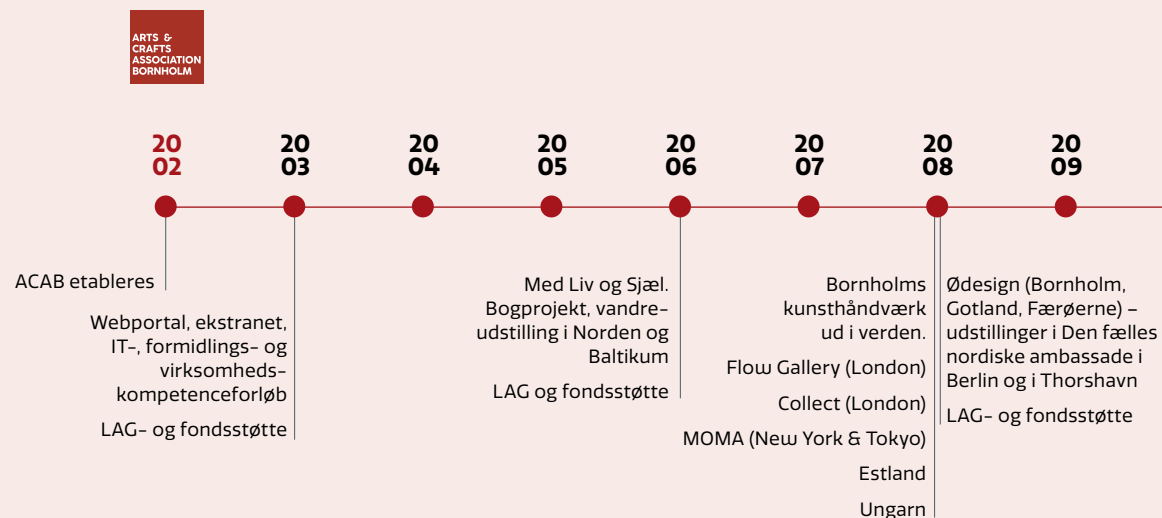
“Hvis ACAB ikke var blevet skabt på Bornholm, så ville der have været en helt anden udvikling for kunsthåndværk på Bornholm.”

– Timmi Kromann, repræsentant for ACAB i WCCE

LAG-Bornholm har lige fra starten bakket op om kunsthåndværket som et tema, der havde udviklingspotentiale for Bornholm. Kunsthåndværk har været et “fyrtårn”, dvs. et prioriteret indsatsområde i LAG-Bornholms udviklingsstrategier gennem stort set alle programperioder. Gennem LAG-Bornholm fik ACAB mulighed for at søge midler til en række forskellige projekter; midler, som ofte var den første “døråbner” til også at opnå matchende midler fra fx nationale eller internationale fonde. LAG-Bornholms kontinuerlige støtte har været uvurderlig for udviklingen af ACAB, uden hvilken Bornholms kunsthåndværk ikke ville have kunnet opnå den anerkendelse, det har fået i dag.^{14,15} ACAB har som forening kvitteret ved aktivt at bidrage til LAG’ens årsmøder, strategiudviklingsprocesser og altid stemme en kunsthåndværker ind i LAG-Bornholms bestyrelse. For at kunne dokumentere effekten af de modtagne midler indførte ACAB (anonymiserede) målinger af såvel omsætning som besøgstal blandt medlemmerne.

Bornholm har altså altid haft meget aktivitet indenfor kunsthåndværk, men først med dannelsen af ACAB i 2002 kom der en organisering af kunsthåndværket, der havde fokus på de kollektive løsninger.

Tidslinje

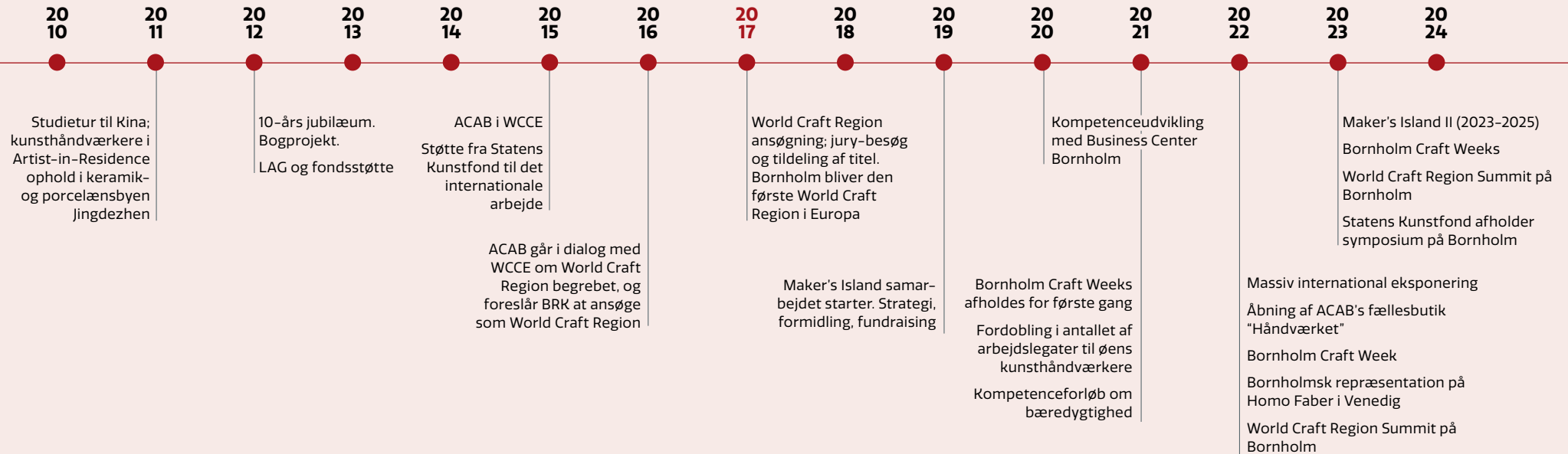


Udviklingen af Bornholm som kunsthåndværker-ø siden etableringen af ACAB



**MAKER'S
ISLAND**

**BORNHOLM
CRAFTWEEKS HÅND
VÆRKET**



3.2 • Opnåelsen af titlen som World Craft Region – kunsthåndværkets højeste anerkendelse

Som det første sted i Europa og den første ø i verden modtog Bornholm i efteråret 2017 den fornemme titel som World Craft Region. Dels på grund af det meget høje kvalitetsniveau blandt øens kunsthåndværkere og deres imponerende samarbejde og organisering indenfor ACAB, og dels den store tæthed og diversitet i udøvende kunsthåndværkere inden for mange forskellige materialer og metoder. Derudover lagde den internationale jury vægt på øens alsidige kultur- og uddannelsesinstitutioner, der spiller en rolle for kunsthåndværket og formidlingen heraf, bl.a. til turister.^{16,17}

Forud for titlen var der gået mange års forarbejde, både på indre og ydre linjer for at muliggøre dette. Den stærke organisering af kunsthåndværkerne igennem ACAB var en helt nødvendig forudsætning for, at de bornholmske kunsthåndværkere kunne repræsenteres som en samlet og handlekraftig enhed. Dernæst valgte ACAB, da de blev opfordret af den nationale sammenslutning Danske Kunsthåndværkere og Designere til at søge om optagelse i World Craft Council Europe (WCCE) som "regional repræsentant", at prioritere de nødvendige ressourcer til at styrke de internationale relationer og indgå i

samarbejdsprojekter, der promoverer kunsthåndværket. World Craft Council (WCC) er verdens største internationale organisation for kunsthåndværk.

Medlemmerne gav opbakning til at udarbejde ansøgninger og søge eksterne midler – og altså investere i projektet. ACAB opnåede i flere omgange støtte til de økonomiske udgifter fra Statens Kunstfond.

Gennem deltagelse i det internationale samarbejde i WCCE blev ACAB's repræsentant opmærksom på eksistensen af de såkaldte *World Craft Cities*, en udmærkelse, der kunne tilkendes byer, hvor kunsthåndværket stadig spiller en særlig vigtig rolle – både økonomisk, kulturelt og kunsthåndværksmæssigt. På dette tidspunkt eksisterede *World Craft Cities* udelukkende på andre kontinenter, typisk steder, der stadig holdt meget karakteristiske traditioner i hævd indenfor et enkelt materiale (porcelæn, træ, vævning eller lign.). I forbindelse med, at formandskabet for WCC på globalt plan skulle flytte til Europa for en årrække, ønskede den kommende formand, at titlen også kunne finde anvendelse til at styrke kunsthåndværket i en europæisk sammenhæng.

Det var i denne forbindelse, at ACAB's repræsentant identificerede relevansen for Bornholm af at komme i betragtning til sådan en udmærkelse, hvis titlen kunne fokusere på et afgrænset geografisk område – en region – snarere end en by. Gennem forslag og dialog med den europæiske og globale ledelse af WCC kom der opbakning til dette.

Formålet med WCC's World Craft City program var bl.a. at:

- fremhæve vigtigheden af kreative steder og styrke deres omdømme på globalt plan
- styrke det lokale potentiale for innovation og udvikling indenfor kreativ økonomi og oplevelsesturisme
- promovere udveksling af viden, erfaring og 'best practice' indenfor forskellige grene af kunsthåndværk på nationalt, regionalt og internationalt plan, og
- skabe nye muligheder for samarbejde og partnerskab mellem områder, der opnår status som WCC.

Med opbakning fra ACAB's medlemmer startede arbejdsgruppen for internationale samarbejder nu de mange formelle og uformelle initiativer, der skulle til for at Bornholm overhovedet kom i en position til at søge om bedømmelse. ACAB-repræsentanten var i tæ

dialog med WCCE-bestyrelsen og fik deres nik til, at titlen også kunne ansøges af et "samlet geografisk område" og opfordrede Bornholm til at søge om at blive optaget som World Craft Region i World Craft City-programmet.

Yderligere sikrede ACAB sig opbakning – og skriftlige interessetilkendegivelser – fra en række nøgleaktører på nationalt og lokalt plan: fra Danske Kunsthåndværkere og Designere, som er den største organisation for kunsthåndværk i Danmark, direktøren for Destination Bornholm, sekretariatslederen af LAG-Bornholm, direktøren for Business Center Bornholm (BCB) og institutlederen for Det Kongelige Akademi's Department of Product Design. Alle fremhævede, at det ville være interessant for Bornholm erhvervmæssigt, uddannelsesmæssigt og anerkendelsesmæssigt at opnå deltagelse i programmet.

Først med hele dette fodarbejde på plads var det på tide at involvere Bornholms Regionskommune (BRK). ACAB's repræsentant kontaktede borgmesteren og fremlagde forslaget og opfordringen til, at BRK søgte om at Bornholm skulle vurderes i forhold til at opnå status af World Craft Region. Da Bornholm ville blive den første ansøger til WCC-programmet i Europa, var det vanskeligt at henvise til eksempler på, hvad man kunne få ud af en sådan anerkendelse. ACAB fremhævede den potentielle effekt

af at være 'first mover', med de fordele og den anerkendelse, som det giver – noget Bornholm bl.a. har en meget positiv erfaring med indenfor regional madkultur og lokale fødevarer. Yderligere fremhævede ACAB sin forventning om, at en optagelse som World Craft Region ville betyde en international anerkendelse af Bornholms særlige styrkeposition, både med hensyn til kvalitet og mangfoldighed indenfor kunsthåndværk, hvilket ville kunne bruges som løftestang i forbindelse med større ansøgninger om støtte til fx virksomhedssamarbejder, produktudvikling, uddannelse eller kulturelle aktiviteter på øen i fremtiden – med fastholdelse og skabelse af arbejdspladser til følge.¹⁸

BRK tog godt imod opfordringen, og medarbejdere fra Vækstforum Bornholm udarbejdede i samarbejde med ACAB en ansøgning til WCC.⁹ Ansøgningen gik igennem første screenings-proces, og en delegation af 4 jury-medlemmer fra forskellige WCC-regioner kom på et tredages besøg i slutningen af august 2017. Eskorteret af såvel repræsentanter for BRK og Bornholms Vækstforum og ACAB, fik de hen over tre dage besøgt politiske og kulturelle institutioner, uddannelsesinstitutioner, en forskningsinstitution og en række udøvede kunsthåndværkere.



Smykke, Kari Juzu

Bornholm blev kort efter tildelt den fornemme titel som World Craft City/Region, den første af sin slags i Europa. Juryen fremhævede bl.a. det meget høje kunsthåndværksmæssige niveau på øen og det stærke samarbejde indenfor ACAB. De fremhævede uddannelsesinstitutionernes internationale niveau, den stærke tradition for kunsthåndværk og dens afsmitning på museer, arbejdende museer, og internationale biennaler.¹⁷ De fremhævede også vigtigheden af kommunens støtte, fx til institutioner som Bornholms Center for Kunsthåndværk, Bornholms Museum og Den Europæiske glas- og keramik biennale.

“The standard of excellence in craftsmanship across disciplines that the jury experienced is on par with the best internationally. Within the community the support network and levels of collaboration, (Arts & Crafts Association Bornholm, ACAB) are impressive and add significantly to the culture of Bornholm itself.”

– WCCE Crafts City Jury report

Fremadrettet anbefalede juryen følgende:

- at arbejde strategisk med at styrke væksten i de små, nye kunsthåndværkervirksomheder, inklusive etablering af et opstartsprogram til unge kunsthåndværkere
- at øge strategisk investering (over flere år) i at styrke den positive udvikling af de bornholmske kunsthåndværk-firmaer
- at øge fokus på at inddrage øens unikke styrkeposition indenfor kunsthåndværk i ungdomsuddannelser på øen
- at måle og evaluere den reelle økonomiske betydning af kunsthåndværkersektoren for Bornholms turisme.

Arbejdet med at forberede ansøgning og jurybesøg havde også i sig selv en effekt på det lokale syn på kunsthåndværkets betydning. En lokalpolitiker, som fra 2018 blev viceborgmester, sammenlignede Bornholms kunsthåndværkervirksomheder med Hollywood og argumenterede for et stort erhvervs- og stedsudviklingspotentiale i de kreative virksomheder, som det derfor er værd at investere i.³⁶ Da Bornholm i 2017 fik titlen som World Craft Region som det første sted i Europa, skete det altså som kulminationen på adskillige års tilløb og forberedelse.

Det ville ikke kunne være løst alene med en politisk beslutning og tildeling af tilstrækkelige ressourcer. Kunsthåndværkernes faglighed, deres netværk og ACAB's organisering var helt afgørende for, at Bornholm kunne ansøge om titlen. Kombinationen af professionelle og personlige netværk og styrkelse af relationer over tid er noget, der ikke kan købes for penge. Derfor er det vigtigt at det værdsættes. I dette tilfælde har det været kunsthåndværkere, ofte med egen lille virksomhed, der har prioriteret arbejdet for den kollektive indsats og den styrkede anerkendelse af Bornholm højt – også selv om det nogle gange kom oven i eller på tværs af den basale produktion til og drift af egen virksomhed.



Tekstil, Timmi Kromann

“The [World Craft Region] designation was very important for Bornholm. The application and selection process brought the community together. It helped to get buy-in from local and regional government, tourism, and the mayor. This has resulted in a deeper understanding of the role that craft plays in Bornholm’s culture and economy and has led to investment from the local council. This has helped to increase visibility of the Island through various marketing campaigns and exhibitions. The WCCE designation provided the impetus for the community of makers on Bornholm to come together, and they have excelled in maintaining the momentum for the ongoing recognition of craft.”

– Laura Miguel, generalsekretær, WCCE

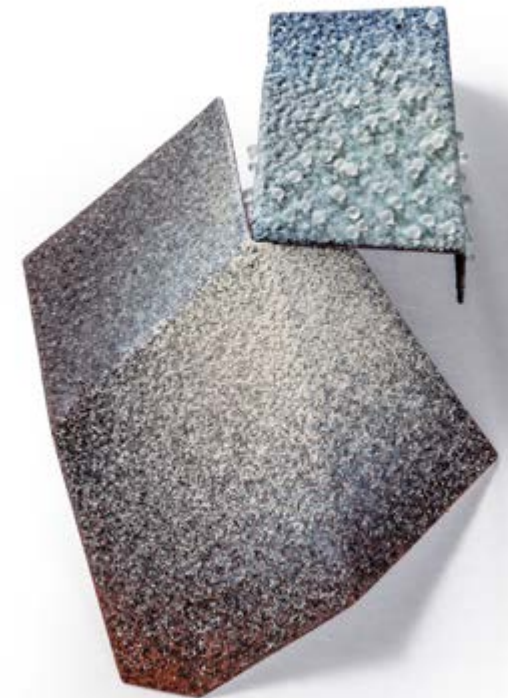
3.3 · Titel - og hvad så?

Bornholm modtog den fornemme titel som World Craft Region i eftersommeren 2017, som den første af sin slags i Europa og som den første ø i verden. Det blev fejret, og der var både national og international opmærksomhed på opnåelsen. For at forklare titlens betydning til bornholmerne, kaldte ACAB's repræsentant i WCCE den nye titel for *“kunsthåndværkets Michelin-stjerne”*; en sammenligning, der i hvert fald på Bornholm giver associationer til, hvordan international anerkendelse kan føre en masse erhvervs- og stedsudvikling med sig – muligheder, kunder, omtale, samarbejdspartnere, priser.

Da den første eufori over at have opnået den fornemme anerkendelse havde lagt sig, indtrådte der en ventetid. Alle aktører afventede at “nogen gjorde noget”, men hvem var den relevante “nogen”? ACAB var nøgleaktør mht.

at have taget de første initiativer, der førte til anerkendelsen, men titlen var givet til et geografisk område, hvorfor ACAB ikke følte, at dens repræsentanter besad den nødvendige autoritet til at agere på vegne af “Bornholm”. Desuden var det uklart for aktørerne, hvad det krævede, for at man kunne gøre brug af titlen.

Efter et halvt år var der stadig ikke sket noget. Sammen med ACAB og Destination Bornholm søgte Center for Regional- og Turismedforskning en lokal pulje til turismeudvikling for at kunne gennemføre en behovsundersøgelse blandt kunsthåndværkere og turismeaktører (inklusive kulturinstitutioner) om deres viden om og ønsker til anvendelsen af World Craft Region-titlen som 'løftestang' for udvikling af erhverv og kulturinstitutioner. Resultatet blev en analyse af situationen på fire niveauer: kunsthåndværkervirksomhederne; turismeaktører og kulturinstitutioner på Bornholm; et ø-niveau, der inkluderede BRK som titelinde-



Smykke, Kaori Juzu

haver; og endelig et nationalt og internationalt niveau. Den beskrev det bornholmske kunsthåndværk som en klynge eller et økosystem, hvor kunsthåndværkervirksomhedernes iværksætter i høj grad er livsstilsmotiveret, men hvor klyngens udvikling ikke desto mindre kan indebære både erhvervsudvikling, bosætning og fremvækst af nye virksomheder og aktører med eller i samspil med kunsthåndværket, som fx turismebranchen.¹⁶ Den beskrev kunsthåndværket som et praksisfællesskab, der er forbundet til andre lokale praksisfællesskaber som den bornholmske turistsektor, men som også har meget stærke (translokale) forbindelser til andre kunsthåndværkpraksisfællesskaber rundt omkring i verden.

