

Slutevaluering Maker's Island Bornholm

2019-2022

28-03-2023

Center for Regional- og Turismeforskning

Titel: Slutevaluering Maker's Island Bornholm 2019-2022

Forfattere (i alfabetisk rækkefølge):

Rikke Brandt Broegaard

Rikke.brandt.broegaard@crt.dk

Anders Hedetoft

Anders.hedetoft@crt.dk

Center for Regional- og Turismeforskning (CRT)

Bymarken 12

3790 Hasle

Telefon +45 5644 1144

E-mail: crt@crt.dk

www.crt.dk

© 2023 Center for Regional- og Turismeforskning

ISBN-nummer: 978-87-93583-31-3

Center for Regional- og Turismeforskning er et center for anvendt forskning, der løfter analyse- og udviklingsopgaver samt forskningsprojekter med særligt fokus på yderområder. Centrets primære fokus er regional udvikling med fokus på yderområder, turisme i et destinationsperspektiv samt modeløkonomisk analyse. CRT er beliggende på Bornholm og har eksisteret siden 1994.

Indholdsfortegnelse

1	Summary in English.....	4
2	Slutevalueringens hovedkonklusioner.....	9
3	Introduktion til Maker's Island slutevalueringen.....	16
4	Kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning.....	19
4.1	Operationalisering: Den bornholmske kunsthåndværkerbranche, CVR branchekoder	19
4.2	Udviklingen i antal ansatte i bornholmske kunsthåndværkervirksomheder (CVR).....	20
4.3	Udviklingen i kunsthåndværkervirksomhedernes økonomi (CVR).....	21
4.4	Beskæftigelses- og indtjeningsudvikling i kunsthåndværkerbrancherne (RAS).....	24
4.5	Alternativ operationalisering: ACAB-medlemmer og deltagere i Maker's Island.....	26
4.6	Antal og typer af virksomheder i 2021	27
4.7	Udvikling i omsætning: Interviewundersøgelser ultimo 2021 og 2022	30
4.8	Opsummering: Kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning	31
5	Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm	33
5.1	Hvorledes går det med de studerende efter afslutning af studiet?.....	35
6	Virksomheds etableringer og -lukninger	39
6.1	Virksomhedsetableringer frem til 2019.....	39
6.2	Virksomhedsetableringer og virksomhedslukninger fra 2020 til 2022	39
7	Kunsthåndværk som turismemagnet.....	41
7.1	Turismens betydning for beskæftigelse og økonomi på Bornholm	41
7.2	Vurdering af kunsthåndværkets betydning for turismen på Bornholm.....	42
7.3	Udviklingen i synlighed af Bornholms kunsthåndværk	43
8	Bornholm Craft Weeks – en nyskabelse fra Maker's Island.....	50
9	Overordnet evaluering af Maker's Island indsatsen	54
9.1	Koordinering.....	55
9.2	Kommunikation og formidling	58
9.3	Kompetenceudvikling.....	61
9.4	Kommercialisering.....	66
10	Opsamling af fremadrettede praktiske råd	68
11	Referencer og data	72
12	Bilag 1: Generel erhvervsindkomst på Bornholm, branchefordelt	74
13	Bilag 2: Omsætning i 2021 og forventet omsætning i 2022	75

1 Summary in English

In 2017, the island of Bornholm was granted the privileged title as World Craft Region by the World Craft Council (WCC), as the first place in Europe and as the first island in the world. The application to the WCC came from the Bornholm Regional Municipality. It was enabled by preparations made by the local association for professional makers, Arts & Crafts Association Bornholm (ACAB), including its membership as regional representative in WCC. ACAB has for decades worked to organize and qualify the island's craftspeople, as well as to represent them in national and international contexts. The application process and the international recognition of the quality, authenticity, and diversity of the crafts-people and cultural and educational institutions of Bornholm resulted in a deeper understanding of the role that crafts play in many parts of Bornholm's place development. The recognition also provided an impetus for the local community of makers and related actors to reach out to each other, to ensure the preservation and further development of the craft sector of Bornholm. Their collaboration traverses maker's associations, cultural institutions, educational institutions, business support structures, tourism destination management organizations and the local government.

After a stock-taking period (Broegaard & Andersen, 2018), the Bornholm Regional Municipality established a steering committee for the World Craft Region initiative in 2019, as well as a "Maker's Island" Secretariate. Their goal was to achieve the potential for local development and growth, both within and beyond the craft sector that the assignation of the World Craft Region title had revealed. The local government's recognition of the importance of the craft sector and its willingness to invest both time and money in it was an important 'game changer', as no other individual actor had the economic capacity to draw together the many and very different relevant actors. Craft businesses, the association for professional craftspeople and the cultural institutions on the island each balance small economies, raising their own core activities despite the odds and often heavily dependent on volunteer work, and as such do not have the capacity, nor the formal position, to lead the process.

The establishment of the Maker's Island Steering Committee and the Secretariat embodied the called-for coordination between the broad spectrum of actors within the 'craft ecosystem' as well as actors of potential importance to its further development. The Maker's Island initiative was granted an initial budget of 2.2 million DKK for a three-year period (2019-2022), which is the focus of this evaluation report. By late 2022 Bornholm's Regional Municipality granted this initiative an additional 3 years of core funding (2023-2025) of 1.8 million DKK by in recognition of the success and importance of the initiative.

