

Outdoor Bornholm – en spirende innovationsøkologi?

Emil Holland, CRT
Rikke Brandt Broegaard, CRT

Bornholm har et strategisk fokus på outdoor-turisme, og InnoCoast analyserer og bidrager til øens indsats for at blive outdoor-destination for at opnå en bedre forståelse af, hvordan innovation foregår og kan understøttes. Resultaterne kan anvendes som input til lokale aktørers arbejde med at styrke Bornholm som outdoor-destination. I stedet for "værdikæder" benytter vi dog begrebet "innovationsøkologier", som introduceres i InnoCoast Input 2. I dette Input beskriver vi, hvordan begrebet kan anvendes til nysgerrigt at udforske, hvordan et spirende arbejde med outdoor-turisme udfolder sig.

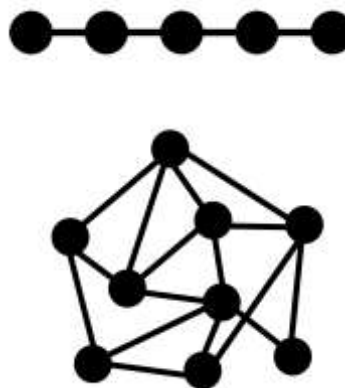
Vi har interviewet 25 bornholmske aktører, der laver outdoor-aktiviteter, sælger services, laver events eller er med til at markedsføre Bornholm som outdoor-destination. Aktørerne er alsidige og inkluderer mikro- og små virksomheder, foreninger og myndigheder. Virksomhedsejerne er drevet af mange forskellige motiver, men ofte er en stærk passion for den specifikke outdoor-aktivitet en afgørende drivkraft. Mange har desuden virksomheden som (sæsonbetonet) deltidsbeskæftigelse.

Vi følger også projektet Signaturoplevelse Outdoor Bornholm under Dansk Kyst- og Naturturisme (DKNT), som ledes af Destination Bornholm, hvor mange af de interviewede aktører deltager. Formålet er at skabe et outdoor-netværk, der gennem workshops og netværksmøder fører til udvikling af nye outdoor-produkter og øger omsætningen hos de deltagende virksomheder.

Værdikæde, netværk eller innovationsøkologi – hvad er forskellen?

Det hidtidige arbejde har givet anledning til en række overvejelser om begrebet innovationsøkologier, og hvordan det adskiller sig fra eksempelvis værdikæder og netværk. I det følgende gennemgår vi begreberne kort, og vi argumenterer for, at innovationsøkologier skaber analytisk opmærksomhed på vigtige aktører, som ellers let overses.

Værdikæder er et begreb, som nok er veldefineret i akademisk litteratur, men i praksis ofte bruges til at betegne enhver form for samarbejde, som har et produkt eller en service som omdrejningspunkt. Metaforen "kæder" frembringer et billede af lineære relationer, som skaber værdi ved, at aktørerne udfører forskellige opgaver i forhold til det produkt eller den service, der skabes.



Netværket som metafor for samarbejde og samskabelse gør op med den linearitet, der præger værdikædebegrebet. I stedet er der her fokus på mange relationer, som ikke nødvendigvis handler om et direkte samarbejde om et produkt eller en service. Metaforens styrke ses tydeligt i dens indtog i sproget som verbum: "at netværke" som begreb for at opdyrke relationer. Det er velkendt for de fleste, at et netværk ikke er stabilt, men er noget, der skabes og aktivt vedligeholdes. Det ligger også i ordets anden stavelse "-værk". Ikke desto mindre bliver netværkmetaforen ofte statisk, og som

redskab til at forstå fremspirende innovationsprocesser er det et temmelig stumt redskab i vores teoretiske værktøjskasse. For det første fordi netværksmetaforen i al sin anvendelse har vokset sig så stærk, at vi efterhånden tager for givet, hvad den betyder. For det andet fordi metaforen "netværk" er dårlig til at indfange forskellighed i relationer. Hvis du ser på illustrationen af netværket, ser du et antal streger, der forbinder et antal punkter. Pointen er her, at "streger" er for fattigt et billede af alt det, der kan ske i en relation.

Når vi i InnoCoast går til det spirende bornholmske outdoor-samarbejde med begrebet innovationsøkologi i hånden, anvender vi et nyt teoretisk begreb, vi også selv er ved at udforske. Og netop det er styrken. Begrebet gør os nysgerrige og opmærksomme. Det låner fra økologien, som er studiet af, hvordan arter interagerer med sit omkringværende fysiske og biologiske miljø. Allerede her pirres forestillingsevnen. Bornholms outdoor-netværk består af virksomheder, foreninger og Destination Bornholm. Det står klart. Men er mountainbike-stierne med i "netværket"? Er Christiansø med? Nej, ikke på deltagerlisten, men analytisk er de essentielle. Hvis ikke vi som forskere inkluderer dem, kan vi ikke forstå de processer, der fører til nye outdoor-produkter. Den fantasifulde læser vil sikkert forestille sig en interviewsituation mellem en ivrig forsker og en formiddagssøvning sæl på klipperne ud for Christiansø og konstatere, at det er en absurd ambition. Men sæler og mountainbike-stier er tilstedeværende på masser af måder i skabelsen af Bornholm som outdoor-destination.

Man hører ofte udtrykket "Bornholm har fantastisk natur", men analytisk er det en farlig forsimpning. Hvis man spørger den bornholmske fisker eller lystfiskerguide, så er der langt flere sæler end for blot få år siden,

og de ændrer bestandene af laks og vildørred, som lystfiskere kommer langvejs fra for at opleve. Og mountainbike-stierne kræver kontinuerligt hårdt arbejde og mange frivilligtimer fra MTB-entusiaster, som nok vil føle deres indsats oversat med udtrykket "Bornholm *har* gode MTB-forhold". InnoCoast har muligheden for at levere en terminologi, der inkluderer og påviser vigtigheden af mangfoldige indsatser og aktører – både humane og non-humane.



Vi udforsker fortsat, hvem og hvad der indgår i en bornholmsk innovationsøkologi, men kan allerede nu slå fast, at sæler, frivillige, tilflyttere, klippevægge, overnatningssteder, stier, vildørred, en gammel færge, en ny færge, outdoor-entusiaster, embedsfolk, der brænder for deres arbejdsområde, forskere finansieret af Innovationsfonden og en isbutik, der har købt sig en speedbåd, på forskellig vis og gennem utallige forskelligartede interaktioner tager del i det, der måske, måske ikke, bliver en outdoor-succeshistorie.

- InnoCoast undersøger Bornholms arbejde for at blive outdoor-destination.
- Værdikæder og netværk er nyttige begreber, men vi glemmer nogen, når vi bruger dem.
- Innovation sker i samspil mellem et utal af aktører – ikke kun virksomheder og heller ikke kun mennesker.