Analysen viste, at Bornholms kunsthåndværk kunne ses som potentiel vækstmotor:

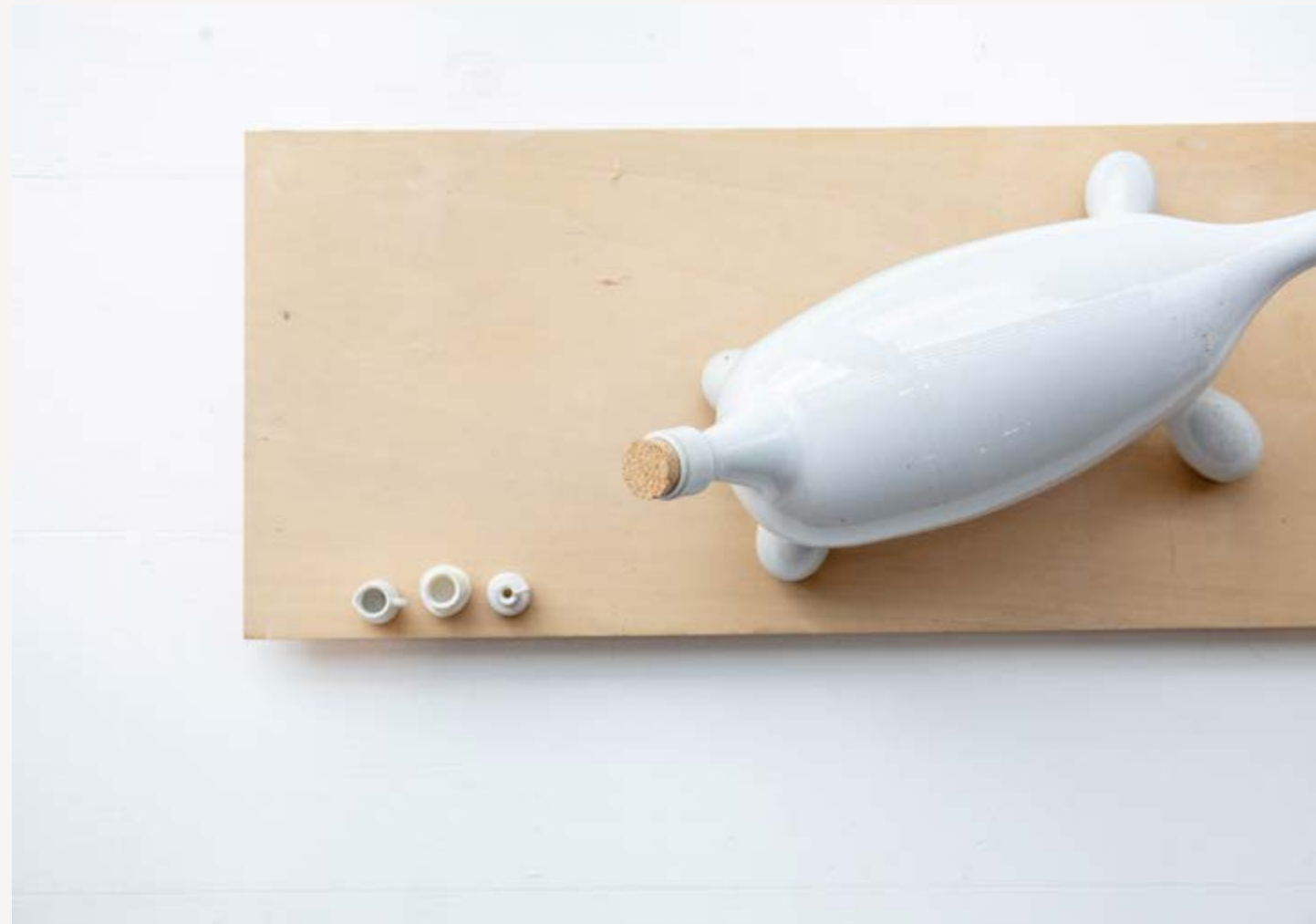
“Kunsthåndværket er allerede et vigtigt element i at gøre Bornholm til en eksotisk og attraktiv destination at besøge, men der er store uudnyttede potentialer for hele øens udvikling i denne styrkeposition”

– Broegaard & Andersen 2018, reference 16, side 9

Den identificerede særligt et uudnyttet potentiale i forhold til turismeaktørerne, som viste sig at have en overraskende ringe viden om de lokale kunsthåndværkere.

Analysen vurderede, at World Craft Region titlen kunne blive til gavn for hele Bornholm gennem på den ene side en styrkelse af kunsthåndværkerne, inklusive deres kompetencer, og på den anden side en øget synliggørelse af

kunsthåndværket i relation til turismen. Den formulerede en række konkrete anbefalinger, struktureret under fire hovedtemaer: Koordination, kommunikation, kompetenceudvikling og kommercialisering.



Keramik, Alexandru Murar

3.4 • Titlen til gavn for hele øen: Anbefalinger

Den vigtigste anbefaling var rettet mod BRK som modtager af den geografisk orienterede titel om at afsætte ressourcer til at sikre en styrkelse af **koordinationen** mellem de mange og meget forskellige aktører, der var identificeret i "kunsthåndværkøkosystemet", for derigennem at øge samarbejdet og kunne indfri nogle af de potentialer, som Bornholms styrkeposition indenfor kunsthåndværk repræsenterer – og som blev styrket af opnåelsen af den fornemme titel. Rapporten pointerede behovet for en centralt placeret ressourceperson med kendskab til såvel feltet som praksisfællesskaberne på tværs af sektorer til at bistå brobygning, øget gensidigt kendskab, øget samarbejde og formidling – og at denne person skulle referere til en styregruppe med repræsentanter for alle de relevante aktører.

En øget **kommunikation** omkring kunsthåndværk og om World Craft Region titlen blev anbefalet, både internt (mellem kunsthåndværkere), mellem aktørerne på øen, og i forhold til omverdenen (nationalt og internationalt). Øget kendskab hos turismeaktørerne til kunsthåndværket (og titlen), og øget samarbejde mellem ACAB og Destination Bornholm om formidling af kunsthåndværket blev anbefalet som et

særligt fokusområde, fordi der her var identificeret særligt lavthængende frugter eller synergimuligheder.

Dele af denne anbefaling var i gang med at blive realiseret inden rapporten blev færdig. Selve processen med at indsamle information til analysen, der bl.a. indebærer en række møder mellem Destination Bornholm og ACAB, blev nemlig i sig selv et startskud til, at de to organisationer fandt ting, der ville gavne dem begge at gennemføre, som fx at udarbejde mere uddybende formidlingsmateriale om øens kunsthåndværk og kunsthåndværkere. Destination Bornholm satte sig i førersædet og gik i gang med at skabe dette, allerede inden Maker's Island var etableret. ACAB's bestyrelse og medlemmer bakkede op og leverede materiale til Destination Bornholm, kom med input og deltog i kurser, som Destination Bornholm målrettede kunsthåndværkerne, fx i brug af Destinationens eventkalender.

Andre dele af anbefalingen vedr. kommunikation vedrørte udviklingen af en fælles kort og klar definition af, hvad World Craft Region titlen betød og skulle indebære. Dette ville skabe en fælles forståelse af titlen, både blandt aktørerne i kunsthåndværkøkosystemet og i kommunikationen om World Craft Region titlen til øens befolkning, gæster, journalister, m.v. Kommunikationsstrategi, visuel identitet,

hjemmeside og fokus på aktørernes gensidige styrkelse af hinandens synlighed og omtale var andre anbefalinger, ligesom vigtigheden af ressourcepersonens prioritering af den interne kommunikation mellem aktører i kunsthåndværkøkosystemet blev understreget. Undersøgelsen viste, at der var mange "lavthængende frugter" i forhold til nye aktiviteter, samarbejder eller synergier, der ikke var høstet endnu grundet manglende kendskab eller kommunikation partnerne imellem. Et styrket fokus på den interne kommunikation var en oplagt anbefaling.

Faglig og virksomhedsmæssig **kompetenceudvikling** var et stærkt ønske fra kunsthåndværkerne i de mindre virksomheder. Særligt virksomhedsdriftsmæssige kompetencer og brug af sociale medier til markedsføring og udarbejdelse af skriftlige ansøgninger til fonde eller puljer blev efterspurgt og var samtidig områder, hvor kunsthåndværkernes selvevaluerede kompetencer var ret lave. Analysen viste yderligere, at hvor de store, veletablerede virksomheder og nogle af de dedikerede kunsthåndværkere med vækstpotentiale havde oplevet gode input fra erhvervsfremmesystemet, var dette ikke det generelle billede fra resten af kunsthåndværkerne. De udtrykte tydeligt et behov for specialiseret virksomhedsvejledning af fagpersoner, der forstår kunsthåndværkervirksomheder og kan tage

udgangspunkt i kunsthåndværkeres situation og "tale samme sprog" dem. Erhvervsfremmesystemet viste stor villighed til at arbejde med kunsthåndværkervirksomhederne og udtrykte stor lydhørhed overfor kunsthåndværkerens ønsker, også for at kunne spille en vigtig strategisk rolle for en yderligere styrkelse af Bornholms kunsthåndværk.

Et af målene med ACAB's arbejde med internationalisering og den prestigefulde titel var, at kunsthåndværkerne i højere grad skulle kunne leve af at være kunsthåndværkere, dvs. øge indtjeningen. Analysen identificerede oplagte muligheder for at styrke **kommercialiseringen** gennem øget markedsføring, product placement og samarbejder med fx restauranter og hoteller og andre turisme- og fødevarer virksomheder samt strategisk udstillingsvirksomhed udenfor Bornholm.

Endelig anbefalede analysen i tråd med juryudtalelsen fra WCC at der blev udarbejdet indikatorer til vurdering af udviklingen skabt af den fremtidige indsats samt en vurdering af kunsthåndværkets samfundsøkonomiske betydning.

Analysen blev udgivet godt et år efter, at Bornholm havde modtaget titlen som World Craft Region. Anbefalingerne blev modtaget med stor interesse af de forskellige aktører (kommune, erhvervsfremmesystem, destinationsudviklingsselskab, kunsthåndværkere og kultur- og uddannelsesinstitutioner). ACAB bad efterfølgende om et møde med borgmesteren og fremlagde deres forslag til samarbejde og strategi. Kort tid herefter blev der afholdt et fællesmøde for alle aktører i "kunsthåndværkøkosystemet" på Bornholms Kunstmuseum, ligesom den daværende viceborgmester gik aktivt ind i at sikre, at titlen fik en opfølgning. I november 2018 var der formuleret et udkast til et kommissorium for styregruppen for World Craft Region Bornholm,¹⁹ som senere blev omdøbt til Maker's Island.

Tiden mellem opnåelsen af World Craft Region titlen (august 2017) og etableringen af Maker's Island sekretariatet (ultimo 2018 med ikrafttrædelse primo 2019) viser altså, at opnåelsen af en titel i sig selv ikke skaber en forskel. Titlen blev en katalysator for, at en bredere kreds af aktører satte sig sammen og formulerede en fælles dagsorden om at styrke samarbejdet om kunsthåndværket og de positive afledte effekter, det skaber for øen – uanset om det er uddannelse, turismeomsætning, branding eller bosætning.

“World Craft Region-titlen var helt central for at åbne Bornholms øjne for betydningen af kunsthåndværket. At det ikke er ‘hjemlige sysler’, men noget højt professionelt, på internationalt niveau.”

– Lene Havtorn Larsen, centerleder, Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård



Tekstil, Iben Birch Bech

4 • Maker's Island indsatsen på Bornholm

Maker's Island indsatsen og sekretariatet er blevet en central kobling mellem **erhvervsudvikling** og **stedsudvikling**. Med erhvervsudvikling forstår vi aktiviteter, der fokuserer på at skabe jobs, virksomheder, omsætning samt kompetencer og evt. rammebetingelser. Med stedsudvikling forstår vi aktiviteter, der styrker og fremhæver særlige kvaliteter ved et sted. Det kan fx være udstillinger eller events, der er en anledning for lokale til at samles, men som også kan tiltrække gæster udefra og samtidig sætte stedet på 'landkortet' som noget særligt. Det kan være aktiviteter, der styrker foreningslivet eller styrker kendskabet til foreninger, institutioner, virksomheder og andre aktører imellem. Det kan være omtale og stedsfortællinger, der både indadtil og udadtil fremhæver særlige stedskvaliteter, som derfor påskønnes mere. Når bornholmske aktørers kontinuerlige, samarbejdsbase-rede erhvervs- og stedsudviklingsindsatser indenfor brancher, der har store stedbundne potentialer – som kunsthåndværk og regionale fødevarer ude i verden omtales som "Den bornholmske model"^{33, 34} – er det også noget, der bemærkes lokalt som en tilbagemelding på, at tilgangen skaber bemærkelsesværdige resultater.

I den bornholmske case har erhvervsudviklingen været det primære fokus for ACAB, BRK, BCB, Destination Bornholm og Det Kongelige Akademi på Bornholm. Kunsthåndværk er fx skrevet ind i handleplaner for BCB som en strategisk indsats.

Destination Bornholm, der tager udviklingsdelen af sit arbejde som destinationsudviklings-selskab meget alvorligt, har været en nøgleaktør i fremhævelsen af stedsudviklingsvinklen sammen med ACAB og med kulturinstitutioner som Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård, Bornholms Museum, Bornholms Kunstmuseum og en række andre aktører. Det er også noget, der gribes af lokale foreninger, som fx i Hasle, hvor Bornholms kunsthåndværks internationale styrkeposition og det faktum, at Hasle huser Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård, nu er skrevet ind i byens udviklingsstrategi. BRK er i løbet af de seneste 5 år begyndt at se kunsthåndværk som et styrkeområde i forhold til fx attraktivitet og tilflytning. Det er også noget, BRK trækker på i arbejdet med innovation i folkeskolen og (fremadrettet) måske indenfor velfærdsopgaver.

Maker's Island indsatsen har etableret en styregruppe og et velfungerende sekretariat, der sikrer koordinering mellem en bred kreds af aktører indenfor "kunsthåndværkøkosystemet", så vel som med aktører, der kan bidrage til dets videre udvikling. Indsatsen løber aktuelt på sin anden bevilling. Første treårige periode fra 2020–2022 havde et budget på 2,2 millioner kroner fra BRK. Anden treårige periode (2023–2025) har fået 1,8 millioner kroner i grundbevilling fra BRK, hvortil der

skal findes forskellig medfinansiering. I første indsatsperiode har Maker's Island opnået eksternt finansiering på i alt 1,4 millioner kroner. De eksterne midler er givet fra fonde som Statens Kunstfond, Øernes Kunstfond, Indenrigs- og Boligministeriets Landdistriktspulje, LAG-Bornholm og Sparekassen Bornholms Fond. Den eksterne 'gearing' af basisbevillingen har været essentiel for realiseringen af flere af aktiviteterne i initiativet.

“Fra begyndelsen har der været en forståelse af, at titlen kunne gavne alle i deres respektive arbejde... men også at det ikke var nok bare at få titlen. Der skulle gøres et stykke arbejde for at udnytte dens potentiale, og det kunne kun gøres i fællesskab”.

– Timmi Kromann, ACAB's repræsentant i WCCE

Styregruppen formulerede en strategi for Maker's Island Bornholm (2020–2022), hvori en fælles vision og fælles målsætninger formuleres på tværs af de mange aktører repræsenteret i styregruppen. Den overordnede målsætning var at *“sikre kvaliteten og mangfoldigheden i det kunsthåndværksmæssige arbejde [...] gennem uddannelse, efteruddannelse og erfaringsudveksling”*.²⁰ Styregruppen formulerede også følgende målsætninger med tilhørende midler og målepunkter/succeskriterier:

Mål	Middel	Måling
1 Forstærke samarbejde, koordinering og synergi i økosystemet omkring kunsthåndværk	Koordineret erhvervsfremme, der skaber maksimal værdi for Bornholm	Stigning i omsætning pr år (2017 vs. 2022), 17% pr. år
2 Skabe opmærksomhed om og markedsføre det bornholmske kunsthåndværk regionalt, nationalt og internationalt	Kommunikation og formidling af Bornholms kunsthåndværk. Kunsthåndværkeroplevelser i verdensklasse	Øget søgning af studerende til Det Kongelige Akademi på Bornholm; 20% stigning i perioden 2017–2022
3 Løfte kunsthåndværkernes kompetencer, styrke uddannelsesmuligheder og overlevering af viden og færdigheder	Kompetenceudvikling og rammer der gør, at kunsthåndværkervirksomheder startes og drives bedst på Bornholm	Flere nystartede kunsthåndværkervirksomheder, 2020 vs. 2022
4 Udvikle redskaber og aktiviteter, der gør det muligt for sektoren at optimere sig kommercielt	Kommercialisering og aktiviteter som understøtter en kommerciel udvikling i de enkelte virksomheder	Kunsthåndværk som turismemagnet. Stigning i forventede kunsthåndværker oplevelser hos turister gennem øget markedsføring (2020 vs. 2022)

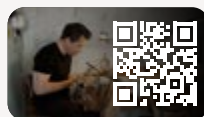
Der er blevet lavet en del undersøgelser og evalueringer undervejs i Maker's Island initiativet:

- en behovsundersøgelse blandt kunsthåndværkere og turismeaktører om ønsker til anvendelsen af World Craft Region titlen som et aktiv forud for etableringen af Maker's Island initiativet (2018)¹⁶
- en evaluering af det første kompetenceudviklingsforløb med fokus på kunsthåndværkervirksomheder (2020),²¹
- en midtvejsevaluering af Maker's Island initiativet gennemført i slutningen af 2021,⁷
- en slutevaluering af Maker's Island initiativet ultimo 2022⁸ med en særskilt rapport om eventen Bornholm Craft Weeks.²²

Yderligere er der skrevet en række bøger og bogkapitler om organiseringen og styrkelsen af Bornholms kunsthåndværk helt tilbage fra ACAB's 10-års jubilæum i 2012,^{6,13} og frem.²³ Alle disse rapporter og en lang række interviews ligger til grund for nærværende analyse.

Kunsthåndværk er et meget æstetisk erhverv, og visuel formidling er derfor oplagt. Der er blevet lavet en række korte videoer, der formidler det bornholmske kunsthåndværk til forskellige modtagere og med forskelligt fokus, fra Det Kongelige Akademi's professionsbacheloruddannelse i glas og keramik til øens naturgivne råvarer til portrætter af kunsthåndværkere eller øens mange kunsthåndværkoplevelser.

Links til videoer:



Maker's Island Bornholm
Brandvideo, lang version
[beyk.one/mibv](https://www.beyk.one/mibv)



Royal Danish Academy
Film om professionsbacheloruddannelsen i glas og keramik
[beyk.one/mibp](https://www.beyk.one/mibp)



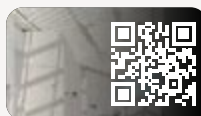
Maker's Island Brand Movie
Brandvideo, kort version
[beyk.one/mibk](https://www.beyk.one/mibk)



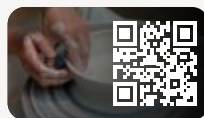
Maker's Island YouTube
Maker's Island Bornholms
YouTubekanal
[beyk.one/miyt](https://www.beyk.one/miyt)



Discover Maker's Island Bornholm
Historien om modtagelsen af
World Craft Region-titlen
[beyk.one/midm](https://www.beyk.one/midm)



Craft Weeks: Bornholm Craft Weeks 2022
[beyk.one/micw](https://www.beyk.one/micw)



**Det Kongelige Akademi
Crafts in Glass and Ceramics**
Programside
[beyk.one/mips](https://www.beyk.one/mips)

Andre visuelle formidlingskanaler:



Instagram
@makers_island_bornholm
[beyk.one/miig](https://www.beyk.one/miig)



Facebook
[beyk.one/mifb](https://www.beyk.one/mifb)



Destination Bornholm,
Temaside om kunsthåndværk
[beyk.one/midb](https://www.beyk.one/midb)



Maker's Island magasin
[beyk.one/mima](https://www.beyk.one/mima)



4.1 • Koordination: Kommunens etablering af fælles sekretariat

I en nyligt gennemført evaluering af Maker's Island indsatsens første fase fremhævede samtlige interviewede aktører koordineringen og det øgede samarbejde som den første og vigtigste ting, indsatsen har ændret. Opnåelsen af den internationale anerkendelse, som ligger i World Craft Region titlen, præciseres som katalysator for, at Maker's Island indsatsen kom i stand: At vigtige aktører fra alle dele af det bornholmske kunsthåndværkøkosystem satte sig sammen med det formål at løfte kunsthåndværket og ikke bare fastholde titlen, men også anvende den til at sikre værdiskabende aktiviteter for hele Bornholm. Det momentum, som koordineringen og samarbejdet, ikke mindst qua styregruppen og sekretariatet har skabt, står i slående kontrast til det stille, afventende første år efter opnåelsen af titlen.