The evaluation draws upon a broad spectrum of information that included business registries and employment data from Statistics Denmark (the national authority on Danish statistics), locally administered questionnaires, phone surveys and individual and group interviews, and e-mail-based questions to international key informants. It also reviewed written information (steering group meeting summaries, mission statements, concept notes, etc.), as well as tourism-oriented analyses provided by the local Destination Management Organization, Destination Bornholm. While the craft businesses were supposed to contribute key data which are otherwise difficult to quantify accurately (for example visitor numbers, economic turnover in certain time-periods), this engagement was unfortunately not achieved. Consequently, the evaluators had to spend considerable and unforeseen time collecting ex-post data. Looking forward, it is strongly recommended that the makers themselves engage in this type of (simple), real-time monitoring to enable better data for the mapping of the development.

There are five key conclusions of the evaluation, each of which is presented with a few selected examples and results. Please refer to the Danish language conclusions for the full presentation:

1. The Maker's Island initiative and the World Craft Region have increased the possibilities for making a living as a maker on Bornholm. This is revealed by the positive development of the gross income of makers, the growth in the number of jobs/employed people within the craft sector on the island, and the influx of makers to the island during the evaluated timespan.

For example, the income of people employed (or self-employed) within craft on Bornholm has grown by 26% between 2019 and 2022, which is much higher than for the same sector elsewhere in Denmark. This is also considerably higher than the general growth in income on Bornholm (across the remaining sectors). However, the makers still have a low economic income relative to other sectors.

The number of employed (and self-employed) people within craft on Bornholm has grown by 31% between 2017 and 2022 (i.e., from 90 to 118 jobs in absolute numbers) at a time when employed people across all other sectors on Bornholm declined simultaneously.

2. The collaboration within the "craft ecosystem" of Bornholm has been considerably strengthened. This has led to blossoming collaborations between many different actors on the island within diverse issues such as competence development, education/training, business leadership, events, dissemination, marketing, and more, benefitting all actors. The most fundamental condition for the development of these collaborations has been the establishment of a Secretariat with a highly competent leadership.

Furthermore, collaboration in all parts of the 'craft ecosystem' has increased. Between individual makers, between makers and cultural institutions, and between makers' representatives, the local government, higher education institutions, destination management organisation and the local business development support system. It is remarkable that the collaboration has developed in a mutually respectful and 'peer-to-peer' way, considering that the types of actors are highly diverse and represent very different economic and political situations. Clearly, there is a high degree of trust and of engagement in collaboration between the actors, especially (but not exclusively) between the members of the steering committee. The ecosystem is described as a "more finely knitted net", where information and knowledge is shared, thereby enabling and encouraging that actors approach others for collaboration or feedback.

The collaboration between the Royal Academy of Art School of Design and the established makers is one of the achievements that is highlighted in interviews, as well as the central role that the business support system has gained in helping makers strengthen the business part of their work.

An international observer from the British Craft Council identified this approach to collaboration as being at the heart of Bornholm's success:

"The joined up approach of key stakeholders and partners – where individual crafts people have the same agency as decision makers" [... and the] "clear sense of pride that unites and bonds stakeholders at all levels, with a real sense of everyone's role in the success and the celebration of this". "This collective, co-created approach has made the role of craft much greater" (Nicky Dewar, British Craft Council, January 30, 2023).

Furthermore, the long-term commitment to a strategic vision and investment by the local government, and the interconnectivity of place, tourism, local economy and making, were also identified as key elements for the success of the Maker's Island.

Another international actor, advisor to the World Craft Council International, also points to the approach to collaboration and relation-building between the local actors, and the role of leadership, as something decisive for the success:

"I think the spirit of the makers was key along with their approach to relationship building with local government. Bornholm is a perfect example of how a region can carve out a unique identity around local talents. They started with a big idea and had the leadership and commitment to stay with that idea building piece by piece to become the 'maker's island'". (Louise Allen, advisor to the World Craft Council International, February 1st, 2023).

3. Arts and crafts' importance for Bornholm have been made clear. The Bornholm makers, and Bornholm's status as a craft destination, have been acknowledged locally, nationally, and internationally. This has led to (strengthened) political and economic engagement locally. It has further strengthened the recognition of the importance of craft for local development and place attractivity and opened doors to new possibilities of exposition, collaboration, and development for the makers, even at the highest international levels.

The event "Bornholm Craft Weeks" is highlighted for having embodied the World Craft Region status of Bornholm to locals as well as national and international visitors, while also becoming an occasion for innovating business models of makers and the way craft is presented. Destination Bornholm has been a key actor in advancing and disseminating the knowledge of Bornholm as a craft destination through its media work, thematic journalist tours, and practical collaboration with makers, optimizing websites, shared event calendars, etc., creating vital synergies.

The number of articles portraying Bornholm craft has grown considerably within the studied timeframe, especially in international media, and the estimated audience of such articles has increased 50-fold since 2019. The national and international visibility of Bornholm's craft sector feeds back into a growing local political awareness about the relevance of engaging with and investing in the craft sector, not as 'icing on the cake', but as key building blocks for continued economic, social, and cultural development of the island and its attractiveness as a place to visit and to live.