“Titlen blev en trædesten til et sekretariat for kunsthåndværk og samarbejde og anerkendelse i Bornholms Regionskommune”

– Interview, etableret kunsthåndværker

Etablering af en styregruppe med viceborgmesteren som formand og en ACAB-repræsentant i WCCE som næstformand samt deltagelse af en bred kreds af engagerede aktører og etableringen af et sekretariat som "rygrad" i indsatsen har været helt afgørende for at opnå denne øgede kommunikation, kendskab, tryghed og samarbejde. En af de tidligste aktiviteter var formuleringen af kommissoriet for World Craft Region styregruppen (senere kaldt Maker's Island styregruppen), som skete hen over efteråret 2018 med politisk vedtagelse i januar 2019.¹⁹ Indsatsen hører nu hjemme under Center for Regional Udvikling i BRK.

At skabe et så markant løft i aktivitet og samarbejde på tværs af en bred gruppe aktører er ingen enkel opgave. Der er virkelig tale om en kollektiv indsats. Derfor er det heller ikke underligt, at der er en række elementer, som må fremhæves som værende grundlæggende for at have opnået den velsmurte koordinering. De vigtigste 4 er:

1 Regionskommunens villighed til at sætte sig for bordenden samtidig med, at kunsthåndværkerne blev sikret indflydelse på og medejerskab til udviklingen gennem næstformandskabet i styregruppen. Regionskommunens tydelige engagement i opgaven var afgørende for at også andre 'tunge aktører' indenfor erhvervsfremme, kultur og uddannelse også involverede sig. Formuleringen af et kommissorium og senere en strategi med klare, fælles målsætninger og fælles målepunkter og -metoder sikrede, at der fra starten var en fælles agenda og konkrete mål.

2 Styregruppemedlemmernes store engagement og villighed til at tilbyde egne og baglandets kompetencer og kontakter samt den tillid og det nære, personlige kendskab, der er udviklet mellem medlemmerne af den nuværende styregruppe. Dette muliggør gensidig hjælp og støtte og udvikling af initiativer på kryds og tværs i 'kunsthåndværkøkosystemet'.

3 Etablering af et sekretariat for Maker's Island initiativet, der har været "rygraden" for koordineringen og opfølgningen på initiativer, der besluttet af styregruppen samt projektformulering, fundraising, udarbejdelse af formidlingsmateriale (ofte i samarbejde med arbejdsgrupper og professionel assistance) og aktivitet på sociale medier. Det at have en central person, der holder tømmerne, samler initiativerne og sikrer, at der ikke sker en udvanding i kvalitet eller fokus, har været uvurderligt. Sekretariatslederen har været eminent til at skabe netværk, række ud og inkludere alle – hvilket ikke mindst er vigtigt, når der har været udskiftninger af personer i styregruppen.

“Styregruppens medlemmer er sluppet for at skulle ind i et 'projekthelvede' hvor alle kræfterne går til at søge midler til at muliggøre de aktiviteter, man egentlig ville igangsætte”.

– Styregruppemedlem, Maker's Island

4 ACAB's eksistens som velfungerende og visionær organisation har været en helt afgørende forudsætning, både for opnåelsen af titlen og for den store effekt, som Maker's Island initiativet har. Direktøren for Destination Bornholm fremhæver fx at kunsthåndværkernes høje organiseringsgrad har været afgørende for det velfungerende samarbejde, der er udviklet, og har muliggjort at destinationsselskabet – med begrænsede midler – har kunnet løfte og synliggøre denne lokale styrkeposition.

A man with tattoos, wearing a black long-sleeved shirt, is standing and presenting to an audience. He is holding a small black object in his right hand. The audience consists of several people, mostly women, seen from behind. In the background, a large screen displays the text "LESS, BUT BETTER." in a light blue, sans-serif font. The room has a modern, minimalist aesthetic with a wooden wall panel and a window.



ACAB-medlemmer indgår også i en lang række projekter og arbejdsgrupper, hvilket er afgørende for at sikre en nær forankring af Maker's Island udviklingen i kunsthåndværker-erhvervet. Dette gør også, at udviklingen sker "i øjenhøjde", og at kunsthåndværkenes værd bliver anerkendt af andre, typisk økonomisk og politisk "tungere" aktører i styregruppen. Ligeværdigheden i samarbejdet mellem aktører af meget forskellig beskaffenhed er noget, der er skabt efter opnåelsen af World Craft Region titlen og formuleringen af Maker's Island indsatsen.⁸ Internationale observatører interviewet i forbindelse med slutevalueringen af Maker's Island indsatsens første periode fremhæver også dette brede samarbejde i øjenhøjde som noget særligt og noget, der er helt centralt for det store kollektive løft i aktivitet, synlighed og synergi, der er skabt omkring Bornholms kunsthåndværk igennem de seneste tre år.

Koordineringen har ført til et væsentligt styrket samarbejde i "kunsthåndværkerøkosystemet", som altså tæller kunsthåndværkere og kunsthåndværkersammenslutning, institutioner som kommune, destinationsselskab, museer og kulturforeninger, højere uddannelsesinstitutioner og erhvervsfremmeaktører. Nogle aktører

i styregruppen beskriver samarbejdet som et "fintmasket net", hvor forbindelserne mellem aktørerne er blevet meget tættere siden opnåelsen af World Craft Region titlen og samarbejdet om at benytte den. Andre beskriver det som en "familie". Det øgede kendskab til hinanden og det fælles arbejde i styregruppen har også ført til videndeling, så muligheder ses, videregives, skabes og opfølges. Der er en lang række af konkrete samarbejder, der er skabt indenfor de seneste 3 år på trods af, at alle de væsentlige aktører i økosystemet allerede var til stede på øen igennem årtier.⁸ Bl.a. fremhæves Det Kongelige Akademi på Bornholm for at have åbnet meget mere op til det lokale kunsthåndværkermiljø. Dette betyder bl.a., at de studerende bliver bedre integreret i det lokale kunsthåndværkermiljø, hvilket påvirker deres uddannelse positivt, ligesom ny viden, netværk og inspiration deles lokalt.

Det udbyggede samarbejde fører til, at der er en høj grad af videndeling, så muligheder videregives, ses og opfølges, både mellem forskellige aktører i "kunsthåndværkerøkosystemet" (fx med kompetencer indenfor formidling, marketing, virksomhedsudvikling eller fundraising) og mellem forskellige kunsthåndværkere (studerende, nyetablerede, ældre).

“Der er mange forskellige behov: en stor styregruppe, hvor partnerne har hver sine behov, og mere end 70 kunsthåndværkere med forskellige behov. Men rammerne er OK: Der er tæt kontakt og tæt dialog. Den gode dialog er både vigtig og tidskrævende. Det er den der gør, at vi hele tiden, trods alt, ’rammer’ noget, der opfylder behov; at det ikke bliver noget, der opleves som presset ned over folk udefra”.

– Dorthe Møller Paulsen, sekretariatsleder, Maker’s Island

Set fra kunsthåndværkernes perspektiv kan ting lade sig gøre, som man ikke tidligere havde kunnet eller havde turdet gøre eller foreslå. Det øgede gensidige kendskab er en del af forklaringen; men en øget selvtillid hos kunsthåndværkerne selv, grundet den internationale anerkendelse og de efterhånden mange succesfulde projekter, de kollektivt har bag sig, er også en faktor i dette.

Kunsthåndværkerne udtrykker, at de føler en øget stolthed ved at være kunsthåndværkere og at de i endnu højere grad end tidligere oplever sig som værende en del af noget større – dels det bornholmske kollegiale fællesskab kunsthåndværkerne imellem, men også det brede samarbejde lokalt, og ikke mindst det øgede internationale samarbejde med andre kunsthåndværkere og -organisationer, fonde, m.v.

Endelig fremhæver flere kunsthåndværkere, at eksistensen af Maker’s Island sekretariatet og det bredere og stærkere samarbejde har muliggjort, at kunsthåndværkerne selv kan

koncentrere sig mere om deres fag og have mere tid på deres værksteder end tidligere, hvor de også selv skulle stå for formidling, kompetenceudvikling osv.

Målet om at forstærke samarbejde, koordinering og synergi i økosystemet omkring kunsthåndværk er opnået, og målepunktet vedrørende en meget ambitiøs stigning i omsætning i kunsthåndværkernes virksomheder er også opfyldt. Evalueringerne anvender forskellige metoder og operationaliseringer i målingerne men når frem til store stigninger, både i omsætning og i erhvervsindkomst.⁸ På basis af et specialudtræk fra Danmarks Statistiks Registerbaserede Arbejdsstyrkestatistik, er erhvervsindkomsten pr. person beskæftiget indenfor kunsthåndværkerhvervene på Bornholm steget 26% i perioden 2017-2020, mens tallet for beskæftigede indenfor kunsthåndværk i resten af Danmark er 1,4%.

Antallet af beskæftigede indenfor kunsthåndværk på Bornholm er også steget væsentligt i

perioden – med 28 personer svarende til 31,5% for den treårige periode. For resten af Danmark har der i perioden været et moderat fald i antal beskæftigede indenfor kunsthåndværk på 4% over den treårige periode. Yderligere er det en bemærkelsesværdig udvikling når man tager i betragtning, at udviklingen i antal beskæftigede i alle andre erhverv på Bornholm i samme periode har været (moderat) negativ, nemlig med et tab på 415 beskæftigede svarende til et fald på 2,5% over samme treårige periode.

Man overser dog en stor beskæftigelsesmæssig effekt af kunsthåndværket hvis man alene ser på, hvor mange der er beskæftiget indenfor kunsthåndværk. I 2020 var der i alt 118 personer på Bornholm, der havde deres hovedbeskæftigelse indenfor kunsthåndværk.⁸ Den bedste vurdering vi kender af kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning for turismen indikerer, at yderligere 90 jobs – i turismebranchen – kan henføres til turismeforbrug fra turister, der kommer pga. øens kunsthåndværk og kulturelle tilbud.⁸

Dette er en udvikling, der er værd at bide mærke i, særligt i et landområde som Bornholm, hvor jobskabelsen er afgørende for tilflytning. Beskæftigelse og tilflytning er nøgleomdrejningspunkter, hvor erhvervsudvikling og stedsudvikling skabt af Maker’s Island initiativet har gået hånd i hånd.

4.2 • Kommunikation

Maker's Island strategien indeholdt også et overordnet mål om at skabe øget opmærksomhed og synlighed omkring bornholmsk kunsthåndværk. Det har været et kontinuerligt fokuspunkt for sekretariatet og styregruppen med nedsatte arbejdsgrupper og prioritering af midler til professionel hjælp til fx visuel identitet, billeder og videoer af professionel kvalitet, m.v.

Den øgede synlighed reflekteres mange steder: i kunsthåndværkernes egen oplevelse af omtale og synlighed; i udviklingen af antal ansøgere til Det Kongelige Akademi's glas- og keramikuddannelse; i turisternes kendskab til og forventning til kunsthåndværkoplevelser på Bornholm; i national og international omtale og mediedækning af Bornholms kunsthåndværk; og gennem invitationerne til nye samarbejder og eventdeltagelse på nationalt og internationalt plan.

Maker's Island styregruppen startede med – efter at have formuleret strategien for arbejdet – at hyre professionel hjælp til at udvikle en visuel identitet for Maker's Island. Sekretariatsleder og arbejdsgrupper fra styregruppen har arbejdet intenst med udvikling af digital formidling, fx med etablering af hjemmeside for Maker's Island (makersisland.bornholm.dk),

Instagram profil og Facebook profil. Formidlingsindsatsen har også inkluderet produktion af materiale til via sociale medier at gøre opmærksom på World Craft Region titlen (særligt gennem en kort video, der fortæller om denne udmærkelse) og på de bornholmske kunsthåndværkere og events i regi af Maker's Island. I 2021 og 2022 udkom også et Maker's Island magasin med tema-artikler, annoncer og billeder af øens kunsthåndværk (se links på side 29).

Kommunikation og formidling er noget, der har været afsat midler til fra basisbevillingen, og der er skaffet eksterne midler til at kunne styrke dette.

Arbejdet med etablering og opdatering af digitale platforme, planlægning, indsamling og produktion af tekster og materialer samt udvikling, planlægning og koordinering af events er bare ét eksempel på, hvor meget mere, der kan løftes og opnås, når sektoren omkring kunsthåndværk arbejder sammen.

Ud ad til, til turister og gæster, har **Destination Bornholm** været helt afgørende i at udbrede kendskabet til Bornholm som en kunsthåndværkdestination. Journalister får det serveret på tematiske presseture. Destination Bornholm selv laver indhold til sine sider og sørger for godt billedmateriale og kommer langt ud med sin markedsføring. Der har været en eksplosiv vækst i omtale af Bornholms kunst-

håndværk, fx i 'feature' artikler i nationale og udenlandske aviser & blade mv., som vurderes at komme ud til over 50 gange flere læsere i 2022 end i 2019.⁸

Der har igennem Maker's Island indsatsen også været arbejdet med synlighed af World Craft Region titlen på mange helt enkle måder, fra trykning af klistermærker og skilte til artikler og annoncer i turistbrochurer, presseture, og fotostudier med værkstedsportrætter, m.v. Bornholms lokale medier fremhæves for at have taget godt imod fortællingen om Bornholms kunsthåndværk og for deres formidling af de mange events og aktiviteter. Disse forskellige tiltag fremhæves som værende vigtige, særligt for at minde lokale bornholmere (og ikke mindst de kommunale politikere) om den helt unikke status, øens kunsthåndværk har.

Bornholm Craft Weeks er en event, der er skabt igennem Maker's Island initiativet og med Destination Bornholm som en særligt vigtig partner, hvor det bornholmske kunsthåndværk vises frem – også på nye måder – i en intensiv eventperiode på 10 dage. Den er placeret i skuldersonen, altså på et tidspunkt, hvor det er attraktivt for turisterhvervet at tiltrække flere besøgende. Den er blevet en anledning til massiv formidling af Bornholms kunsthåndværk og Bornholm som kunsthåndværk-destination, både overfor bornholmere, gæster og særligt

kunsthåndværk-interesserede. Bornholm Craft Weeks fremhæves i mange interviews som en event, der har formålet at synliggøre, at Bornholm har niveauet og mangfoldigheden til at gøre sig fortjent til den internationale anerkendelse, der ligger i World Craft Region titlen, bl.a. gennem samlingen af mange aktiviteter, der allerede foregik på øen, i ét katalog.²² En event som denne er helt afhængig af, at der er et sekretariat til at koordinere, søge fonde, samle op og række ud til flere.

Den lokale formidling af kunsthåndværkets betydning på øen og den øgede synlighed, som kunsthåndværket har opnået gennem Maker's Island, har været vigtig for den politiske (og økonomiske) opbakning til sektoren, som bl.a. har udmøntet sig i en 3-årig videreførelse af Maker's Island initiativet.

I efteråret 2022 har Destination Bornholm bl.a. brugt bornholmsk kunsthåndværk som illustrationer i en kampagne (rettet mod bornholmerne) om at købe lokalt – ikke kun lokalt producerede varer, men i det hele taget at bruge de lokale butikker.

Betydningen af Bornholms kunsthåndværk for lokal identitet & lokale styrker er noget, der arbejdes aktivt med på en lang række områder. For eksempel kan næves et samarbejde mellem BRK og øens folkeskoler og

kunsthåndværkere om faget "Håndværk og Design" hvor BRK's skoletjeneste inddrager kunsthåndværkere i samarbejdet med skoler, så eleverne kommer ud og besøger udøvende kunsthåndværkere og arbejder sammen med dem. Forløbet afsluttes med en udstilling på Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård. Projektet er en del af kulturaftalen mellem BRK og kulturministeriet og fungerer nu på 3. år. Formålet er at sikre at

“..ethvert barn der vokser op på Bornholm ved, at de kommer fra en ø med stærke traditioner for kunsthåndværk”

– Timmi Kromann, ACAB's repræsentant i WCCE

Yderligere har Maker's Island fået LAG-midler til at styrke indsatsen overfor skoler og SFO'er for at udbrede erfaringer med kunsthåndværkets kvaliteter i forhold til fordybelse, designproces og kreativitet.

Imidlertid viser interviews, at aktører indenfor kunsthåndværk-økosystemet, der ikke har kendt til kunsthåndværkøkosystemet forud for Maker's Island, kan risikere at tage det høje aktivitetsniveau for givet. Kontinuerlig pointering af de kollektivt skabte succeser, og derfor også betydningen af hver enkelt aktørs bidrag til det kollektive løft, er vigtig.





Siden Bornholm blev anerkendt som World Craft Region, og særligt siden Maker's Island projektet er startet, er der sket en stor stigning i nationale og internationale henvendelser fra aktører, der ønsker at høre om det bornholmske kunsthåndværk og om Maker's Island projektet. Det ses fx af de mange nationale og internationale konferencer og møder, hvor repræsentanter for ACAB og/eller Maker's Island har formidlet historien om Bornholms kunsthåndværk. I 2021 modtog dobbelt så mange bornholmske kunsthåndværkere arbejdslegater fra Statens Kunstfond som tidligere.⁸

Dét, at BRK sidder for bordenden af en styregruppe med 'tunge' repræsentanter fra et bredt defineret kunsthåndværk økosystem, har også betydet en væsentlig forandring i, hvad den bornholmske repræsentant for ACAB i WCCE, som også sidder i styregruppen, kan formidle i internationale sammenhænge. Nu er det ikke fortællingen om en lokal forening for de professionelle kunsthåndværkere;

nu er det fortællingen om en ø, hvor alle større aktører, der har berøring med kunsthåndværk, arbejder sammen om at løfte og udvikle. Og som repræsentanten kommenterer, så er der også blandt ledende europæiske aktører indenfor kunsthåndværk stor anerkendelse af og interesse for Bornholms udvikling på feltet:

“De synes, at vi kan noget, der er helt exceptionelt, så vi er på en måde et forbillede”.

– Timmi Kromann, ACAB's repræsentant i WCCE

Denne position og de kontakter, den skaber, er med til at muliggøre nye samarbejder. Kontakten med Michelangelo Foundation og deltagelsen på Homo Faber eventen i Venedig er bare nogle af de muligheder, dette har åbnet. Der er en lang række potentialer, der dog vil tage tid at udmønte i konkrete samarbejder. Kunsthåndværkerne fremhæver at det giver et stort fagligt udbytte at møde andre kunsthåndværkere, fx fra de andre World Craft Regions i Europa.

Styregruppens fælles mål om at skabe opmærksomhed om og markedsføre det bornholmske kunsthåndværk regionalt, nationalt og internationalt må altså sige at være lykkedes. I forhold til det konkrete målpunkt, som handlede om at opnå en 20% stigning i søgningen af studerende til Det Kongelige Akademi i Nexø i perioden 2017-2022, er man kommet længere, end man nogensinde havde kunnet forestille sig. Søgningen er mere end fordoblet i perioden med en stigning på 137% i perioden.

Betydningen af at have en (attraktiv) uddannelsesinstitution som "første led i fødekæden" fremhæves af de øvrige aktører i Maker's Island sekretariatet, særligt i sammenligning med andre World Craft Regions i Europa, der ikke er lige så heldigt stillede.