All interviewed makers mention the importance of being 'part of something bigger', such as the community of Bornholm's makers, and how this collective growth and the international recognition increases the joy they take in their work. International collaborations, although still under development, are something that many actors greatly look forward to.

4. The craft sector has gained an increased importance for tourism, overall branding and the 'story of Bornholm'. This has large economic implications for the island of Bornholm through the local added value and employment created by the tourism sector. Surveys among visiting tourists show that the proportion of tourists that experience the possibility of having good craft-related experiences on Bornholm have increased. In 2019 and 2020, 34% of tourists indicated that possibilities were "very good"; by 2021 and 2022 this had increased to 45%. Furthermore, the share of tourists who indicate that arts and craft constitute an important reason for their visit to Bornholm has grown from 16% in 2019 to 19% in 2021 (the most recent data on record).

Imagining that there were no arts and craft on Bornholm, and with the assumption that just 5% of the current tourists would thus not visit the island, this would represent a loss of value of 40 million DKK per year in the tourism sector, and the loss of approximately 90 jobs on the island.

5. The number of applicants to the Royal Academy of Art's Design school on Bornholm has more than doubled since 2017, and the Royal Academy's Design School on Bornholm is important for attracting new residents to the island even beyond the education period. Of the 190 former students from the Royal Academy of Art's Design school on Bornholm still residing in Denmark, just under a third are permanently living on Bornholm. This is not because they are from the island – 84% of them were born elsewhere.

The importance of having an internationally relevant institute of education is highlighted by several actors within the Maker's Island initiative, not just for attracting students and residents, but also for providing a "first point of contact" for a thriving and evolving community of makers. The Design school constitutes a fortunate situation for Bornholm, which not all European World Craft Regions share. Furthermore, the strengthened collaboration between the school and the professional makers on Bornholm greatly increases the attractiveness of the school, providing a living and inspiring environment for the students.

Forward-looking, practical advice stemming from the interviews:

It is important to highlight and draw attention to the fact that coordination and collaboration is not something that can be taken for granted. Rather, it is the result of dedicated and continuous work by the Secretariat, the Steering Committee of the Maker's Island initiative, and the various participating institutions and businesses. It has also been made possible by the municipal government's assignation of three-year budgets to the core work of the secretariat, and by the additional support from local and national funds. As it is not a given that this will continue, especially within a pressured municipal economy, the role of the coordination must continuously be appreciated, and its value must be shown. While this is obvious to those closest to the secretariat and the Maker's Island initiative, it is easily overlooked by actors that are slightly further removed from the coordination, including local citizens, local politicians, and newcomers to the island (even if these are involved in craft businesses), as well as boards of local and national foundations.

While the Maker's Island initiative has created impressive results and achieved unprecedented developments in the visibility and recognition of the craft sector of Bornholm, there is even more to show and celebrate. For example, the case with the uniqueness of the closely knitted collaboration around craft within a complete and well-functioning craft ecosystem - from education to businesses, business- and place-development perspectives, cross-sectorial collaborations and dissemination and branding. The quality, dynamism and closeness of this collaboration is assessed to be unique and innovative, and something that actors from across Europe visit Bornholm to learn more about.

Another result that can be celebrated more explicitly is that the Maker's Island initiative, due to its many cross-sectorial collaborations, has freed time for makers to dedicate themselves more to their workshops. Previously, they would have had to spend more effort on collective, self-organized and self-financed marketing and branding projects, as well as the organization of courses and exhibitions (typically within the Arts & Crafts Association Bornholm).

Now, the branding and marketing has been raised to new heights through the collaboration with Destination Bornholm as well as through the dedicated communication effort led by the Secretariat, and the collaboration with Business Centre Bornholm and the Royal Academy of

Art's Design School, among others, has provided new and unprecedented courses and workshops for the makers.

There remains much work to be done internally regarding knowledge and understanding of the title as World Craft Region. While there is generally good understanding and strong appreciation of the WCR title and its importance among the local makers, interviews show more partial understandings thereof among craft and craft businesspeople who have recently moved to the island. Thus, the evaluation identified a continued need to expose the mission and the achievements of the Maker's Island initiative. Furthermore, there seems to be a need to revisit the English-language key terms (Maker's Island, World Craft Region, Bornholm Craft Weeks) to see whether they can be better explained, and their connection made clearer for the bystander. There is also a continuous need for local exchange of knowledge and internal communication, making sure that even makers who are not active in steering committees or boards of associations are well informed.