En analyse viser, at Det Kongelige Akademi i Nexø ikke bare tiltrækker studerende til Bornholm i uddannelsesperioden. Lige knap en tredjedel af de uddannede, som er en meget international skare, bliver boende efterfølgende.⁸ I 2020 boede 59 personer på Bornholm uddannet fra Det Kongelige Akademi i Nexø. Med ægtefæller, børn og egen virksomhed må de ses som noget nær ideelle tilflyttere til et yderområde. Dette er endnu en krumtap hvorom erhvervsudvikling og stedsudvikling går hånd i hånd.

4.3 • Kompetenceudvikling

Maker's Island styregruppen formulerede fra starten et mål om at løfte kunsthåndværksområdet fagligt og erhvervsmæssigt og at sætte gode rammer for kunsthåndværkervirksomhederne på Bornholm med en ambition om at blive landets bedste sted at starte og drive en sådan.²⁰ Et konkret, fælles aftalt mål var at opnå flere nystartede virksomheder i løbet af perioden.

Evalueringen af første fase af Maker's Island indsatsen kunne konkludere, at dette er lykkedes. Antallet af kunsthåndværker-virksomheder steg med 31% i perioden fra opnåelse af World Craft Region titlen fra 2017 til 2020, som er det seneste år, der aktuelt er tal for i virksomhedsregisteret i Danmarks Statistik. Ifølge CVR-registeret har der i perioden 2020–22 været en moderat, men stadig positiv udvikling i antal virksomheder indenfor de 17 branchenumre, der typisk regnes som "kunsthåndværk".⁸

Business Center Bornholm (BCB), som arbejder med erhvervsfremme på øen, er en central aktør når det kommer til kompetenceudvikling for øens virksomheder. Fra ca. 2020 blev kunsthåndværk skrevet ind som en af de "strategiske indsatser", BCB arbejder med i erhvervsfremmesystemet, ligesom deltagelse i Maker's Island styregruppen er skrevet ind

i BCB's handleplaner. Dette er et resultat af den øgede politiske opmærksomhed på og anerkendelse af kunsthåndværkets erhvervsmæssige betydning for Bornholm.⁸

I samarbejde med Campus Bornholm og med støtte fra Øernes Kunstfond lavede BCB i 2020 et kompetenceudviklingskursus med fokus på forretningsudvikling specifikt målrettet kunsthåndværkervirksomheder. Et andet mål var skabe et fælles sprog og en tættere dialog mellem kunsthåndværkere og erhvervsfremmesystemet på øen. Forløbet var bygget op over 7 workshops og indeholdt emner som World Craft Region Bornholm titlen & turisme, regnskab, forretningsledelse for kreative, trendspotting, salg/produktion, branding/markedsføring, samt en mentordag. Workshops trak i videst muligt omfang på eksperter med tilknytning til Bornholm og var sat sammen af BCB i samarbejde med Maker's Island sekretariatet.²¹ I interviews gennemført i forbindelse med slutevalueringen af Maker's Island har flere kunsthåndværkere fremhævet det store udbytte, de oplevede ved at deltage i kurset. De oplevede at få konkrete værktøjer, som de stadig bruger, fx til planlægning og tidsstyring, ligesom kurset blev en anledning til at begynde at erfaringsudveksle meget mere målrettet omkring virksomhedsdrift med andre kunsthåndværkere.

“Det kompetenceudviklingsforløb, der lå helt i starten, dedikeret kunsthåndværkere, det var jo en kæmpe succes. Der er stadig mange der taler om det... Det var meget givende. Man fik utrolig meget med sig. Jeg bruger stadig nogle af de værktøjer jeg fik der, og det er der også andre der gør...”

– Kunsthåndværker, interviewet januar 2023

BCB er blevet opmærksom på at fremhæve kunsthåndværker-relevante vinkler i invitationer til de mere 'generelle' kurser om virksomhedsudvikling. Flere kunsthåndværkere udtrykker, at de oplever, at BCB's kurser generelt er meget bedre rettet mod kunsthåndværkere nu, grundet Maker's Island samarbejdet, end de var tidligere.

Der er store samarbejdsprojekter om grøn omstilling og implementering af ny teknologi mellem BCB og forskellige kunsthåndværkervirksomheder og -uddannelsessteder. BCB arbejder også på andre områder tæt sammen med Det Kongelige Akademi i Nexø, hvorfra der typisk er mange startups.

Sekretariatslederen i Maker's Island beskriver, at der er forskel på, hvad Maker's Island styregruppen ser som emner, man nødvendigvis må forholde sig til som fx bæredygtighed, og hvad den enkelte kunsthåndværker selv oplever som et behov.



“Det kræver en ekstra indsats at få folk med på det, der ligger lige udenfor det, de selv ser som behov. Men det har der så været gjort, og mange kunsthåndværkere har været med i ’Bæredygtig Bundlinje Bornholm’, og det har været inspirerende.”

– Dorthe Møller Paulsen, sekretariatsleder, Maker’s Island

4.4 • Kommercialisering

Maker’s Island har et mål om at udvikle redskaber og aktiviteter, der gør det muligt for kunsthåndværksektoren at optimere sig kommercielt. Dette mål er således tæt forbundet til det overordnede mål om at understøtte, at det bliver nemmere for kunsthåndværkere at leve af deres kunsthåndværk på Bornholm.

En lang række af aktiviteterne i Maker’s Island har haft fokus på at skabe øget salg hos kunsthåndværkerne. Mange af aktiviteterne har haft flere formål, fx har synliggørelsen og kommunikationen haft et øget salg for øje. Bornholm Craft Weeks er en event, der er skabt for at øge synligheden af Bornholms kunsthåndværk og Bornholm som kunsthåndværk-destination og samtidig øge salget hos kunsthåndværkerne (og turismeaktørerne), så vel som at udvikle og afprøve nye forretningskoncepter som fx udbud af workshops for gæster på øen. Det er vigtigt at påpege, at den bagvedliggende koordinering, netværksudvikling, fundraising osv., som sekretariatet

står for samt styregruppemedlemmernes meget engagerede arbejde i dette regi er helt afgørende for, at en event som Bornholm Craft Weeks kan skabes og gennemføres.

Kunsthåndværkerne selv og repræsentanter for dem i ACAB peger på, at den internationale anerkendelse og den faglige stolthed, der er forbundet med den, har været med til at gøre dem mere bevidste om den værdi, deres arbejde og deres værker har og at de derfor prissætter dem højere.

Mange af de interviewede kunsthåndværkere fremhæver også, at de nu i højere grad også ser sig selv som virksomhedsejere og føler stolthed over at drive en virksomhed. Blandt andet derfor indgår de i samarbejder på en anden måde end tidligere. Særligt de yngre kunsthåndværkere fremhæver, at der med tiden er kommet mere kollegial sparring om det at drive en virksomhed som kunsthåndværker. Her har kompetenceudviklingsforløbet i forretningsudvikling for kunsthåndværkere og det øgede fokus fra BCB på kunsthåndværksevirkomheder haft en stor betydning. Det

Også andre samarbejdsprojekter indenfor Maker’s Island har haft kompetenceudvikling som omdrejningspunkt. Der er bl.a. i fællesskab fundraiseret til og planlagt et efteruddannelseskursus for etablerede kunsthåndværkere (primært fra Bornholm) på Det Kongelige Akademi i Nexø, som er afholdt i 2023. Der har været udviklet korte workshops på Destination Bornholm målrettet kunsthåndværkere, fx om afholdelse af workshops, efter at dette blev identificeret som et nyt forretningsområde for kunsthåndværkere efter Bornholm Craft Weeks 2021.

samme har Det Kongelige Akademis undervisning i virksomhedsudvikling. Her blev en tidlig undersøgelse om Bornholms kunsthåndværkere¹⁶ der dokumenterede, at de fleste kunsthåndværkere på øen havde en meget beskeden indtægt trods deres tårnhøje faglige niveau, en vigtig motivationsfaktor netop for undervisningen i virksomhedsudvikling.

Maker's Island kommissoriet handler om at få udnyttet det potentiale, der ligger i World Craft Region titlen til at skabe værdi for den enkelte kunsthåndværker, institution eller turismevirksomhed og dermed for Bornholm som helhed gennem øget værdiskabelse og beskæftigelse. Kommercialisering drejer sig således ikke alene om, at kunsthåndværkerne får bedre muligheder for at leve af deres kunsthåndværk, men også om, at andre sektorer på Bornholm i stigende grad drager nytte af det fremragende kunsthåndværk. Der er blevet skabt et tættere samarbejde med især turismesektoren. Destination Bornholm har leveret en målrettet og kontinuerlig indsats for formidling af Bornholm som kunsthåndværkdestination. Bornholms kunsthåndværk omtales i interviews med turismeaktører, myndigheder og erhvervsfremmeaktører nu naturligt som "en af Bornholms styrkepositioner" på linje med regionale fødevarer og natur/outdoor. Betydningen af kunsthåndværkersektoren for branding og attraktivitet af Bornholm er altså slået fast.

Kunsthåndværket har fået stigende betydning for turismen og for den overordnede branding af øen og 'fortællingen om Bornholm'. Dette skyldes både en øget (fælles) markedsføring og en øget omtale relateret til et højere aktivitetsniveau og deltagelse i mange lokale, nationale og internationale sammenhænge.

Kunsthåndværkets betydning som turismemagnet var udvalgt som det fælles målepunkt for kommercialiseringsindsatsen. Destination Bornholm har derfor inkluderet særlige spørgsmål om kunsthåndværk i sine brugerundersøgelser. Hvor det i årene 2019 og 2020 var 34% af turisterne, der så meget positivt på muligheden for gode kunsthåndværkoplevelser på Bornholm, er denne andel steget til 45% i årene 2021 og 2022.

Samtidig er andelen af turister, der angiver at kunst og kunsthåndværk er et væsentligt motiv for at besøge Bornholm, steget fra 16% i 2019 til 19% i 2021 (som er den seneste måling). Antager man, at blot 5% af de bornholmske turister ikke ville være kommet til øen, hvis der ikke var kunsthåndværk at besøge, svarer det til, at turisterhvervet (og andre sektorer) ville miste en værditilvækst på 40 mio. kr. om året og en beskæftigelse på ca. 90 jobs.⁸

Bornholm Craft Weeks er blevet hovedomdrejningspunktet for turismeudviklingen i Maker's Island regi. Det skyldes primært, at

det har været svært at skaffe penge til andre ønskede indsatser indenfor kunsthåndværk og turisme. Det er en af farerne ved at skulle løbe efter medfinansiering, snarere end at følge interne logikker og plukke de lavthængende frugter først. Samarbejder mellem restauranter og hoteller og kunsthåndværkere er f.eks. ikke udviklet så meget som forventet, selv om det har ligget til højrebænet fra starten.¹⁶

“Erfaringen viser, at samarbejder mellem virksomheder, fx restauranter og kunsthåndværkere, skal opstå 'indefra', gennem møder mellem de enkelte virksomheder.”

– Dorte Møller Paulsen, sekretariatsleder, Maker's Island



5 • Samspil med lokale, regionale, nationale og internationale puljer

Maker's Island initiativets store succes er bl.a. muliggjort gennem støtte fra mange forskellige initiativer, fonde og puljer. Ikke mindst i de mange 'forberedende' år har deres støtte været en helt afgørende forudsætning for udviklingsvejen, der på dette tidspunkt var mere usynlig. Selv om Maker's Island er fokuseret omkring Bornholm og øens særkende indenfor kunsthåndværk, er initiativet blevet udviklet gennem et langt og frugtbart samspil med mange aktører, fra lokalt til internationalt plan. De tæller både offentlige og private aktører så vel som brancheorganisationer. For mange aktørers vedkommende er relationen noget, der er blevet opbygget over mange års kontakt og (stigende) involvering. Mange af de faglige samarbejder er yderligere styrket gennem udviklingen af stærke personlige relationer og stærkt engagement.

“Bornholm is a perfect example of how a region can carve out a unique identity around local talents. They [the makers and the local government, with whom they built relationship] started with a big idea and had the leadership and commitment to stay with that idea building piece by piece to become the 'makers island'.”

— Laura Miguel, generalsekretær, WCCE

Kapitlet præsenterer kort de mange aktører og puljer fra lokalt til nationalt og internationalt niveau i håb om, at det kan inspirere aktører andre steder til at søge en mangfoldighed af samarbejder, der muliggør deres ønskede udviklingsvej.

Værker fra butikken Forma



5.1 • Lokale aktører

Samspillet med LAG-Bornholm. LAG-Bornholms tidlige og kontinuerlige fokus på kunsthåndværk som et fokusområde, også kaldet et "fyrtårn", har allerede været nævnt som afgørende for ACAB's udvikling til at blive en fagligt og organisatorisk stærk organisation med en udtalt kollektiv tilgang til dens ambitiøse projekter. LAG-støtten fremhæves af kunsthåndværkerne selv som noget, der økonomisk muliggjorde mange af de store, meget professionelle og ambitiøse projekter ACAB udviklede, ofte af internationalt tilsnit. LAG-støtten var typisk en første tilkendegivelse, der var med til at åbne døre til andre finansieringskilder. Ud over den vigtige konkrete betydning, som støtten til flerårige projekter har haft, fremhæver kunsthåndværkerne også det aspekt, at LAG-støtten og den tillidserklæring, denne var fra LAG-bestyrelsen, fik dem til at tro mere på sig selv.

LAG-Bornholm fremhæves i interviews for at have været en meget visionær erhvervsudviklingsaktør. Både i forhold til regionale fødevarer og kunsthåndværk var LAG-Bornholm den første til at formulere sig visionært om disse sektorers potentiale for at bidrage til erhvervs- og stedsudviklingen på Bornholm.

ACAB's etablering og stærke organisering. ACAB's etablering, stærke organisatoriske

udvikling og ambitiøse virke igennem 20 år har været helt afgørende for kunsthåndværkets position i dag. Det mangeårige kollektive løft – fagligt, virksomhedsmæssigt og med hensyn til fx kommunikation og synlighed – har været afgørende i forhold til at udvikle erhvervet lokalt, men også at netværke og positionere ACAB som en anerkendt aktør i kunsthåndværkerkredse.

At 'det bornholmske kunsthåndværk' ofte omtales som et hele, er bl.a. en konsekvens af, at det er et meget velorganiseret erhverv. Dette har både muliggjort gennemførelse af de store ACAB-projekter og at ACAB er en aktør, som andre aktører kan spille sammen med. Det er tydeligt fra andre sektorers forsøg på at skabe tværsektorielle samarbejder (fx udbydere af outdoor-aktiviteter og andre dele af turismeøkonomien), at de kan have svært ved at indgå i funktionelle samarbejder med professionelle brancheforeninger som fx Destination Bornholm eller BCB. Dette kræver en høj grad af professionalisering og struktur i foreningen.

Lokale fonde som Sparekassen Bornholms Fond og Bornholms Brands turismepulje har støttet konkrete aktiviteter, både forud for og undervejs i Maker's Island initiativet. Dette har været helt afgørende for muligheden for at gennemføre en række aktiviteter, da der ofte er krav om medfinansiering, fx til de kommunalt afsatte midler og til LAG-midler.

5.2 • Regionale aktører

Bornholms Regionskommune. BRK's villighed til at indgå i ansøgningsprocessen om at blive Europas første World Craft Region og senere at investere i etableringen af et sekretariat for Maker's Island har været helt afgørende for at kunne løfte samarbejder, kommunikation og erhvervsudvikling til nye højder. Kunsthåndværket og de kreative erhverv ses som nu en styrkeposition for øen, en vækstsektor, der er relevant at investere i.

Øernes Kunstfond er et eksempel på en regional fond, der økonomisk har støttet aktiviteter under Maker's Island initiativet og derved været med til at muliggøre disse.

Bornholms Vækstforum. Bornholm havde tidligere, qua sin særstatus som regionskommune, sit eget Vækstforum. Her indgik kunsthåndværk som et fokusområde i to på hinanden følgende klyngeudviklingsprojekter (2008–2011 og 2011–2014), skabt i et samarbejde mellem Væksthus Hovedstadsregionen og BCB. Projekterne arbejdede med at øge ACAB's medlemmers produkters konkurrenceevne og skabe øget beskæftigelse indenfor kunsthåndværkersektoren. Bornholms Vækstforum spillede også en aktiv rolle i udarbejdelsen af ansøgningen om at blive World Craft Region.

Keramik, Alexandru Murar

5.3 • Nationale aktører og udviklingstiltag

Statens Kunstfonds støtte til formidling og til internationale samarbejder må fremhæves som værende helt afgørende for at en lille og økonomiske sårbar organisation som ACAB kunne indgå aktivt i visionære, internationale sammenhænge. Statens Kunstfond gav i flere omgange økonomisk støtte og opbakning til ACAB's internationale aktiviteter, også forud for opnåelsen af titlen som World Craft Region. Det var igennem deltagelse i WCC-møder, at ideen opstod om, at Bornholm kunne blive en "World Craft Region", hvis det hidtidige World Craft City-begreb kunne omdefineres til et sammenhængende geografisk område (region).

Danske Kunsthåndværkere og Designere, som er den nationale forening for professionelle skabende kunsthåndværkere og designere, havde længe været national repræsentant i WCCE. De inviterede ACAB med som 'regional repræsentant i WCCE. ACAB's bestyrelse valgte at bruge midler på at formulere ansøgninger til forskellige fonde for at kunne finansiere medlemskab og de økonomiske udgifter, som deltagelse medførte. Kunsthåndværkernes tid blev frivilligt.

5.4 • Internationale aktører

World Craft Council Europe (WCCE). Forud for Bornholms ansøgning om at blive World Craft Region var der et ønske i WCCE om at styrke kunsthåndværket i Europa og dets formidling og organisering. På dette tidspunkt, før 2017, var der ingen World Craft Cities i Europa, hvorimod de øvrige kontinenter repræsenteret i WCC havde udpeget sådanne områder. Da det globale formandskab for World Craft Council skulle overgå til den europæiske afdeling (WCCE), blev ønsket om, at Europa også fik udpeget World Craft Cities formuleret. ACAB's repræsentant i WCCE var med på mødet og formåede at gribe denne bold. Ønsket om også at have udpegede steder med fokus på kunsthåndværk i Europa blev virkeliggjort gennem BRK's ansøgning om at blive World Craft Region. Bornholm blev det første sted i Europa og den første ø i verden, der fik denne fornemme titel. Ud af dette er vokset samarbejdet med de øvrige World Craft Regions i Europa, der bl.a. fokuserer på at skabe bedre rammebetingelser for kunsthåndværk på europæisk og globalt plan. WCCE har for nylig fået en stor bevilling fra EU. Dette er noget, der også forventes at komme Bornholm til gode gennem samarbejdet med WCCE.

Michelangelo Foundation. ACAB er for nylig blevet optaget som medlem i Michelangelo Foundation, som er Europas største fond indenfor kunsthåndværk, baseret i Schweiz (michelangelofoundation.org). For få år siden havde det været svært at forestille sig, at ACAB kunne være repræsenteret som medlem af de ypperste europæiske kunsthåndværkerkredse. Medlemskabet i denne prestigefulde fond er en direkte udløber af ACAB's medlemmers store netværksarbejde samt – selvfølgelig – det høje faglige og kunsthåndværksmæssige niveau i foreningen og i Maker's Island.

6 • Aktørernes nye samspil: Collective Impact

Stort set alle aktører på Bornholm har været til stede på øen, også før opnåelsen af World Craft Region titlen. Det nye, høje aktivitets- og formidlingsniveau og den voksende betydning af kunsthåndværk for turismen er resultater, der er skabt af eksisterende aktører gennem nye samarbejder og arbejdsmetoder i den nye ramme af World Craft Region titlen. Arbejdsmetoderne og 'grebene' indfanges meget præcist af Collective Impact-metoden og dens 5 punkter:

Fælles agenda: Et strategidokument blev formuleret tidligt i processen. Først internt i ACAB og dernæst i World Craft Region styregruppen, senere omdøbt til Maker's Island styregruppen. Her blev en fælles agenda og konkrete mål formuleret gennem en række møder med repræsentanter for alle de relevante aktører indenfor kunsthåndværk, formidling og uddannelse, turisme, erhvervsudvikling og regional udvikling.