The interviews for the evaluation have indicated a wealth of **possible future development options**, which are related to synergies between craft and local development. These include innovative ideas about exploring and testing the (potential) role of craft and art in municipal social welfare responsibilities, the further development of the involvement of craft in local schooling programs, the ambition to develop a "Maker's Island Academy" tying together the Royal Academy of Art's Design school, the Bornholm Business Centre, Campus Bornholm, and a future Residential College, providing a specialized offer for future makers-to-be. This is mentioned as a possible way to ensure future economic sustainability for the Maker's Island Secretariate. Another idea is the exploration of possibilities to create work grants and travel grants for Bornholm makers to signal the recognition of the importance of the craft community on the island. Further collaboration between the craft, tourism, and local foods sectors is also mentioned as a low-hanging fruit to create synergies for local businesses. Finally, actors point to the international collaboration possibilities created by the World Craft Region title, the collaboration with other European World Craft Regions, and the ACAB membership within the Michelangelo Foundation. There are great hopes and expectations related to the international collaborations, and many express that "We have only seen the start".

2 Slutevalueringens hovedkonklusioner

Evalueringsens hovedkonklusionerne kan samles i fem overordnede konklusioner, der refererer til forskellige mål, der er sat i Maker's Island strategien. Efter den korte version af hovedkonklusionerne, udfoldes hver af dem efterfølgende med en række analyse- og evalueringresultater. For opsamlingen af praktiske, fremadrettede anbefalinger, henvises til rapportens kapitel 10.

- 1) Man kan bedre leve af at være kunsthåndværker på Bornholm nu**, end man kunne forud for World Craft Region-titlen og Maker's Island projektet. Det viser sig i udviklingen i erhvervsindkomsten, i beskæftigelsen, og ved at der er kommet flere kunsthåndværkere til øen i perioden.
- 2) Samarbejdet i "kunsthåndværkets økosystemet" er blevet styrket**, og er noget, der har ledt til en eksplosion af samarbejder på kryds og tværs mellem aktører på øen, til fælles gavn, indenfor kompetenceudvikling, uddannelse, virksomhedsdrift, events, formidling og meget mere. Det helt afgørende for dette samarbejde er etableringen af et sekretariat, med en meget kompetent sekretariatsleder, samt en yderst velfungerende og engageret styregruppe. Samarbejdet kaldes unikt og innovativt af internationale kendere af udviklingen indenfor kunsthåndværk på europæisk plan.
- 3) Kunsthåndværkets betydning er blevet synliggjort**, både lokalt, nationalt og internationalt. Det har øget anerkendelsen af kunsthåndværkets betydning for lokal udvikling og attraktivitet, hvilket også har skabt politisk (og økonomiske) opbakning lokalt. Yderligere åbner synliggørelsen døre til nye udstillings-, samarbejds-, og udviklingsmuligheder for kunsthåndværkerne, også på den helt store internationale bane.
- 4) Kunsthåndværket har fået stigende betydning for turismen og for den overordnede branding og "fortællingen om Bornholm"**. Dette har stor økonomisk betydning for øen, gennem turisterhvervets lokale værditilvækst og beskæftigelse.
- 5) Søgningen til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm er mere end fordoblet siden 2017**, og analyser i evalueringsrapporten viser at skolen har betydning i forhold til at trække borgere til øen, også efter endt uddannelse. Yderligere er synergien mellem skolen og øens etablerede kunsthåndværkere styrket i perioden, hvilket igen forbedrer studiemiljøet for skolens studerende.

#1: Man kan bedre leve af at være kunsthåndværker på Bornholm nu, end man kunne forud for World Craft Region-titlen og Maker's Island projektet. Interviews peger på at alle de ting, Maker's Island arbejder for, og som aktørerne i økosystemet gør, er med til at sætte rammerne for at der er skabt **bedre muligheder for at udvikle sig økonomisk og leve af sit kunsthåndværk**, selv når det ikke er tale om aktiviteter der ikke direkte er målrettet mod øget kommercialisering eller salg.

Erhvervsindkomsten for beskæftigede i kunsthåndværk (dvs. ansatte eller selvstændige erhvervsdrivende) er i perioden 2019-2022 **steget med ca. 26 pct.** Denne stigning er meget højere end for kunsthåndværkere i andre dele af landet, og end den generelle indkomststigning på Bornholm i samme periode. Ansatte kunsthåndværkere er dog stadig dårligere lønnede på Bornholm end de er i andre dele af landet, generelt, og kunsthåndværkerne har stadig generelt en lav indtjening i forhold til andre grupper.

Flere indsatser i Maker's Island samarbejdet har været med til at gøre det 'mere legitimt' blandt kunsthåndværkerne at sætte sig mål om at leve af sit kunsthåndværk, og altså at tænke økonomien med, uden at det ses som at det sætter fagligheden over styr. Der omtales generelt en **større stolthed blandt kunsthåndværkerne, både over deres fag og over at drive en selvstændig virksomhed**. Som en konkret udmøntning af denne stolthed nævnes at mange prissætter deres produkter (og deres tid) højere, ligesom modet til at indgå i større og mere ambitiøse samarbejder også nævnes. Dette tyder på at en af de helt grundlæggende målsætninger med initiativet omkring World Craft Region og senere Maker's Island er godt på vej til at blive indfriet. Helt tilbage i 2018 formulerede den daværende bestyrelsesformand for ACAB en målsætning for det gryende samarbejde om kunsthåndværket på Bornholm som at "kunsthåndværkere bedre kan leve af deres kunsthåndværk; at deres tid og produkter værdsættes som værdifulde, kostbare" (Timmi Kromann, personlig kommunikation, april 2018). Målsætningen genfindes i kommissoriet for World Craft Region styregruppen (September 2018) om at **omsætte potentialet skabt gennem at være blevet udnævnt som World Craft Region til værdiskabende aktiviteter, for derved at skabe rammerne for levedygtige kunsthåndværkervirksomheder på Bornholm, og værdi for hele øen**. Både Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholms arbejde med virksomhedsudvikling og praktik, og Business Center Bornholm tilbud om forskellige kurser og kompetenceudviklingsforløb målrettet kunsthåndværkerne, fremhæves i interviews som elementer, der har medvirket til at skabe denne ændring. Yderligere har kortlægningen af kunsthåndværkernes generelt meget beskedne indtjening, og det massive ønske om at ændre dette, som kom til udtryk i behovsundersøgelsen fra 2018 (Broegaard & Andersen 2018), også været med til at motivere arbejdet for at øge indtjeningen fra kunsthåndværk. Som et eksempel kan nævnes at Bornholms Center for Kunsthåndværk (Grønbechs Gård) har sat fokus på salget af det lokale kunsthåndværk, og bl.a. i denne forbindelse skiftet status fra museum til galleri.

Beskæftigelsen indenfor kunsthåndværk er vokset 31% i perioden 2017-2022, samtidig med at der generelt har været en tilbagegang i beskæftigelsen (i de øvrige sektorer) på Bornholm. Denne tendens skiller sig positivt ud fra udviklingen i kunsthåndværkerbrancherne i resten af Danmark, hvor beskæftigelsen er faldet. Den flotte bornholmske beskæftigelsesudvikling indenfor kunsthåndværk, og kontrasten til beskæftigelsesudviklingen generelt på Bornholm, og indenfor kunsthåndværk i resten af landet, sandsynliggør, at dette resultat i høj grad skyldes de (mange) særlige tiltag, som Bornholm har gjort for at styrke kunsthåndværket, ikke mindst med opnåelsen af World Craft Region titlen og etableringen af Maker's Island sekretariatet.

Der er **kommet flere kunsthåndværkere til øen**. Hvor antallet af kunsthåndværkervirksomheder udviklede sig meget positivt i perioden 2015-2019, tyder de nyeste tal på et nogenlunde stabilt antal kunsthåndværk-virksomheder i perioden frem til 2022. De kvalitative data fortæller om kunsthåndværkere, der flytter til, med egen virksomhed, fordi Bornholm er et attraktivt sted at bo som kunsthåndværker. Yderligere fortælles om at andre virksomhedsejere, der flytter til øen, fordi det er attraktivt for dem at bo tæt på de kreative miljøer.

2: Samarbejdet i "kunsthåndværk økosystemet" er blevet styrket og er noget, der har ledt til en stærk stigning i samarbejder på kryds og tværs mellem aktører på øen indenfor kompetenceudvikling, uddannelse, virksomhedsdrift, events, formidling og meget mere, som

kommer alle eller mange til gavn. Det helt afgørende for dette samarbejde er etableringen af et sekretariat, med en meget kompetent sekretariatsleder, samt en yderst velfungerende og engageret styregruppe. Samarbejdet kaldes unikt og innovativt af internationale kendere af udviklingen indenfor kunsthåndværk på europæisk plan.

Der er på ganske få år skabt en meget højere grad af samarbejde og kendskab mellem kunsthåndværkere (på den ene side) og institutioner som fx Bornholms Regionskommune, Destination Bornholm, Business Center Bornholm, Bornholms Kunstmuseum, Hjorths Fabrik, og Det Kongelige Akademi's Skole for Design på den anden side. Det er lykkedes at skabe et ligeværdigt samarbejde, hvor repræsentanter for kunsthåndværkerforeningen ACAB, og repræsentanter for økonomisk og politisk 'tunge' institutioner deltager "i øjenhøjde". Nogle af aktørerne fra styregruppen beskriver det aktuelle kunsthåndværk-økosystem på øen som et "fintmasket net, hvor forbindelserne mellem aktørerne er blevet tættere og huller er lukket". Andre beskriver samarbejdsrelationerne og kendskabet til hinanden som "en familie". Adspurgte om en vurdering af den udvikling, kunsthåndværker-økosystemet har undergået de seneste tre-fire år på Bornholm, peger en repræsentant for British Craft Council (og vicepræsident for World Craft Council Europe) på at det netop er "den kollektive, samskabende tilgang, der har ført til den massivt øgede betydning af kunsthåndværket", og at denne tilgang til samarbejde derfor er "i hjertet af Bornholms succes" (Nicky Dewar, British Craft Council, 30. januar 2023). Den holistiske og innovative tilgang fremhæves sammen med ligeværdigheden i samarbejdet:

"Den fælles tilgang mellem nøgleaktører og partnere, hvor individuelle kunsthåndværkere har samme handlekraft som beslutningstagere" [og] "den klare fornemmelse af stolthed som samler og forbinder aktørerne på alle niveauer, med en ægte anerkendelse af erhvervets rolle i succesen og med en fejring af dette" (Nicky Dewar, British Craft Council, 30. januar 2023).