“At lave en fælles strategi for kunsthåndværket i bredeste forstand; en fælles mission, og en fælles styregruppe, var altafgørende”

– Dorthe Møller Paulsen, sekretariatsleder, Maker's Island

Konkrete fælles mål og enighed om målemetoder: Strategidokumentet specificerede både konkrete mål og hvordan der skulle måles på disse. Målingen skulle foretages gennem eksterne evalueringer – både midtvejs i projektet og ved projektafslutning. Dette er blevet gennemført. Hver evaluering har været diskuteret af Maker's Island styregruppen, som har brugt måleresultaterne til at holde fast i nogle indsatser og justere andre. Evalueringerne har også haft et metodeudviklende element, da kunsthåndværk er en notorisk vanskelig sektor at trække registerdata for. For næste fase af Maker's Island ønsker styregruppen at justere, hvad der måles på, så det primært er ting, som Maker's Island projektet kan påvirke direkte og således i endnu højere grad vil kunne bruge evalueringresultater som udgangspunkt for justering/konsolidering af indsatserne.

Forpligtende aktiviteter: De fire K'er, som Maker's Island indsatsen har været struktureret omkring (Koordination, Kommunikation, Kompetenceudvikling og Kommercialisering) er aktiviteter, som aktører i Maker's Island styregruppen har forpligtet sig til. Koordineringen har selvfølgelig i vid udstrækning ligget i sekretariatet, men med aktive roller fra alle styregruppemedlemmer i forhold til aktørernes aktiviteter og planer. Kommunikation har også i høj grad været baseret i sekretariatet men i tæt sparring med en arbejdsgruppe med repræsentanter fra helt centrale aktører som fx ACAB og Destination Bornholm. Kompetenceudviklingen har primært fundet sted i et samarbejde mellem BCB, Maker's Island sekretariatet, ACAB og Det Kongelige Akademi. Kommercialiseringsindsatsen har primært været forankret i samarbejder mellem BCB, Destination Bornholm, Maker's Island sekretariatet, ACAB og Hjorths Fabrik, men ofte med mange andre aktører involveret.

Hyppig og åben kommunikation: Kommunikationen mellem aktørerne er noget af det, der har ændret sig radikalt gennem Maker's Island samarbejdet. Der har været meget af den, og den har været inkluderende og i øjenhøjde. Igen har sekretariatsfunktionen været helt afgørende, og ikke mindst den personlige og involverende måde, som sekretæren har løftet den på. Den hyppige kommunikation har skabt et stort kendskab og en stor grad af tryghed aktørerne imellem. Det er karakteristisk, at styregruppen omtaler sig som en 'familie'. Dette er særligt interessant set i lyset af, at aktørerne i de kvalitative interviews gennemført i forbindelse med slutevalueringen og dette projekt beskriver, hvordan der – forud for Maker's Island samarbejdet – ofte var et fravær af kommunikation og kendskab. Dengang følte kunsthåndværkerne ikke, at de kunne række ud og foreslå samarbejdsprojekter med fx kultur- og uddannelsesinstitutionerne eller destinationsselskabet.

Fælles sekretariat: Collective Impact arbejdsmetoden anbefaler et fælles sekretariat for at sikre et tæt samarbejde og kommunikation aktørerne imellem. Det har været alfa og omega i Maker's Island indsatsen, at der blev oprettet et sådant. Dette er vigtigt at holde fast i fremadrettet, da sekretariatsfunktionen i høj grad leverer det kit, der får de andre aktørers samarbejde til at kunne foregå indenfor de begrænsede ressourcer, hver aktør har til rådighed. Det er med andre ord en ufatteligt god investering!

Containerjuvelen. Gitte Helle



6.1 • International anerkendelse: At hæve barren og finde fællesnævnerne gennem brug af Collective Impact principper

Som det kan læses ud af det forudgående, er det i høj grad formuleringen af den fælles vision og etableringen af det fælles sekretariat, der har leveret de "missing links", der har fået hele kunsthåndværker-økosystemet på Bornholm (inklusive den turisme, der er baseret på kunsthåndværk) til skifte gear og nu operere på et helt nyt niveau, omdømmemæssigt, økonomisk og i forhold til innovation og stedsudvikling. BRK's støtte til sekretariatet (og aktiviteter) har altså strategisk været meget vigtig for at løfte noget, der ikke kunne have løftet sig selv, men som nu synes at flyve som en anden humlebi. Kommunens og LAG'ens strategiske og kontinuerlige satsning på erhvervsudvikling i nichesektorer som kunsthåndværk og regionale fødevarer, og de resultater det har skabt for øen – også i form af kulturaktiviteter og turisme og attraktivitet – er noget, der bemærkes internationalt og omtales som "Den bornholmske model".^{33,34}

Fokus på at udvikle en fælles agenda for anvendelsen af den internationale titel, så den ville videreudvikle Bornholms kunsthåndværk og afledte værdikæder, var medvirkende til at styregruppen i Maker's Island kom til at

spænde over flere forskellige sektorer, fra kunsthåndværk og kultur- og uddannelsesinstitutioner til turisme-, erhvervs- og stedsudviklingsaktører. Denne bredde i aktører var en nyskabelse, og det var nyt, at de formulerede en fælles vision og agenda for udviklingen af kunsthåndværket.

Analysen af Bornholms kunsthåndværks udvikling viser tydeligt, at ACAB's internationale ambitioner og netværk er en helt grundlæggende og afgørende forudsætning for opnåelsen af den internationale anerkendelse som World Craft Region, og det kvantespring i samarbejde, formidling og innovation, som Bornholms kunsthåndværker-økosystem har præsteret. Forud for dette gik mange års foreningsarbejde med øget international eksponering, netværk og kompetenceudvikling. Den lille forenings vision og viljen til at investere nogle af sine meget begrænsede midler i at blive 'regional repræsentant' i WCCE var en forudsætning for at blive bekendt med og dernæst at være med til at videreudvikle World Craft Region-begrebet, som hidtil kun havde været brugt i andre verdensdele end Europa, og kun for byområder. Her er altså

tale om en lille, men stærk og ambitiøs organisation med så visionære repræsentanter og bestyrelsesmedlemmer, at den kom til at sætte et afgørende fingeraftryk på World Craft Region-begrebet og indførelsen af det i Europa. Den kollektive indsats bygger i høj grad videre på en vision og en anerkendelse, der i høj grad var drevet frem af en enkelt brancheorganisation, ACAB.

Det var ikke titlen i sig selv, der skabte muligheden for at realisere et stort potentiale. Det var i høj grad processen med at identificere det potentiale, som ACAB, Bornholms Vækstforum og BRK beskrev i ansøgningsprocessen så vel som det netværksarbejde, der foregik i 'ventetiden' mellem opnåelsen af titlen og etableringen af Maker's Island initiativet, der lagde grunden til den efterfølgende succes, som Maker's Island og alle de deltagende aktører har skabt. Desuden udgjorde risikoen for at miste den fornemme titel igen, hvis der ikke efter to år kunne dokumenteres en udvikling, en form for 'brændende platform', der også understregede nødvendigheden af at aktørerne satte sig sammen.

Interviews med kunsthåndværkere foretaget som en del af evalueringsarbejdet viser tydeligt, at der er sket en markant ændring i stolthed og bevidsthed om eget værd. Ændringen er skabt af såvel den internationale

anerkendelse som de konkrete samarbejder med aktører på internationalt niveau, der er etableret efterfølgende. Der er større bevidsthed udefra og større lokal, national og international anerkendelse af kunsthåndværket – både dets kvalitet og dets samfundsmæssige betydning. Den stærkere anerkendelse og selvforståelse skaber yderligere forandring, fordi kunsthåndværkernes selv er begyndt at turde tale og tænke sig selv ind i større sammenhænge end tidligere. Det gælder såvel samarbejdet med lokale aktører som med de internationale. Dette skaber en selvforstærkende positiv effekt med yderligere samarbejder, yderligere anerkendelse, yderligere mod på nye udfordringer, osv.

Strukturelt har det været et vigtigt greb at have viceborgmesteren fra BRK for bordenden samtidig med, at ACAB er sikret næstformandskabet i Maker's Island styregruppen. Det har formået at sikre et ejerskab både hos regionskommunen som den geografiske enhed, der har modtaget den prestigefulde titel, og hos ACAB, der repræsenterer det professionelle kunsthåndværk på Bornholm og fik øje på World Craft Region-titlen som en mulighed. Det er ikke nødvendigvis en let opgave at sikre et multi-institutionelt ejerskab til processen. En stor portion gensidig tillid har været med til at muliggøre denne balanceakt.

HVORD
ØENS K
VÆRDIS

ISMEN UNDERSTØTTER
EN GENSIDIG





Keramik, Maja Frendrup



Keramik, Michael Geertsen

Vigtigheden af et velleddet, velfacileret sekretariat med en sekretariatsleder, der er god til at række ud, invitere ind og finde tid til individuelle snakke, fx i forbindelse med udskiftning af repræsentanter i styregruppen, kan ikke fremhæves nok. Sekretariatslederens tilgang har også været afgørende for at sikre processer, hvor de mange lokale aktører føler sig inkluderet, uanset om de er centralt eller perifært placeret i forhold til produktionen af kunsthåndværk. Faciliteringen af opstartsprocessen med formulering af en ambitiøs strategi, hvorigennem samtlige aktører kunne se deres egen rolle som bidragyder til fællesskabet og se de potentielle værdier, også for den enkelte aktør, har været en meget vigtig sekretariatsopgave.

Kunsthåndværkerne i ACAB har en lang tradition for at se hinanden som kollegaer snarere end konkurrenter, og de er gode til at hjælpe hinanden og fejre hinandens succeser. Denne generøsitet og forståelse af, at alle aktører i kunsthåndværker-økosystemet grundlæggende er i samme båd, er bragt ind i den nu meget bredere kreds af samarbejdspartnere i Maker's Island initiativet.

Dette kommer bl.a. til udtryk, når aktørerne taler om 'Bornholms kunsthåndværk' som noget samlet: en levende, mange-benet organisme, snarere end enkeltvirksomheder. Aktører-

ne oplever i høj grad sig selv som en del af en helhed; noget, man er stolt over at være en del af. Noget, man ikke selv ville kunne løfte, men både er bevidst om at bidrage til og kan blive løftet af.

At Bornholm er en ø, og derfor et klart afgrænset territorium, er givet vis med til at styrke såvel identitet som tilhørsforhold, men ø-identiteten i sig selv skaber ikke dette. Det gør kun en bevidst og kontinuerlig indsats fra aktørerne selv om at fokusere på den fælles identitet, den fælles fortælling og de fælles mål.

Etableringen af Maker's Island initiativet med nedsættelse af en styregruppe for Maker's Island og en kommunal bevilling til et Maker's Island sekretariat, som var en følge af opnåelsen af World Craft Region titlen, har også ført til meget øget synlighed. Under projektet er der etableret en ny hjemmeside med en ny visuel identitet (makersisland.bornholm.dk) såvel som en Instagram profil ([makers_island_bornholm](https://www.instagram.com/makers_island_bornholm)) med over 1500 følgere, både i Danmark og i udlandet, og en Facebook profil med over 300 følgere. Der blev tidligt i forløbet produceret en kort video, der fortæller historien om Bornholms udnævnelse til World Craft Region, en video, der har været delt internationalt på sociale medier. Destination Bornholm markedsfører fx [#KøbBornholmsk](https://www.instagram.com/hashtag/KøbBornholmsk) med fotos af kunsthåndværk, ligesom kunsthåndværker-



ne under corona opfandt #craftBornholmShop og #KøbBornholm - hashtags, der er med til at lede kunder ind på kunsthåndværkernes webbutikker eller instagram profiler - noget, Destination Bornholm også har været med til at promovere.

ACAB er siden Bornholms udnævnelse til World Craft Region vokset støt mht. antallet af ansøgere. Hvert år optages nye medlemmer efter en kuratering ved et eksternt bedømmelsesudvalg. Den øgede søgning kan ses som et udtryk for den øgede synlighed og respekt, der hersker om Bornholms professionelle kunsthåndværk, ligesom det vidner om, at det stærke kunsthåndværker-økosystem er med til at tiltrække tilflyttere til Bornholm. For at kunne søge om optagelse i ACAB skal man som kunsthåndværker være bosat på Bornholm.

Indadtil på øen er der i løbet af Maker's Island indsatsens første periode (2019-2022) kommet et meget større fokus på betydningen for

øen af kunsthåndværket. Hvor Destination Bornholms presse- og formidlingsarbejde primært er målrettet journalister, turismeaktører og gæster og derved især indirekte kommer bornholmerne selv for øre, spiller de lokaler medier på Bornholm (TV2-Bornholm, P4-Bornholm og Bornholms Tidende) en meget væsentlig rolle for skabelsen af større opmærksomhed om værdien af kunsthåndværkersektoren som turismemagnet og som et erhverv, der skaber arbejdspladser på øen og som noget, bornholmerne med rette kan være stolte over.

Kunsthåndværk er gået fra at være noget, man tog for givet, fordi det altid har været her, til at være ét af de helt centrale elementer i fortællingen om Bornholm i forhold til branding og turisme, og det inddrages i regional udvikling og visionerne om udvikling af Bornholm som et helt samfund.

“Nu er kunsthåndværk en del af det, vi italesætter for at nå politikernes vision om at blive nogle flere på Bornholm”

– Styregruppemedlem, embedsperson

Det bornholmske kunsthåndværk kan også i højere grad end før World Craft Region-udnævnelsen ses på Bornholms Kunstmuseum, der viser værker af såvel nulevende og afdøde bornholmske kunsthåndværkere. Kulturinstitutionen, der tidligere hed “Grønbechs Gård – Bornholms Center for Kunsthåndværk”, har byttet om på sit navn, så “Bornholms Center for Kunsthåndværk” fremhæves. Hjorths Fabrik i Rønne har udviklet flere workshops indenfor keramik, og der er som noget nyt etableret et Artist in Residence i forbindelse med Hjorths Fabrik.

Siden udnævnelsen til World Craft Region har der været nye, prestigefyldte kunder hos bornholmske kunsthåndværkere. Som

eksempler kan nævnes Novo Nordisk, der i 2019 bestilte et stort antal lamper fra en bornholmsk glaspuster, og Dansk Industri, der i 2022 indkøbte gaverne til Dansk Industris Initiativpris hos en bornholmsk keramik. Der er et voksende samarbejde mellem Michelin-restauranter i hele Danmark og keramikere og glaspustere på øen. Dobbelt så mange bornholmske kunsthåndværkere modtog arbejdslegater fra Statens Kunstfond i 2021 som tidligere. Efter opnåelsen af World Craft Region titlen har der ligeledes været markant større international bevågenhed på det bornholmske kunsthåndværk, og repræsentanter for ACAB og Maker's Island har deltaget i en lang række internationale events og konferencer.

Eventen **Bornholm Craft Weeks** er et eksempel på en nyskabelse i regi af Maker's Island, hvor aktørerne i fællesskab har skabt noget, ingen individuel aktør ville have været i stand til. Bornholm Craft Weeks er et eventkoncept, der er udviklet med formålet at synliggøre, hvorfor Bornholm er World Craft Region, samt at gøre kunsthåndværket tilgængeligt for mange gennem oplevelser og møder i et samlet program. Den er blevet til i et tæt samarbejde med Destination Bornholm og er derfor lagt i skuldærsæsonen for at være med til at styrke denne.

Samarbejdet om og koordineringen af formidlingen og markedsføringen af det bornholmske kunsthåndværk i regi af Bornholm Craft Weeks fremhæves bl.a. som noget, der løfter det indtryk, Bornholms kunsthåndværk gør. Samtidig har Bornholm Craft Weeks været en anledning til at nytænke og videreudvikle de oplevelsesmæssige aspekter af kunsthåndværket. Mange kunsthåndværkere og kulturinstitutioner har afprøvet nye samarbejder og nye måder at formidle på, fx med foredrag i de åbne værksteder, guidede ture i Bornholms natur eller guidede ture i og imellem en gruppe af værksteder, restauranter m.v.

De første års Bornholm Craft Weeks indeholdt også aktiviteter for kunsthåndværkerne selv. Der var stor efterspørgsel efter inspiration, faglig sparring, kurser og netværksaktiviteter, men denne type arrangementer er nu skilt ud fra selve Bornholm Craft Weeks og placeres hen over vintersæsonen, ligesom de formidles særskilt målrettet de professionelle kunsthåndværkere.

Den bornholmske repræsentant i WCCE fortæller, at repræsentanterne fra de andre europæiske lande kigger mod Bornholm som en form for forbillede. Hun fremhæver, at det særligt er samarbejdet indenfor og på tværs af sektorer, der er exceptionelt.



“Folk er opmærksomme på os og tænker på os. Og det håber jeg fører til rigtig mange samarbejder, som giver gode muligheder for vores kunsthåndværkere. For det er jo det, jeg er drevet af: At det udmønter sig økonomisk for vores kunsthåndværkere.”

– Timmi Kromann, ACAB's repræsentant i WCCE



6.2 • Ringe i vandet rundt om Maker's Island

Aktørerne i kunsthåndværk-økosystemet bredt forstået har udviklet deres kendskab til hinanden gennem Maker's Island samarbejder. Det gensidige kendskab og den øgede opmærksomhed omkring kunsthåndværkere og kunsthåndværk har betydet, at der med tiden også bliver udviklet samarbejder udenfor Maker's Island regi, fx bilateralt mellem to aktører eller mellem kunsthåndværkere og aktører, der ikke tidligere har arbejdet med kunsthåndværk. Den vitalitet, der er indenfor Maker's Island, spreder sig med andre ord som ringe i vandet.

Et hverdags eksempel er, at kunsthåndværkervirksomheder samarbejder med erhvervsfremmeaktøren BCB i forskellige udviklingsprojekter. Det Kongelige Akademi i Nexø er fx i samarbejde med BCB blevet involveret i et stort udviklingsprojekt om brug af biogas.³⁷ Kendskab og det at tale samme sprog er med til at facilitere det gode samarbejde. Trygheden ved at række ud til hinanden nævnes også som en grundlæggende forudsætning for skabelsen af det nye julemarked, som ACAB og Hjorths Keramikfabrik i Rønne står bag.³⁸ En anden form for ringe i vandet er, at økosystemet omkring Bornholms kunsthåndværk er blevet så attraktivt, at det trækker flere professionelle til. Det var tilfældet for en internationalt anerkendt keramikker og ditto gallerist med speciale i kunsthåndværk,³⁹ der flyttede

fra København til Bornholm "fordi det er her eller i New York, tingene sker" (personlig kommunikation).

Et tredje eksempel er, at Bornholms Affaldsbehandling (BOFA) er partner i et Horizon Europe forskningsprojekt om bæredygtighed og recirkulering i krydsfeltet mellem teknologi, innovation og kunsthåndværk.⁴⁰ Uden Maker's Island ville det være svært at forestille sig Bornholms Affaldsbehandling som en aktør, der kunne levere 'Living Labs' af international relevans. Hephaestus projektet er et godt eksempel på at indsatsen indenfor et nicheerhverv som kunsthåndværk kan give afledte effekter i helt andre sektorer. Det viser også, at kunsthåndværket kan have stor relevans i forhold til den grønne omstilling.

“Sikke en rejse. Tænk at det kan lade sig gøre. Det ville ikke kunne ske i København... vejene er for lange. At jeg kan ringe til borgmesterkontoret, det kan lade sig gøre, fordi alle veje er så korte her. Og fordi den her ø er sådan, at hvis nogen får en god ide, er der andre der bakker op. Fordi det i bund og grund er sådan, at alle gerne vil gøre det godt for denne her ø. Vi er stolte af at bo her, og vi vil gerne gøre det godt for øen.”