En anden international aktør, repræsentant for World Craft Council Europe peger også på tilgangen til samarbejdet og relationerne mellem de lokale aktører, så vel som et stærkt lederskab, som noget helt afgørende for at Bornholm i dag med rette kan kalde sig "kunsthåndværkernes ø" på europæisk plan:

"Jeg tror at kunsthåndværkernes ånd var afgørende, sammen med deres tilgang til at bygge relationer med den lokale regering. Bornholm er et perfekt eksempel på hvordan en region kan forme en unik identitet omkring lokale talenter. De startede med en storslået ide og havde lederskabsevne og dedikation til at holde fast i ideen mens de byggede del efter del, indtil de var blevet "Kunsthåndværkernes Ø". (Louise Allen, rådgiver for World Craft Council International, 1. februar 2023).

Det udbyggede samarbejde fører til at der er en høj grad af **videndeling**, så muligheder videregives, ses, opfølges, både mellem forskellige aktører i "kunsthåndværk økosystemet" (fx med kompetencer indenfor formidling, marketing, virksomhedsudvikling eller fundraising) og mellem forskellige kunsthåndværkere (fx studerende på Det Kongelige Akademi's skole for Design på Bornholm og etablerede kunsthåndværkere).

Der er en lang række projekter og initiativer, der er blevet til pga. det veludbyggede samarbejde. Det drejer sig f.eks. om **kompetenceudviklingskurser** i regi af BCB specifikt målrettet kunsthåndværkere, eller invitationer til mere 'generelt relevante' kurser om virksomhedsudvikling, der fremhæver de kunsthåndværker-relevante vinkler. Interviews viser at BCB og kunsthåndværkere nu "taler samme sprog" og "forstår hinanden"; noget, som BCB

har arbejdet målrettet med efter at det blev efterlyst i Behovsundersøgelsen fra 2018. Flere kunsthåndværkere udtrykker at de oplever at BCBs kurser generelt er meget bedre rettet mod kunsthåndværkere nu, grundet Maker's Island samarbejdet, end de var tidligere. Der er store samarbejdsprojekter mellem BCB og forskellige kunsthåndværker-virksomheder og uddannelsessteder om grøn omstilling og implementering af ny teknologi. BCB arbejder også på andre områder tæt sammen med Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, hvorfra der typisk er mange startups.

Det udbyggede samarbejde og de tættere relationer fører også til gensidige invitationer til eller forslag om **udstillinger, markeder eller events om kunsthåndværk**, fx på Bornholms Kunstmuseum med arrangementer under Bornholms Craft Weeks med titler som "Nørderier" eller "Samtalesalon"; eller samarbejdet om afholdelse af et julemarked med kunsthåndværk fra ACAB på Hjorths Fabrik i Rønne. Samarbejdet har også mundet ud i fundraising til og planlægning af **efteruddannelseskurser** for etablerede kunsthåndværkere (primært fra Bornholm) på Det Kongelige Akademi's skole for Design (afholdes i forår og efterår 2023), og udvikling af kortere kurser/workshops på Destination Bornholm som fx et kursus om afholdelse af workshops, efter at dette blev identificeret som et nyt forretningsområde for nogle kunsthåndværkere efter Bornholm Craft Weeks 2021. Samarbejdet kan også ses i kraft af den meget veludviklede fælles indsats om formidling og PR, som **Destination Bornholm** og kunsthåndværker-aktører forestår, fx gennem at levere input til artikler og formidling om kunsthåndværk; og planlægning og modtagelse af journalister og fotografer på tematiske presseture med fokus på det bornholmske kunsthåndværk.

Samtlige interviewede aktører fremhæver **vigtigheden af at have et sekretariat** med en dygtig sekretariatsleder; én der er centralt placeret, én, der holder tømmerne og samler alle initiativerne; én der har et stort netværk og er god til at række ud og inkludere og tænke alle ind; én der er god til at fundraise, præsentere, formulere, flytte videre på bolde, som styregruppen ikke selv kan flytte. Sekretæren værdsættes både for sin stærke faglighed og for sit flair for at skabe et godt samarbejds miljø, ligesom det fremhæves, at det er positivt at hun er sekretariatsleder for Maker's Island så vel som for ACAB. Kunsthåndværkerne, der gennem deres ACAB-medlemskab selv finansierer 10 sekretær-timer pr måned til ACABs sekretariat, påskønner den kommunale finansiering af Maker's Island sekretariatet, der tilført mange flere kræfter til koordinerings-arbejdet, hvilket muliggør nye fælles løft eller kollektive goder, som en meget stor gruppe af aktører får gavn af – også langt udenfor de professionelle kunsthåndværkeres kredse. Maker's Island sekretariatet og den styrkelsen af koordinationen mellem aktørerne i økosystemet, som dets etablering har betydet, har muliggjort, at **kunsthåndværkerne kan koncentrere sig mere om deres fag**: De får mere tid til at være på deres værksteder og videreudvikle sig, mens andre, der er bedre til formidling, formidler historien om Bornholms kunsthåndværk, og andre, der er bedre til at lave kurser, organiserer disse. Dette skal ses i lyset af at ACAB i næsten to årtier forud for Maker's Island initiativet i al væsentlighed selv har stået for formidlingen af øens kunsthåndværk, internationale samarbejder omkring kunsthåndværk, osv.

Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm har fået "tyndere vægge" og **åbnet meget mere op til det lokale kunsthåndværkermiljø**. Dette betyder bl.a. at de studerende bliver meget bedre integreret i det lokale kunsthåndværkermiljø, hvilket påvirker deres uddannelse positivt. Uddannelsen er for nylig blevet en "professions-bachelor" med et ekstra (7.) semester med praktik, hvilket styrker de studerende mht. virksomhedsudvikling. Yderligere muliggør skolens mere "åbne døre" fx at der er udviklet efter-videreuddannelses-kurser for etablerede kunsthåndværkere, der drager nytte af skolens gode fysiske rammer og stærke lærerkræfter.

Flere kunsthåndværkere (og andre aktører i styregruppen) udtrykker at der **med Maker's Island, er skabt en situation, hvor ting lade sig gøre, som ikke tidligere havde været mulige**, eller som aktørerne ikke tidligere havde turdet gøre eller foreslå samarbejde om. Selv om der i årtier har været gode kollegiale samarbejder mellem kunsthåndværkere på Bornholm, en meget stærk organisering og et kollektivt mindset udtrykt gennem ACAB, er alt dette styrket yderligere. Flere aktører slår fast, at det var **World Craft Region titlen, og behovet for at arbejde sammen for at udnytte dens potentiale lokalt, der var den udløsende faktor for samarbejdet**. Dette underbygges af det faktum at alle de samarbejdende aktørerne allerede var på øen forud for World Craft Region titlen, men ikke havde nær samme tætte relation til hinanden og kun meget begrænset samarbejde, hvis noget.

3: Kunsthåndværkets betydning for øen er blevet synliggjort, både lokalt, nationalt og internationalt. Det har øget anerkendelsen af kunsthåndværkets betydning for lokal udvikling og attraktivitet, hvilket også har skabt politisk (og økonomiske) opbakning lokalt. Yderligere åbner synliggørelsen døre til nye udstillings-, samarbejds-, og udviklingsmuligheder for kunsthåndværkerne, også på den helt store internationale bane. Alle tre niveauer af øget synlighed og synlighed af værdi er samtidig med til at styrke at der sker endnu mere på området, og er endnu flere aktiviteter, sjove og faglige ting. Alle aktører er enige om at mange muligheder åbner sig, men at det kræver lidt mere tid, før konkrete internationale samarbejder materialiserer sig.

Lokalt er kunsthåndværket særlig blevet synliggjort i forhold til turismen og i forhold til de kommunale politikere (som det fx var meget tydeligt i den seneste kommunale valgkamp), selv om der også er en øget synlighed i forhold til andre kulturinstitutioner og institutioner som Business Center Bornholm. Lokale medier har været vigtige til at fortælle historien til bornholmerne selv. TV2 Bornholm, P4 Bornholm og Bornholms Tidende har alle været vigtige aktører i den lokale formidling, og mange aktører indenfor Maker's Island samarbejdet fortæller med stor ros om den imødekommenhed og interesse de møder fra de lokale medier.

Bornholm Craft Weeks fremhæves f.eks. for at have synliggjort "hvorfor Bornholms kunsthåndværk har niveauet til at få World Craft Region titlen". Bornholm Craft Weeks er meget betydningsfuld for at synliggøre Bornholm og Bornholms kunsthåndværk udad til. (Se evt. den selvstændig rapport, Bornholm Craft Weeks – Evaluering 2022, <https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>). En event som denne er helt afhængig af at der er et sekretariat til at koordinere, fundraise, samle op og række ud til flere. Sekretariatet står i det hele taget, ikke bare i forbindelse med Bornholm Craft Weeks, for en lang række bagvedliggende aktiviteter (koordinering, netværk, opbygning af kontakt og kendskab, fundraising), der muliggør de enkelte aktørers eller samarbejders aktiviteter, der opnår masser af synlighed. Så selv om det ikke er sekretariatet, der får synligheden, er det vigtigt at huske, at det ikke var muligt uden.

I forhold til de **lokale politikere** har den meget større lokale opmærksomhed om kunsthåndværket og dets betydning betydet at der er kommet en større en politisk (og økonomisk) opbakning til sektoren og at man anerkender kunsthåndværk som noget, der er værd at investere i. Maker's Island initiativet/Kunsthåndværk er fx skrevet ind i handleplaner for Business Center Bornholm som en strategisk indsats. Dette er et eksempel på et resultat af den øgede politiske opmærksomhed og anerkendelse, og vigtigt for BCBs baglands anerkendelse.

Ud ad til, til turister og gæster, har **Destination Bornholm** været helt afgørende i at udbrede kendskabet til om Bornholm som en kunsthåndværk-destination. 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. Det kommer tilbage til Bornholm i form af ekstern omtale. En opgørelse fra Destination Bornholm, foretaget på foranledning af denne evaluering, viser en meget kraftig vækst i antallet af artikler i indenlandske og særligt udenlandske medier, der portrætterer Bornholms kunsthåndværk. Disse vurderes at komme ud til over 50 gange flere læsere i 2022 end i 2019.