– Timmi Kromann, ACAB's repræsentant i WCCE

7 • Stedsudvikling og erhvervsudvikling hånd i hånd

Synergien mellem turismeudvikling og udvikling af stedbundne potentialer fremhæves mange steder som en oplagt mulighed for at arbejde med erhvervsfremme i landdistrikter og på lokalsamfundsniveau.²¹ Det bornholmske kunsthåndværk og den styrkeposition, det har udviklet sig til at være, eksemplificerer sådan en mulighed. Man kunne lige så godt forestille sig eksempler, der tog udgangspunkt i andre stedbundne potentialer som fx lokale

kvalitetsfødevarer^{24,25}, lokale naturgivne ressourcer eller outdoor-aktiviteter^{1,26} eller lokal kultur- og kunsthistorie.^{27,28}

Nedenfor fremhæves erfaringer fra den succesfulde Maker's Island indsats, der er relevante i andre landdistrikts-sammenhænge, hvor man ønsker, at erhvervs- og stedsudvikling skal gå hånd i hånd.

Erfaringerne formidles i tredelte tekstbokse med en **kort overskrift**, der indfanger essensen, **et kondensat af den bornholmske erfaring**, og **den mere generelle læring** af relevans for andre landdistrikter.

Lokal strategisk kapacitet – stærke og ambitiøse udviklingsaktører

ACAB er en velorganiseret og ambitiøs forening, hvor medlemmerne i mere end to årtier har arbejdet for det kollektive løft, det fælles bedste og en stadig faglig og økonomisk udvikling. Det er en stærk forening med et lille sekretariat og medlemmer, der ikke er bange for at lægge stor energi i arbejdsgrupper. Medlemmerne har et stærkt sammenhold som kollegaer frem for som konkurrenter. Foreningen har en stærk stemme på sektorens vegne. ACAB's bestyrelse fungerer som en krumtap, hvor bestyrelsesmedlemmer er aktive i stort set alle foreningens aktiviteter; de tager og skaber kontakt. Den aktive forening udgør en kompetent og stabil medspiller for andre aktører på øen.

En nylig gennemgang af forskning indenfor landkommunernes landdistriktsindsatser anbefaler landkommuner at skifte fokus fra livsvilkår og "hverdagsmageri" til en mere strategisk tilgang til erhvervsudvikling og lokalområdeudvikling.² Det fordrer, at der opbygges og understøttes lokal, strategisk kapacitet, fx i foreningslivet, hvilket bl.a. vil give en institutionel kapacitet til at håndtere mere professionaliserede og semi-erhvervsrettede initiativer i landdistrikter. Dette er et langsigtet mål.

Ildsjæle – lokomotiver og akilleshæl

Eksistensen af ildsjæle blandt kunsthåndværkerne – personer, der i høj grad involverer sig i udvikling af fællesskabet – udgør i vid udstrækning det kit, der får de forskellige initiativer til at hænge sammen. Man skal huske, at når noget er en stor succes, kommer der endnu flere aktiviteter end forventet. De skal fordeles, så ingen knækker under byrden. Uden den stærke organisation, som ACAB er, var hele denne udvikling ikke sket. ACAB's medlemskab som regional repræsentant i WCCE var en grundlæggende forudsætning for 1) at identificere World Craft Region-titlen og dens mulige relevans for Bornholm og 2) at Bornholm kunne ansøge. ACAB brugte i samarbejde med BRK mange ressourcer på at udarbejde ansøgningen og forberede jury besøg. Repræsentanten opnåede et symbolsk honorar for dette store arbejde, men ikke noget, der tilnærmelsesvist kompenserede for den grad, hun havde forsømt at passe egen virksomhed imens.

Den "lokale strategiske kapacitet" er måske især i tyndtbefolkede länddistrikter afhængig af ildsjæle, der har kapacitet, lyst til og mulighed for at 'drive' en udvikling. Samtidig med, at nøglepersonerne er helt afgørende for udviklingen, gør deres centrale placering udviklingen sårbar. Hvis nøglepersoner overbebyrdes, ikke værdsættes tilstrækkeligt eller fx helt lavpraktisk må hellige sig sin egen virksomhed for at få sin privatøkonomi til at hænge sammen, kan det få store konsekvenser for udviklingen indenfor et felt. Bragende succeser kan være overraskende sårbare.



Udefrakommende blik tydeliggør lokale styrker

At Bornholm fik titlen som World Craft Region, blev udslagsgivende for, at de forskellige aktører i økosystemet begyndte at formulere en fælles vision og at arbejde sammen for at løfte kunsthåndværket til fordel for alle. Aktørerne var jo allerede på Bornholm inden titlen, men det var først efter opnåelsen af titlen, at det brede, intensive og tillidsfulde samarbejde, man ser nu i Maker's Island, kom i stand. Titlen og den internationale opmærksomhed den udløste, førte også til, at bornholmske kunsthåndværkere blev inviteret til Homo Faber eventen i Venedig i sommeren 2022 og at Homo Faber fremhæver Bornholm som en af 17 destinationer i Europa under titlen "The wonders of the craft island".²⁹

Nogle gange skal unikke, lokale styrkepositioner reflekteres gennem international anerkendelse for også lokalt at blive anerkendt for deres værdi og potentiale. Selv om de udefrakommende blikke i første omgang ikke gør meget andet end at bekræfte og italesætte, at her er tale om en meget væsentlig styrkeposition, kan den udefrakommende validering være med til at imødegå 'hjemmeblindhed' og Jantelov, som betyder, at man ikke værdsætter det helt unikke, man går op og ned ad hver dag.

Kommunal anerkendelse og villighed til at investere i en styrkeposition-in-spe

Kommunens villighed til at imødekomme opfordringen til at ansøge om titlen og dens syn på kunsthåndværk (og det brede, tværsektorielle samarbejde omkring det) som et lokalt potentiale, der skal investeres i, har været afgørende for at skabe Maker's Island initiativet og dets mange stedsudviklings- og erhvervseffekter. Med Maker's Island initiativet etableredes et sekretariat for kunsthåndværk. Den centrale koordinering af Maker's Island er vigtig, fordi den geografiske titel kan risikere at blive udvandet, hvis mange aktører arbejder ukoordineret og med egen profitmaksimering for øje. Det kunne føre til en tivolisering. "Hold tømmerne; arbejd med kvaliteten, også i forretningen, så man ikke risikerer at udvande kvaliteten", siger én kunsthåndværker for eksempel. Gennem de brede samarbejder er der også kommet mulighed for en ny arbejdsdeling, så kunsthåndværkerne kan fokusere mere på deres faglige udvikling, fordi andre aktører står mere for fx formidling.

Mange lokale udviklingsinitiativer igangsat af lokale græsrodder eller ildsjæle passer ikke umiddelbart særlig godt ind i det etablerede erhvervsfremmesystem. Der kan fx være tale om livsstilsentreprenører inklusive kunsthåndværkere, der ikke skelner så meget mellem hobby, interesselid og mere traditionel forretningsudvikling, og om initiativer, der i en etableringsfase kan trække på eksterne projektmidler. De lokale initiativer er ikke nødvendigvis tænkt ind i en traditionel forretningsudviklingsramme, måske fordi det drejer sig om kollektive tiltag som fælles formidling, etablering af fælles organisering, eller om gennemførelse af (mere afgrænsede) events. Dette passer ved første øjekast ikke nødvendigvis særlig godt ind i den eksisterende erhvervsfremmeindsats.

Hvis den kommunale landdistriktsindsats i større udstrækning skal inkludere erhvervsfremmevinklen, skal det dog være i form af en mere målrettet indsats mod *"livsstilsentreprenører og mikrovirksomheder, så det i større udstrækning bliver muligt at hjælpe i overgangen fra pilot-faser og afhængighed af eksterne projektmidler til en situation med en bæredygtig forretning, der kan give aktivitet og beskæftigelse i lokalområdet"* – Citat fra kilde 2, side 7.

Kollektivt gode: Tværfaglig og ligeværdig indsats om fælles mål

Maker's Island har en styregruppe, der arbejder usædvanligt godt sammen: Aktørerne tænker hinanden ind i deres projekter og deler forståelsen af, at samarbejdet er til gavn for dem alle. Det nære kendskab, styregruppemedlemmerne har fået til hinanden gennem arbejdet, beskrives som en katalysator, der nu gør det nemt at række ud, lave samarbejder og få ting til at ske. Den øgede information indenfor styregruppen og indenfor aktørernes netværk bidrager også til, at meget mere kan ske. Her spiller det også en rolle, at kunsthåndværkerne selv føler et nyt værd, så de tager flere tværfaglige og tværinstitutionelle initiativer.

Organiseringen af styregruppen er meget vellykket: Regionskommunen for bordenden, ACAB med medfødt næstformandskab i styregruppen og med en række 'tunge aktører' med omkring bordet. Det gør, at der er mange muskler til stede samtidig med, at kunsthåndværkerne oplever, at Maker's Island er noget, der "kommer fra dem selv" og ikke "oppefra". Yderligere er det tydeligt, at der også blandt styregruppens medlemmer er ildsjæle, og at der i høj grad lægges hjerteblood og frivillige timer i arbejdet.

I Bornholms tilfælde krævede det dog ikke bare, at de forskellige aktører var til stede; men også at der var en særlig anledning, titlen, og en brændende platform: risikoen for ikke at beholde denne anerkendelse ved de bi-årige evalueringer. Yderligere krævede det, at der øverst i den kommunale ledelse var blik for udviklingspotentialiet i kunsthåndværk som erhvervs- og stedsindsats for at muliggøre den kommunale 'investering' i dette.

Netop det ligeværdige samarbejde mellem meget forskellige aktører er noget, der fremhæves af internationale aktører indenfor kunsthåndværk som værende helt afgørende for den succes, Bornholms kunsthåndværk har opnået. De fremhæver fx det faktum, at kunsthåndværkerne har samme "agency", samme handlingskraft, som beslutningstagere fra fx kommune, kulturinstitutioner og erhvervsfremmeaktører. Som udefrakommende eksperter oplever de, at der er skabt en stolthed over det, der opnås i fællesskab; en stolthed, der fejres sammen og hvor alles bidrag anerkendes.

En kollektiv indsats på tværs af brancher om et fælles (ambitiøst) mål, som kommer alle deltagere til gode, er afgørende for at muliggøre et kvantespring indenfor et styrkeområde. At have en velfungerende styregruppe og et fælles sekretariat – og ikke mindst et tæt og trygt forhold medlemmerne og aktørerne imellem – har været helt afgørende for, at der har været så meget aktivitet. De fælles formulerede mål har sat en tydelig retning. Særligt sekretariatslederen har haft en vigtig rolle i at sikre og skabe en tæt og åben kommunikation.

"This collective, co-created, approach has made the role of craft much greater. [...] this approach that is at the heart of Bornholm's success."

– Nicky Dewar, British Craft Council



Intern formidling skaber grundlag for kollektive løft

I den bornholmske case er det tydeligt, at rigtig mange muligheder, aktiviteter og nye tiltag, der kommer hele økosystemet til gode, er skabt fordi nogen løfter det netop med tanke på fællesskabet. De skaber altså et 'kollektivt gode', som er et gode eller fortrin, der kommer alle aktører på Bornholm til gode når det først er skabt, uanset om aktøren har bidraget til skabelsen eller ej. Rigtig tit er de forskellige initiativer skabt med en stor del af frivilligt arbejde ved ACAB-medlemmer eller medlemmer af Maker's Island styregruppen.

Ressourcerne til skabelsen og vedligeholdelsen af disse kollektive goder kan nemt overses, selv om de er afgørende for den massive erhvervs- og stedseffekt som World Craft Region titlen og Maker's Island initiativet har haft for Bornholm. Særligt, hvis man ikke har tæt kontakt til aktører, der er medskabere af de kollektive goder, kan de nemt overses. Det gælder fx nyligt tilflyttede virksomhedsejere. Evalueringen af Maker's Island indsatsens første tre år konkluderer derfor, at det er vigtigt, at netop arbejdet med at skabe de kollektive goder synliggøres, så det ikke tages for givet, men værdsættes og bakkes aktivt op.⁸

Den interne kommunikation er løftet kollektivt på tværs af virksomheder, erhvervsfremmeaktører, foreninger, kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner, destinationsselskab og kommune, både gennem fokuseret arbejde med kommunikation og som en positiv sideeffekt af det øgede samarbejde. Den interne kommunikation undervurderes ofte, og selv om det er banalt, er det et vigtigt fokus. Det at arbejde kollektivt og relativt selvorganiseret er atypisk i forhold til gængs virksomhedsudvikling, men vi mener, at det er meget vigtigt i en koblet tilgang til erhvervs- og stedsudvikling. Værdsættelsen af det kollektive arbejde og de ekstra muligheder, der kommer indenfor rækkevidde, når aktørernes kræfter og netværk forenes, er helt central. Det gælder måske især i en landdistriktssammenhæng?

Destinationsselskaber har 'stedsudvikling' i sit DNA og kan spille en nøglerolle i lokale samarbejder og stedsbranding

Destination Bornholm har været helt afgørende i forhold til at udbrede kendskabet til World Craft Region titlen og fortællingen om Bornholm som kunsthåndværkdestination til turister og gæster. Destinationen har lavet særlige tematiske pressture for journalister. Det er med til at skabe ekstern omtale af Bornholm og bornholmsk kunsthåndværk. Den eksterne omtale har også en effekt lokalt – det er med til at gøre, at fx lokale beslutningstagere ser på det lokale kunsthåndværk med nye, mere anerkendende øjne.

De lokale destinationsselskaber og turismeaktører har en potentiel nøglerolle i koblede steds- og erhvervsudviklings-initiativer. Invitér det lokale destinationsselskab som en aktiv medspiller – eller en anden institution som fx et museum eller en forening – der er vant til at formidle til et bredt publikum og således har 'stedsperspektivet' helt inde i sit DNA. Når det lokale destinationsselskab og de lokale virksomheder, der nyder godt af turismen, men måske ikke har set sig selv som "turistvirksomheder", begynder at arbejde sammen, kan formidlingen nå meget bredere ud. Samtidig er destinationsselskabet en nøgleaktør til at facilitere et dybere kendskab blandt turismeaktører (overnatningssteder, restauranter, attraktioner) til en niche-sektor som fx kunsthåndværket og formidle, hvorfor et aktivt samarbejde kan være til fælles gavn og glæde. At sætte tal på betydningen af nichesektoren for tiltrækning af turisterne, kan også give vigtige argumenter for, at de to sektorer er 'i samme båd'.

Helhedsperspektiv på erhvervsudvikling i landdistrikter.

Kunsthåndværket på Bornholm er efter den internationale anerkendelse og den lokale indsats for at styrke erhvervet blevet en lokal vækstmotor. Beskæftigelsen indenfor kunsthåndværk er vokset med 31% fra 2017 til 2020, så der i 2020 var i alt 118 personer på Bornholm, der havde kunsthåndværk som hovedbeskæftigelse. For øvrige brancher under ét er beskæftigelsen faldet på Bornholm i samme periode.

Bornholms kunsthåndværk har yderligere stigende betydning for øens turisme og branding. Lige knap halvdelen af adspurgte turister vurderer at muligheden for at få oplevelser indenfor kunst og kunsthåndværk ligger helt i top. Dette er en markant stigning fra to år tidligere, hvor det var godt en tredjedel. De seneste tal viser, at for hele 19% af turisterne er kunst og kunsthåndværk et væsentligt motiv for at besøge Bornholm, et tal, der også er steget de seneste år.

Baseret på turismesatellitregnskabet og ud fra en konservativ antagelse om, at hvis blot 5% af turisterne ville blive væk, hvis der ikke var kunst og kunsthåndværk på Bornholm, beregnede CRT, at dette ville betyde en mistet værditilvækst på ca. 40 mio. kr./år og et fald i beskæftigelse på ca. 90 jobs.⁸ Foruden de jobs og den

værditilvækst, kunsthåndværkerne skaber direkte gennem deres virksomheder, fører den blomstrende kunsthåndværkssektor altså også til 'afledt' vækst indenfor turismen, endda en vækst, der beskæftigelsesmæssigt næsten står mål med den direkte vækst i kunsthåndværkssektoren.

Man må anlægge et helhedsperspektiv, når man vil forstå betydningen af en indsats indenfor brancher, der har en stærk stedsskabende kapacitet. Alene at se på effekter som øget omsætning indenfor kunsthåndværket ville fx betyde, at man overså vigtige effekter af det kollektive løft omkring kunsthåndværk, der kommer til udtryk hos turismeaktørerne. Det er fx den øgede vigtighed af kunsthåndværket som "reason to go"; og den øgede internationale omtale af, og derved øgede prestige for, et erhverv og for den destination, der er tale om. Stedeffekter vil også kunne ses i fx søgning på lokale uddannelsesinstitutioner, Artist-in-Residence muligheder, tilflytning eller attraktivitet for 'tilvalgsbeboere'.

Forståelsen af sammenhængen mellem på den ene side stedets fysiske, sociale og kulturelle kvalitet og på den anden side udvikling, turisme, og lokale

erhverv med stærk stedstilknytning og stedsudviklingspotentiale er vigtig for, at dette samspil kan italesættes og fremmes. Erkendelsen af denne gensidige forbundethed er afgørende for, at alle aktører er motiverede for at få løftet samspillet kollektivt. En kollektivt orienteret tilgang, der fokuserer på at skabe flest mulige åbninger for hinanden, snarere end en konkurrenceorienteret tilgang, fx om adgang til begrænsede midler, er ligeledes afgørende for at muliggøre et markant løft på tværs af sektorer.

En forskningsartikel om nichevirksomheders stedsudviklingsbidrag, der analyserer outdoor-virksomheder, argumenterer for relevansen af, at der også ses på mikro-virksomhedernes bidrag til stedsudviklingen – foruden det ofte begrænsede økonomiske overskud og den jobskabelse, som mikrovirksomhederne i stedstilknyttede sektorer bidrager med i landdistrikter. Bidrag til stedsudviklingen kan fx komme til udtryk gennem ny tilflytning, øget diversitet i virksomheder, translokale netværk og ny viden samt deres aktive engagement stedsudvikling og branding. Disse kvaliteter kan nemlig ses som vigtige for at styrke innovation, stedsattraktivitet og lokalsamfunds-resiliens yderområder, der ofte er økonomisk udfordrede.^{1,30}



Keramik, Oh Oak

Små virksomheder med stort stedsengagement kan påvirke stedsidentitet og branding

Den internationale anerkendelse af Bornholm som en helt unik kunsthåndværk-destination har med tiden trukket overskrifter mange gange. Den øgede omtale virker positivt tilbage på den lokale anerkendelse af erhvervet, den lokale forståelse af kunsthåndværk som en lokal styrkeposition, der er værd at investere i, samtidig med at den trækker flere gæster til og åbner døre i forhold til bl.a. udstillingsmuligheder og samarbejder. Det er med til yderligere at styrke Bornholms stedsbrand som en attraktiv ø med kreativitet i samspil med en smuk natur og et særligt lys. Kunsthåndværkerne kaster altså på trods af, at de fleste virksomheder økonomisk set er ganske små, et skær af eksklusivitet og kvalitet over øen, som kommer hele området til gode. Det styrker stedsattraktiviteten, hvilket kan aflæses i lokal stolthed, gæsters forventninger og i turismeomsætning. Det er yderligere med til at gøre det attraktivt for kunsthåndværkere at slå sig ned på Bornholm, fx i forbindelse med uddannelse på Det Kongelige Akademi. Det er også forfatterens forventning, at den øgede stedsattraktivitet alt andet lige påvirker mulighederne positivt for at tiltrække efterspurgt arbejdskraft indenfor alle mulige felter til øen.

"...it is the innovative approach to policy and planning at such a level and Maker's Island draw on natural resources, links to tourism and food that has resulted in enhanced economic and cultural recognition."

— Nicky Dewar, British Craft Council

I et kritisk perspektiv må man dog huske, at stedsbranding-processer altid er et partsindlæg i en fortsat diskussion om, hvordan et sted skal formidles og af hvem – og hvad der kvalificerer som "det gode ø-liv".

Klar stedsidentitet og stort stedsengagement blandt aktørerne er en vigtig motivation for samarbejdet om udvikling af et lokalt erhverv og dets koblinger til turismeerhvervet, kulturinstitutioner m.v.

Potentialerne i en koblet steds- og erhvervsindsats i landdistrikterne, særligt når der er tale om stedstilknyttede og stedsskabende erhverv som fx turisme, fødevarer, outdoor og kulturaktiviteter, er store.² Et lidt ældre dansk studie om iværksætter i danske landdistrikter viser, at entreprenører i landdistrikter ofte kombinerer stedsengagement og strategiske eksterne netværk for at skabe udviklingsmuligheder, både for stedet og for deres egne virksomheder.³⁰ Stedsudvikling og erhvervsudvikling går altså hånd i hånd for disse aktører.

"The interconnectivity of importance of place (physical and culturally), tourism / food, local economy (and therefore needs of the community) and making. These elements work hand-in-hand – feeding and nourishing each other, not conflicting."

— Nicky Dewar, British Craft Council

Gode ting tager lang tid

Den lokale strategiske kapacitet er i den bornholmske case udviklet af ACAB gennem etableringen af foreningen for over 20 år siden, dens ambitiøse, internationale mål, og gennem kunsthåndværkernes egen handlekraft og evne til at holde denne handlekraft ved lige. Støtten fra LAG-Bornholm, og ikke mindst den anerkendelse, der ligger i at modtage positive tilsagn fra LAG-Bornholm, var særligt i starten helt afgørende for, at ACAB blev til den stærke og velorganiserede forening, den er i dag.¹⁴ LAG-Bornholms visionære identifikation af kunsthåndværk som et vigtigt indsatsområde, og dens kontinuitet mht. dette igennem alle LAG-programperioder har været afgørende for opbygningen af den strategiske kapacitet i øens kunsthåndværkersammenslutning.¹⁵ Regionskommunens anerkendelse af det professionelle kunsthåndværk som et vigtigt område med potentiale for vækst indenfor såvel erhvervet selv, afledt vækst indenfor turismen samt tiltrækning af tilflyttere har ligeledes været helt afgørende. Forståelsen af World Craft Region-titlen og Maker's Island indsatsen som en investering, der skal have tid, er vigtigt. Endnu en pointe omkring tid er, at det tager tid at etablere den tillid og de relationer, der har været afgørende for at skabe succesen i den bornholmske case.

Geografiske styrkepositioner er noget, der ofte involverer opbygning af lokale organisationer, kompetencer og samarbejder. Det tager tid. Den "strategiske kapacitet" i landdistrikter, altså den organisatoriske kapacitet og erfaring med projektledelse og samarbejder, som det kræver at indgå i eller tage initiativ til større og måske internationale samarbejder, er vigtig.³¹

En lang tidshorisont så vel som en kontinuerlig støtte er vigtig for, at potentialer og initiativer, der måske kræver en lang modningstid, også kan løftes.³²

Analysen af den kommunale landdistrikt-sindsats fra 2020 slog fast, at institutionel kapacitetsopbygning som minimum fordrer både øget viden og udbyggede relationer.² Hvordan kan man gøre det? Forfatterne til denne analyse vurderer, at såvel blikket for de lokale styrker (og ildsjæle) og forståelsen af steds- og erhvervsudvikling som noget, der kræver langsigtede og kontinuerlige indsatser, er vigtig – fx hos kommuner og i LAG'er, men også gerne hos fonde og regionale og nationale aktører. Samtidig kan forståelsen af vigtigheden af samarbejder og af en kollektiv indsats hos de lokale aktører ikke understreges nok. At opbygge netværk på mange niveauer og udvikle (og finansiere) institutionel kapacitet kræver typisk et mangeårigt arbejde.

Firstmovers kan få yderligere vind i sejlene

At Bornholm blev den første ø i verden og det første sted i Europa, der fik World Craft Region titlen, er noget, der ofte fremhæves i internationale omtaler. Det er noget, der sandsynligvis bliver ved med at blive nævnt. Initiativet Regional Madkultur, som startede i et bornholmsk/skånsk samarbejde for 25 år siden og voksede sig til en europæisk bevægelse, har på samme måde ofte bragt Bornholm i søgelyset som arnested og et sted i stadig udvikling.

Det kræver mod – og fremsynethed – at identificere og satse på lokale potentialer, før de er 'alment accepteret' som styrkeposition. Og det kræver endnu mere mod at holde fast i en kontinuerlig satsning over mange år. Men det ser ud til, at det er nødvendigt for at lokale styrkepositioner kan udvikle sig organisk, dvs. på en måde, så de i meget stor grad er selv bærende. At være first-mover er med til at sikre en vis tilbagevendende opmærksomhed fra omverdenen. Det giver måske blod på tanden til at se sig om i sit lokalområde efter eksisterende potentialer, der med fordel kan satses langsigtet på og udvikles...





Monitorering, evaluering, og videndeling

Indsamling af lokale data er et nøgleelement i at kunne følge udviklingen og fx evaluere effekten af indsatser og evt. justere disse. I regi af ACAB har der været en vigtig tradition for at indsamle nøgleparametre fra medlemmerne for at kunne følge og dokumentere udviklingen i fx omsætning, besøgstal, udstillingsvirksomhed m.v. Disse data har gentagne gange været anvendt i fondsansøgninger, evalueringer m.v. En analyse af indtjening, arbejdstid, ønsker til kompetenceudvikling, m.v. fra 2018 viste kunsthåndværkernes generelt lave indkomst trods tårnhøje faglige niveauer.¹⁶ Dette var med til at anspore nøglepersoner til at arbejde for at ændre denne situation. Resultaterne fra midtvejs- og slutevaluering af Maker's Island initiativet har bl.a. været formidlet i lokale medier, ligesom repræsentanter for BRK fremhæver evalueringens resultater som noget, der er med til at sikre, at de står på en solid platform, når de har skullet tage beslutninger om fremtidige investeringer.

Højt specialiserede og internationale netværk som fx World Craft Region netværket er en kilde til inspiration, ny viden og fælles projektudvikling.

At kunne dokumentere en særlig udvikling eller effekten af specifikke tiltag giver et vigtigt grundlag for at justere og optimere den indsats, man laver sammen. Yderligere kan det give grundlag for fx politiske beslutninger om nye

investeringer eller fortsættelse af indsatser. Selv om det ikke altid er muligt med de givne ressourcer at skaffe den ideelle dokumentation, kan der ofte, selv med små midler, designes måder at registrere, hvordan nøgleparametre udvikler sig. En deltagerbaseret monitorering og evaluering er en oplagt mulighed. Det kræver dog, at det er tænkt med fra starten af en indsats, eller eventuelt allerede forud for denne.

Der er ikke mange overkommunale aktører med fokus på landdistriktsudvikling. Ifølge den tidligere omtalte analyse af den kommunale landdistriktsindsats² identificeres Kommunernes Landsforening og Landdistrikternes Fællesråd som aktører, der arbejder med at sikre videns- og informationsdeling mellem fx landdistriktsansvarlige i kommunerne. Efter at regionerne har mistet ansvaret for erhvervsfremme er det forskelligt, hvor aktive de er på feltet. Regionerne har dog en unik mulighed for at løfte vidensdeling omkring regional udvikling, og ovennævnte analyse anbefalede, at der på overordnet niveau ses på, hvordan den danske regionaludviklingsindsats organiseres og prioriteres, særligt i lyset af den seneste erhvervsfremmereform.² En opsamling af best-practice eksempler fra regionernes arbejde omkring at få steds- og erhvervsudvikling til at gå hånd i hånd kunne være ønskeligt.



Keramik, Michael Geertsen

Bred ejerskab og koordinering ud

Fremadrettet arbejdes der på at finde modeller, hvor der er øget ejerskab og selvorganisering af events og projekter, så Maker's Island sekretariatet ikke skal ind over alt. Det går i den rigtige retning, hvor flere og flere tværsektorielle samarbejder, der er med til at udvikle kunsthåndværket som erhverv, sker gennem direkte kontakter mellem parterne, uden at Maker's Island sekretariatet nødvendigvis er involveret. Der bruges meget tid på koordinering, både i styregruppen og i kontakter, som sekretariatet er med til at starte gennem billateraler møder. Udveksling af viden og grundning information om, hvad hver partner i styregruppen arbejder på, er vigtig fordi det skaber grobund for forbindelser og samarbejder.

Det kræver en stor indsats indenfor koordinering, hvis man skal kunne tænke aktiviteter smartere ind i forhold til det, hver enkelt aktør allerede laver. Man skal passe på ikke at spare succeser ihjel ved at tro, at ting kører af sig selv og ikke længe kræver fortsat understøttelse.

Glas, Glød Glass Studio

Involvering af regionale og nationale aktører

Selv om der er en udbredt forståelse blandt politikere i BRK om, at "vi ikke har råd til at lade være med at investere" i et initiativ som Maker's Island, så er virkeligheden den, at kommunalbestyrelsen sandsynligvis ikke har råd til at fortsætte. Og derfor må lade være. Ligesom den må skære alt muligt andet, der efterlader 'ubetalte regninger' til fremtidens bornholmere, hvad enten det er i form af mistrivsel i skoler og børnehaver eller erhvervsmæssige og kulturelle aktiviteter, der har vist sig at skabe fremragende synergieffekter, men som alligevel må spares væk.

Man kunne synes, at det må være en oplagt kommunal opgave at investere i steds- og erhvervsudvikling, der går hånd i hånd. Det kan være investeringer, der kommer landdistriktet, dets

lokalsamfund, indbyggere og erhvervsudviklingen til gode. Det kan være investeringer, der er så gode, at man ikke burde have råd til at lade være med at foretage dem. Men – vi er i en tid, hvor landkommunerne notorisk fattes penge og må skære i budgetterne, selv på kerneydelser. Er det overhovedet realistisk at kigge mod kommunale aktører for at lede og medfinansiere denne type af udviklingsindsats i fremtiden?

For at skabe den bedste udvikling for danske landdistrikter inklusive deres erhvervsudvikling og bosætnings- og turismemæssige attraktivitet, opfordres aktører på centralt og nationalt niveau til at engagere sig i og være med til at skaffe finansiering til initiativer af den type, hvor steds- og erhvervsudvikling går hånd i hånd.



8 • anbefalinger

Publikationen har undertitlen "Når erhvervs- og stedsudvikling går hånd i hånd". Det er dette følgeskab, der er lykkedes så utrolig fint i den bornholmske indsats for kunsthåndværk og relaterede erhverv som turisme og fødevarer. Og det er et følgeskab, vi mener hidtil har været underbelyst i en dansk sammenhæng, særligt i forhold til yderområder, hvor turisme og "små livsstilsvirksomheder" ofte udgør en væsentlig del af den lokale økonomi. På baggrund af de læringspunkter, der er trådt frem igennem analysen af indsatsen indenfor en type erhverv, der i særlig grad har potentiale for at præge eller være med til at brande et lokalområde, præsenterer vi 9 anbefalinger.

1 Udvikl den lokale strategiske kapacitet. Den lokale kapacitet til at håndtere store, komplekse processer og til at bevare fremdriften selv i meget langvarige processer, er en helt fundamental ressource for den borger-, forenings-, og virksomhedsdrevne steds- og erhvervsudvikling. Det kræver udholdenhed, som igen kræver overblik. Civilsamfundsorganisationer, foreninger, brancheforeninger, kulturinstitutioner og små virksomheder, inklusive de livsstilsprægede, har ofte stor innovationskraft. Yderligere har de ofte et ekspertkendskab indenfor deres niche, ligesom de har faglige netværk, der ofte er opbyg-

get igennem mange år. Hvor det kobles med lokal strategisk kapacitet, kan det vise nye og overraskende veje. Kommunerne og de lokale LAG'er anbefales derfor at fokusere mere på kapacitetsopbygning og samskabelsesprocesser; og at anerkende vigtigheden af netop de netværk, som de mindre aktører har. Landdistriktsforskningen viser, at den lokale kapacitet til selvorganisering er en vigtig parameter for en succesfuld lokal udviklingsproces.² Bornholms Maker's Island indsats er et godt eksempel på dette, hvor det har udgjort hele fundamentet for udviklingen!

2 Sikr en tættere koordinering mellem fagpersoner med fokus på stedudvikling og fagpersoner indenfor erhvervsfremme. Den tættere koordinering kan sikre overblik over muligheder og behov for erhvervsrådgivning, særligt for de mere livsstilsprægede iværksættere og for gråzonen af initiativer, der kombinerer civilsamfunds- og erhvervsrettede formål. At indarbejde en større grad af erhvervsudvikling i kommunernes arbejde med stedsudvikling er netop en af hovedanbefalingerne fra en nyere analyse af den kommunale landdistriktsindsats.² Når lokal strategisk kompetence og koordination kobles, muliggøres partnerskaber og samarbejder mellem forskellige typer af aktører som fx destinationsudviklingselskaber, brancheorganisationer og erhvervsfremmeaktører. Koordinering – og god tid til det – er vigtig, hvis man skal tænke aktiviteter smartere ind i forhold til de ting, hver enkelt allerede laver.

Keramik, Mie Mølgaard



3 Overvej kollektive tilgange til at løse lokale udfordringer. Kommuner, erhvervsfremmeaktører og lokale aktører indenfor fx kunsthåndværk, kultur, fødevarer, outdoorturisme osv., anbefales at overveje mulighederne for at anvende en kollektiv tilgang til at få erhvervsudvikling og stedsudvikling til at gå hånd i hånd indenfor særlige fokusområder. Fælles mål og en fælles forståelse af den del, hver enkelt udgør af helheden, skaber et nyt og frugtbart udgangspunkt for øget samarbejde og gensidigt komplementære input.

4 Sigt efter stjernerne. Hav modet og åbenheden til at møde høje ambitioner med interesse, ikke jantelov. Det er nemt at blive 'hjemmeblind', og derfor overse, at man til hverdag nyder godt af noget, der faktisk er i verdensklasse. Måske skal man se det store i det små. Måske skal historien vinkles på en særlig måde...

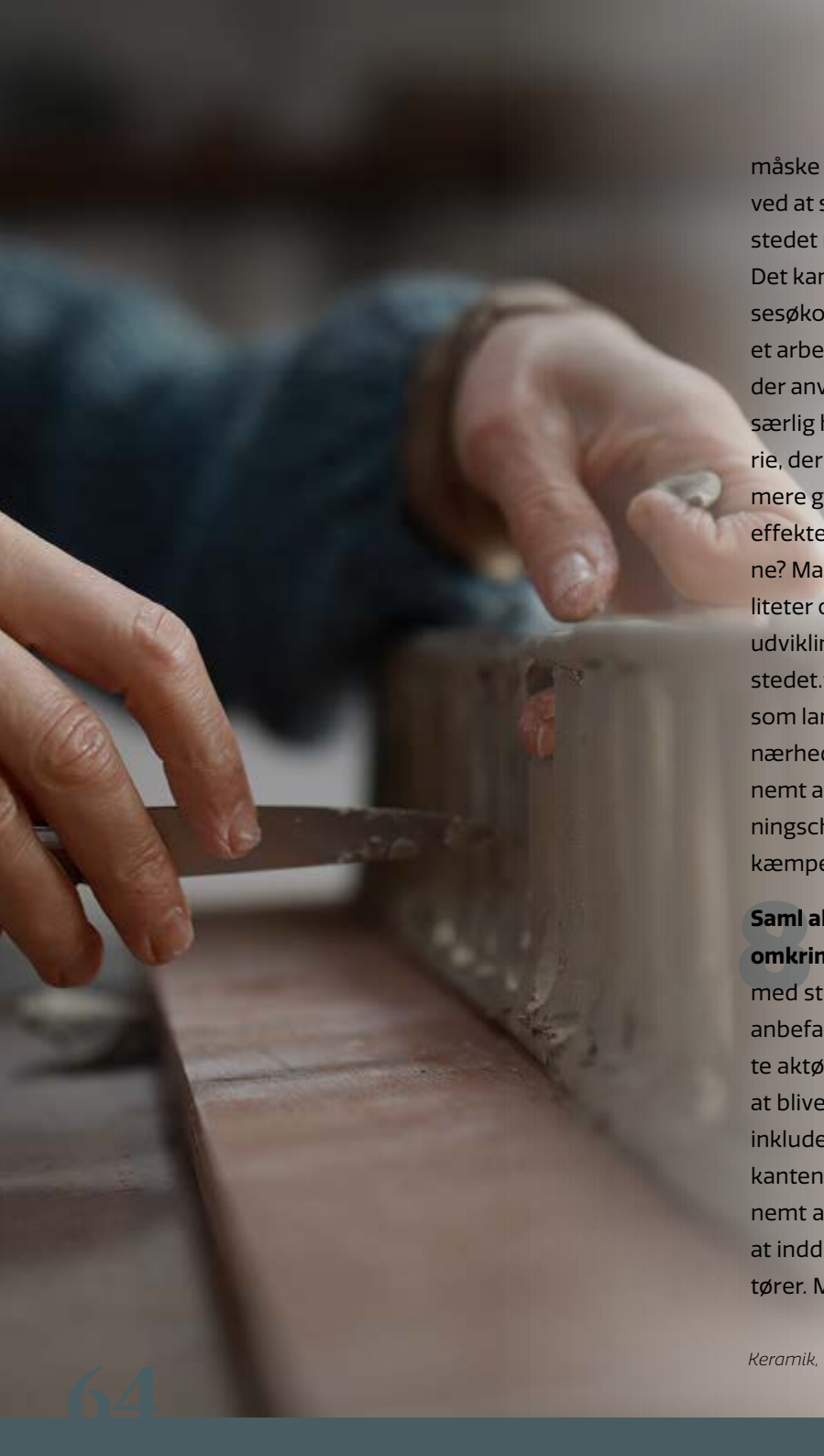
5 Sæt det lange lys på og hold det tændt. At arbejde hen mod store mål tager tid – og besværliggøres meget, hvis det hakkes op i mindre bidder. En vigtig anbefaling til kommuner og LAG'er og aktører/foreninger er derfor at skabe mest mulig kontinuitet i indsatser indenfor tematiske områder. Opbygning af tillid tager også tid. Tilliden opbygges via "anledninger", som fx fælles aktiviteter, der foregår over en længere periode. Netop fordi de ambitiøse mål nås på den lange bane, er det vigtigt at holde fokus og støtte, også i nedgangstider. Det er en langsigtet investering, man er i gang med. På grund af det lange tidsperspektiv er det også vigtigt at kende og forstå sin historie. Hvad var afgørende faktorer i at få et samarbejde op at stå? Formår man at pleje og nære de faktorer, så kilden til succes ikke tørrer ud? Noget, der er bygget op over årtier, kan ødelægges på rekordfart, hvis man ikke forstår, hvad man har med at gøre. Pulje og fonde anbefales at anerkende behovet for de kontinuerlige, længerevarende udviklingsprocesser, der også indeholder konsolidering. At kræve, at projekter skal være "nye" for at opnå støtte, risikerer at understøtte en tendens til døgnfluer, til "boom & burst". Anerkendelsen af det længerevarende behov for en vis ekstern støtte til at sikre konsolidering og rodfæstning kunne være med til at afhjælpe denne udfordring.

6 Selv bragende succeser kan være sårbare og sprøde. Det kan virke modsætningsfuldt, men det er det ikke. Det hænger sammen med, at samarbejder sker mellem mennesker, og ofte er der nøglepersoner, uden hvem systemet ikke ville fungere – i hvert fald ikke på samme måde. De skaber det kit, der binder tingene sammen og får enderne (og partnerne) til at mødes. Det kan være gennem at række ud, gennem kommunikation eller gennem at sikre et flow af information og koordination. En succes, der buldrer derudaf, kan se ud som om det nærmest sker af sig selv. Men det gør det ikke. Effekten af disse nøglepersoners næsten usynlige arbejde kan ikke påskønnes og understøttes nok. Når noget er en stor succes, kommer der typisk endnu flere aktiviteter end forventet – og det kræver en fordeling af ansvar, uddelegering af opgaver osv., så ingen brænder ud.

Kig efter, hvordan stedsudvikling og erhvervsudvikling spiller sammen. I landdistrikter er der ofte mange små virksomheder, og ofte udgør turisme- og livsstilsvirksomheder en god bid af de 'byggeklodser', man som kommune har at arbejde med i sine erhvervsrettede tiltag. Ved at se bredere på mikrovirksomhedernes aktuelle og potentielle betydning, kan man ofte styrke såvel virksomhederne, stedet og dets branding. Det kan fx være ved at se på, hvad mikrovirksomheder betyder for fx tilflytning – fordi tilflytterne



Glas, Pernille Bülow



måske kommer med egen virksomhed. Eller ved at spørge, hvordan de er med til at gøre stedet mere attraktivt at bebo eller besøge. Det kan være virksomheder, der har et oplevelsesøkonomisk element som fx en gårdbutik, et arbejdende værksted eller en virksomhed, der anvender lokale ressourcer og fortæller en særlig historie – en lokal historie eller en historie, der er relevant gennem engagement med mere globale dagsordener. Hvad er de afledte effekter af mikro- eller niche-virksomhederne? Mange niche-virksomheders særlige kvaliteter og værdiskabelse kan anvendes i lokale udviklingssammenhænge eller i branding af stedet.⁴¹ Husk, at en af de komparative fordele som landdistrikter har i forhold til storbyer, er nærheden og det gode personkendskab. Det er nemt at række ud til en borgmester, en forvaltningschef eller en museumsdirektør. Det er en kæmpe ressource.

Saml alle relevante aktører og dem lige

omkring. Når et erhvervsudviklingsprojekt med stedsudviklingsselementer løbes i gang, anbefales fx kommunen at samle alle relevante aktører, inklusive dem, der kunne tænke sig at blive samarbejdspartnere i fremtiden. Det inkluderer de aktører, der ser sig selv som "på kanten af erhvervet". Det er ikke nødvendigvis nemt at se, hvad der udgør relevante aktører at inddrage, ud over de helt oplagte nøgleaktører. Men bredden i aktører og kompetencer

er vigtigt for at opnå en helhedsorienteret indsats, der kan komme mange til gode. Yderligere er der en balanceakt i forhold til, at aktørerne, der samles om at skabe nye, kollektive goder, gør det "for sig selv", samtidig med, at det kommer alle andre til gode. Det vil ikke kunne fungere, hvis aktører skal ofre sig eller gøre det for andre.

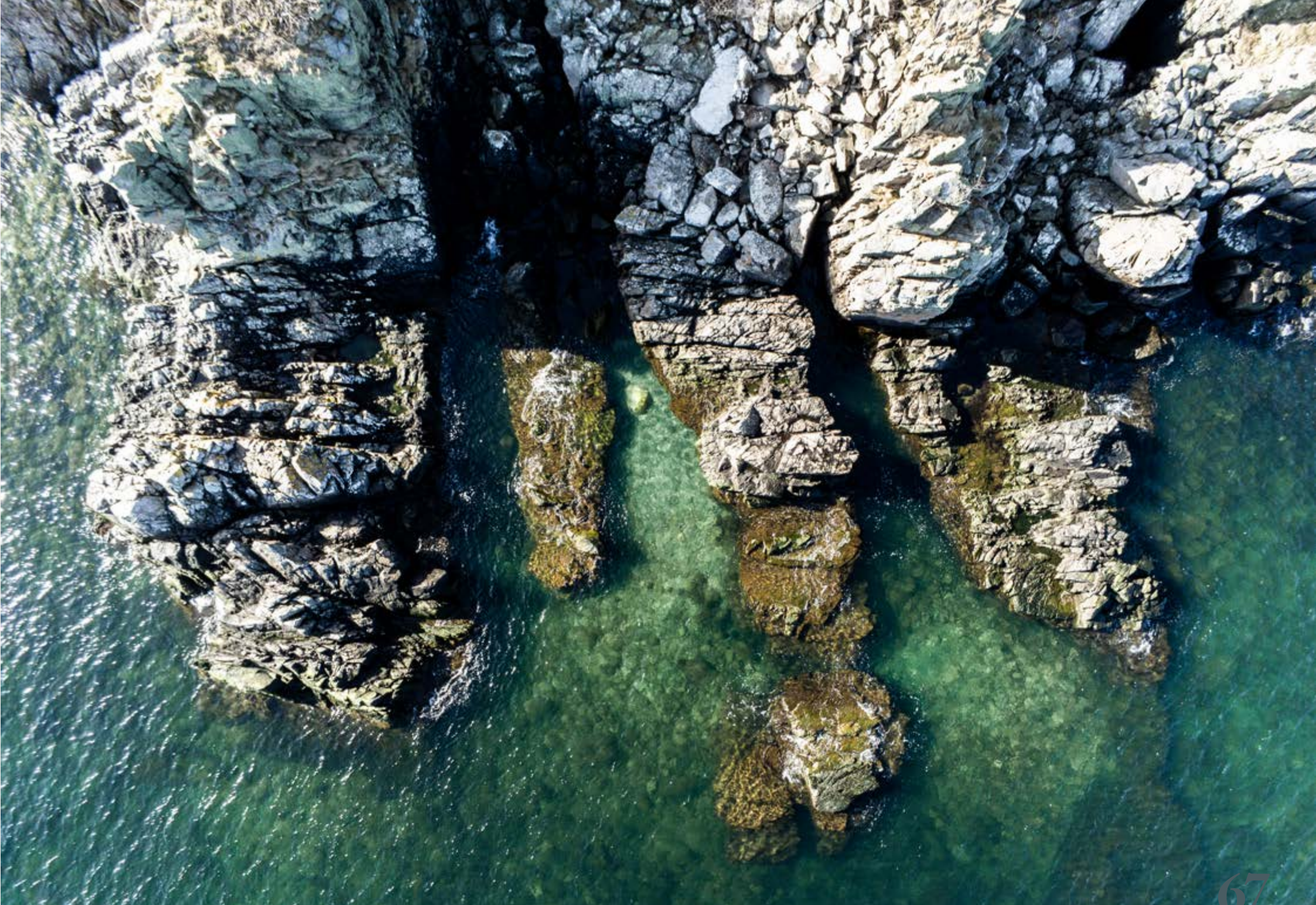
Gød det lokale engagement; skab ligeværdige samarbejder. Lyt til aktørerne og de berørte. For at energien kan bevares i langvarige udviklingsprocesser, er det helt afgørende, at aktørerne har et ejerskab til processen, til projektet. Det er vigtigt, at ideer og planer for udviklingen i lokalområder i videst muligt omfang formuleres af de berørte. Altså fx af en lokal forening. Samarbejdet skal forgå i gensidig respekt og øjenhøjde – selv når det er mellem meget forskellige parter. At opnå noget i fællesskab, hvor alles bidrag anerkendes, giver en stolthed og noget at fejre sammen, noget at kæmpe for sammen.

9 • Checkliste – inspiration til landdistriktsaktører

- ✓ Stil skarpt på den stedsmæssige tilknytning af et (niche) erhverv; eller hvordan det kan blive tydeligere, hvordan det knytter sig til stedet.
- ✓ Saml repræsentanter for de relevante aktører i 'økosystemet' omkring niche-erhvervet, plus repræsentanter for aktører, der grænser op til det.
- ✓ Arbejd på at formulere en fælles vision og et fælles mål – noget, alle kan se sig selv i; noget, som alle vil drage nytte af og hvor den enkeltes betydning for helheden også bliver klar.
- ✓ Formuler en fælles strategi; og bliv enige om hvordan og hvornår, der måles på fremskridt.
- ✓ Sæt ressourcer af til processerne; til facilitering; til sekretariatsstøtte.
- ✓ Arbejd på at sikre en så langsigtet økonomi som muligt – at arbejde mod store mål kræver lang tid.
- ✓ Kommunikation og koordination mellem aktørerne er alfa og omega.
- ✓ Formidling om erhvervets direkte og afledte betydning, både lokalt og nationalt/internationalt, er en vigtig brik i at øge bevidstheden om og anerkendelsen af niche-erhvervet samt at skabe afledte effekter fx i turisme.
- ✓ Som landdistriktskommune har man noget, storbyer ikke har: Nærhed. Godt personkendskab. Det er nemmere at række ud til fx borgmester eller chef for et forvaltningsområde, et museum eller en skole i en landkommune, end i København. Husk, at det er en kæmpe ressource.

10 • Referencer og links

- ¹ Broegaard, R. B. (2020). Rural destination development contributions by outdoor tourism actors: A Bornholm case study. *Tourism Geographies*, doi.org/10.1080/14616688.2020.1795708
- ² Hedetoft, A. & Broegaard, R. (2020): Den kommunale länddistriktsindsats. Hovedrapport. Nexø: Center for Regional- og Turismeforskning, August 2020. 90 sider. crt.dk/wp-content/uploads/2020CRT_Kommunerne_Landdistriktsindsats_hovedrapport.pdf
- ³ Realdania, realdania.dk/projekter/collective-impact
- ⁴ Kania, J., & Kramer, M. (2011). Collective Impact. *Stanford Social Innovation Review*, 9(1), 36–41. doi.org/10.48558/5900-KN19
- ⁵ Realdania (2022): Syv danske collective impact-inspirerede initiativer 2014–2022. Eksempelsamling. 92 sider. realdania.dk/publikationer/faglige-publikationer/syv-danske-collective-impact-inspirerede-initiativer-2014-2022
- ⁶ Arts & Crafts Association Bornholm (2012): Kunsthåndværk på nethinden. Rønne, Arts & Crafts Association Bornholm. 151 sider.
- ⁷ Broegaard, R. B. & Hedetoft, A. (2022): Maker's Island Bornholm. Midtvejs-evaluering 2021. Hasle, Center for Regional- og Turismeforskning. 53 sider. crt.dk/wp-content/uploads/Makers-Island-Bornholm-Midtvejsvaluering-2021..pdf
- ⁸ Broegaard, R. B. & Hedetoft, A. (2023): Slutevaluering Maker's Island Bornholm, 2019–2022. Center for Regional- og Turismeforskning (CRT), Hasle. 75 sider. crt.dk/wp-content/uploads/Makers-Island-slutevaluering-2019_2022..pdf
- ⁹ Bornholms Regionskommune (2017). Application to the WCC that the Region of Bornholm becomes a World Craft Council Craft City (March 2017, 14 sider). BRK.
- ¹⁰ bornholms-kunstmuseum.dk/da/udstillinger/den-faste-samling/kunsthandvaerk/
- ¹¹ kglakademi.dk/vaerksted/glas-og-keramikvaerkstedet-bornholm
- ¹² Bang & Kastrop (2004): Håndarbejde & Håndværk – 25 år med en uddannelse. Jubilæumsskrift. Håndarbejdets Fremmes Seminarium. 190 sider.
- ¹³ Rømer, L., & Topsø Larsen, K. (2013). Creative communities in rural areas: A case from Bornholm. crt.dk/wp-content/uploads/01_Creative_Communities.pdf
- ¹⁴ Jönsson, M., & Hammer, B. (2022). 20-års jubilæum ACAB. Tale til åbning af jubilæumsudstilling. Bornholms Center for Kunsthåndværk – Grønbechs Gård, 4 sider.
- ¹⁵ Hedetoft, A. & Broegaard, R. B. (2022): Evaluering af LAG/FLAG Bornholm. Center for Regional- og Turismeforskning (CRT), Hasle. 76 sider. crt.dk/wp-content/uploads/Evaluering-LAG-FLAG-Bornholm.pdf
- ¹⁶ Broegaard, R.B. og Andersen, L.F. (2018): World Craft Region-titlen som aktiv for Bornholms kunsthåndværk og turisme – hovedrapport. 121 p. Nexø, Center for Regional- og Turismeforskning. crt.dk/wp-content/uploads/2019/01/World-Craft-Region-Title-som-aktiv-for-Bornholms-kunsthandvaerk-og-turisme_24102018.pdf
- ¹⁷ Allen, L., Ireland, C. C., Henriksen, H., & Crafts, N. (2017). WCC Crafts City Jury Report (2 sider). World Craft Council Europe.
- ¹⁸ Brev fra næstformand i ACAB og regional repræsentant i WCCE til Erhvervs- og beskæftigelsesudvalget, Bornholms Regionskommune, 13. juni 2016. 3 sider.
- ¹⁹ Kommissorium for World Craft Region styregruppe vedtaget af Klima- og Bæredygtighedsudvalget (som daværende viceborgmester var formand for) den 28. januar 2019. Kommissoret er siden revideret.
- ²⁰ Maker's Island Bornholm strategi 2020–2022. 6 sider. Opdateret januar 2021. brk.dk/Erhverv/Documents/Strategi%202020_FINAL_opd.%20januar%202021.pdf
- ²¹ Evaluering af kompetenceprogram for bornholmske kunsthåndværkervirksomheder 2020. Maker's Island, Øernes Kunstfond, Bornholms Regionskommune. 11 sider.
- ²² Broegaard, R.B. & Hedetoft, A. (2023): Bornholm Craft Weeks. Evaluering 2022. Center for Regional- og Turismeforskning (CRT), Hasle. 38 sider. crt.dk/wp-content/uploads/Bornholm-Craft-Weeks-Evaluering-2022.pdf
- ²³ Jul, C. (2022): "Bornholm – en kunsthåndværkerø i vækst". Kapitel i bogen "Værdi, vækst og virkelighed. Hvad kunsthåndværk og design gør for mennesker og samfund. Nu og i fremtiden", udgivet af Statens Kunstfond. Side 56–75.
- ²⁴ Manniche, J., & Larsen, K. T. (2013). Experience staging and symbolic knowledge: The case of Bornholm culinary products. *European Urban and Regional Studies*, 20(4), 401–416. doi.org/10.1177/0969776412453146
- ²⁵ Gyimóthy, S. (2017) The reinvention of terroir in Danish food place promotion. *European Planning Studies*, 25:7, 1200–1216. DOI: 10.1080/09654313.2017.1281229
- ²⁶ Carson, D. A., Carson, D. B., & Eimermann, M. (2018). International winter tourism entrepreneurs in northern Sweden: Understanding migration, lifestyle, and business motivations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(2), 183–198. doi.org/10.1080/15022250.2017.1339503
- ²⁷ Topsø Larsen, K., Broegaard, R.B. & Havtorn Larsen, L. (2018): Nye stemmer i länddistrikterne. Lokal udvikling gennem translokale fællesskaber. Center for Regional- og Turismeforskning (CRT), Nexø. 236p. crt.dk/media/100660/Nye-stemmer-i-landdistrikterne_2018.pdf
- ²⁸ Vuin, A., Carson, D. A., Carson, D. B., & Garrett, J. (2016). The role of heritage tourism in attracting "active" immigrants to "low amenity" rural areas. *Rural Society*, 25(2), 134–153. doi.org/10.1080/10371656.2016.1194324
- ²⁹ homofaber.com/en/itinerary/bornholm-the-wonders-of-the-craft-island-d9nif8
- ³⁰ Korsgaard, S., Ferguson, R., & Gaddefors, J. (2015). The best of both worlds: How rural entrepreneurs use placial embeddedness and strategic networks to create opportunities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(9–10), 574–598. doi.org/10.1080/08985626.2015.1085100
- ³¹ Tanvig, H. W., Andersen, I. N., & Bech, U. (2016). Organisering af lokalsamfunds udviklingsarbejde: Lokal strategisk kapacitet i länddistrikter. Institut for Geovidenskab, Københavns Universitet. static-curis.ku.dk/portal/files/164815803/Organisering_af_lokalsamfunds_udviklingsarbejde_web.pdf
- ³² RegLab (2021): Hvorfor steder vokser? En analyse af, hvad der kendetegner succesfulde regionale og lokale udviklingstiltag. 57 sider. oxfordresearch.dk/wp-content/uploads/2021/09/fokusanalyse-hvorfor-vokser-steder-oxford-research.pdf
- ³³ Jøker Johnsen, S., & Rothwell, S. (2021). The Importance of Place. *European Glass Context 2021 in Bornholm. Neues Glass/New Glass: Art & Architecture*, 42–45.
- ³⁴ Karan Thompson Consulting Limited (KTCL). (2015). Developing the vision for Waterford as an international centre for glass design and making. europeanceramiccontext.com/about
- ³⁵ europeanceramiccontext.com/about
- ³⁶ Thomas, A. (2017). Når vi klynger os til håb. Synspunkt i Bornholms Tidende, 23. august 2017, side 11.
- ³⁷ businesscenterbornholm.dk/nyheder/baeredygtigt-samarbejde
- ³⁸ acab.dk/jul-paa-hjorths-fabrik
- ³⁹ contemporary-objects.com/about
- ⁴⁰ Hephaestus. Heritage in Europe: New technologies in craft for preserving and innovating futures. hephaestuscraft.eu
- ⁴¹ Broegaard, R. B., Topsø Larsen, K., & Havtorn Larsen, L. (2019). Translocal communities and their implications for place branding. In A. Lucarelli, C. Cassinger, & S. Gyimóthy (Eds.), *Nordic Place Branding* (pp. 109–123). Edward Elgar Publishers. doi.org/10.4337/9781788974325
- ⁴² groenbechsgaard.dk
- ⁴³ ARTS & CRAFTS ASSOCIATION BORNHOLM – acab.dk
- ⁴⁴ Lynn, J., Stachowiak, S., Gase, L., Ross, J., Oppenheimer, S., Dane, A., Akey, T., Beyers, J., Chew, A., Habtemariam, E., Gutierrez, J., and Orians, C. (2018). When Collective Impact has an impact. A cross-site study of 25 collective impact initiatives. Spark Policy Institute and ORS Impact. Denver and Colorado, 124 sider. orsimpact.com/directory/ci-study-report.htm
- ⁴⁵ hjorthsfabrik.dk/da/fabrikken
- ⁴⁶ Hansen, E., & Jensen, B. E. (2018). Lokal ledelse, lokal vækst. Når steder og mennesker skaber forandring og udvikling. København: Gyldendal. 184 sider.



Publikationen “Kunsthåndværkernes ø. Når erhvervs- og stedsudvikling går hånd i hånd” er et af resultaterne fra et samarbejdsprojekt mellem Arts & Crafts Association Bornholm (ACAB), Maker’s Island, Det Kongelige Akademi og CRT med støtte fra Plan- og Landdistriktsstyrelsens Landdistriktspulje.

Det primære sigte med projektet var kunsthåndværkervirksomhedernes faglige og økonomiske fortsatte udvikling, og sekundært var målet at kortlægge og formidle hvorledes kunsthåndværkets samarbejder med andre aktører også styrker andre dele af lokalområdet. Projektet har bl.a. medført international udveksling, samarbejde og netværksdannelse mellem de eksisterende World Craft Regions/Cities i Europa gennem topmøder for kunsthåndværk på Bornholm i september 2022 og 2023. Derudover er der i projektet gennemført en efteruddannelse i digitale værktøjer og 3D printning for etablerede kunsthåndværkere på Det Kongelige Akademi i Nexø. Efteruddannelsen har både ført nye netværksmuligheder og ny viden med sig.