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 Skoletjenesten (BRK) 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" (personlig kommunikation, Timmi Kromann). Også i forhold til lokale udviklingsplaner spiller kunsthåndværk en tydeligere rolle end tidligere.

I Hasle er kunsthåndværk nu skrevet ind som en styrkeposition, som byen med fordel kan arbejde mere med at aktivere i dets arbejde med fortsat **lokal udvikling**. Bornholms unikke position indenfor kunsthåndværk er noget, der også **tiltrækker tilflyttere**. Interviewpersoner fortæller om at ved et tilflytter-arrangementer på Bornholms Center for Kunsthåndværk var der for nylig tilflyttere der udtrykte, at de var flyttet til Bornholm fordi de – selv om de ikke var kunsthåndværkere – gerne ville gerne være i nærheden af kunsthåndværkerne, "fordi der er så meget kreativitet".

Mange af kunsthåndværkerne bruger Maker's Island/World Craft Region-historien i deres egen fortælling, og dét, at være en del af noget større, har også bidraget til at man i endnu højere grad end tidligere ser "bornholmsk kunsthåndværk" som en helhed, et fællesskab, hvilket også bidrager til at samarbejder nemmere opstår, fordi det fælles er langt fremme i éns tanker.

Nationalt er Bornholms kunsthåndværks synlighed også styrket markant, særligt i forhold til fonde, andre kunsthåndværkere og kunsthåndværk interesserede (fx med Bornholm Craft Weeks som anledning), og i forhold til journalister. Dette er i høj grad takket være Destination Bornholms meget store arbejde med formidling af kunsthåndværk, men også andre aktørers arbejde. F.eks. har Maker's Island sekretariatet og ACAB søgt fælles fonde til produkt-fokus og værkstedsfotos. Højt profilerede instanser har indkøbt gaver og priser hos Bornholmske kunsthåndværkere, og i 2021 modtog dobbelt så mange bornholmske kunsthåndværkere arbejdslegater fra Statens Kunstfond som tidligere.

Nylige samtaler mellem BRK og Statens Kunstfond (i regi af det nationale program "Kunsten på banen") om kunsthåndværkets mulige rolle i velfærdsopgaver er et eksempel på at BRK har national bevågenhed, og på at BRK ser muligheder indenfor kunsthåndværk, som man slet ikke ville have set for 2-3 år siden! Som sådan er det et eksempel på hvordan samarbejdet indenfor Maker's Island og synligheden af kunsthåndværkets værdi leder til innovation, også indenfor det offentlige.

På internationalt plan er der sket en massiv øgning af det bornholmske kunsthåndværks synlighed i de seneste år. Dette er bl.a. i forhold til andre World Craft Regions i Europa, men også i forhold til internationalt højt profilerede fonde og organisationer

indenfor europæisk kunsthåndværk. Yderligere har der været en massiv vækst i pressedækning fra udenlandske journalister, præsentationer på internationale konferencer, mv.

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. Den øgede internationale bevågenhed og anerkendelse har skabt mange nye **udstillingsmuligheder**; og tiltrækker også "culti'ies" til øen, f.eks. som en eftervirkning af internationale udstillinger.

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 løfte der på kort tid er skabt indenfor kunsthåndværk-økosystemet. De adspurgte repræsentanter for europæiske kunsthåndværks-institutioner bruger ord som at "Bornholm er et af de få steder i verden med sådan en blomstrende lokal kunsthåndværkerøkonomi" og at "Bornholm er en kunsthåndværkdestination på internationalt plan", (Louise Allen, WCCE) og at "de mange forskellige måder, kunsthåndværkets værdi kommer til udtryk på, er forfriskende og banebrydende" (Nicky Dewar, British Craft Council).

Den internationale anerkendelse (og øgede synlighed) har ført til **internationale samarbejder**, som er noget, der virker inspirerende og giver lyst til selv at løfte kvaliteten. Kunsthåndværkerne udtrykker at det giver stort fagligt udbytte at møde andre kunsthåndværkere, f.eks. fra de andre europæiske World Craft Regions. Der er åbnet døre til en lang række yderligere samarbejder – men det er noget, der tager tid, så i høj grad ser man her ind i et potentiale, der endnu ikke har udmøntet sig konkret. Som medlemmer af styregruppen udtrykker det: "Vi har kun lige set begyndelsen".

4: Kunsthåndværket har fået stigende betydning for turismen og for den overordnede branding og "fortællingen om Bornholm". Hvor det i årene 2019 og 2020 var 34% af turisterne der så meget positivt på muligheden for gode kunsthåndværk-oplevelser 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 det Bornholmske turister ikke ville være kommet til øen, hvis der ikke var kunsthåndværk at besøge, svarer det til at turisterhvervet ville miste en værditilvækst på 40 mio. kr. om året og en beskæftigelse på ca. 90 jobs.

5: Søgningen til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm er mere end fordoblet siden 2017. Dens høje faglige niveau er blevet endnu mere kendt, og det er attraktivt at blive uddannet indenfor glas og keramik på Bornholm, der har udmærket sig endnu mere indenfor kunsthåndværk de senere år. Af 190 tidligere studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der stadig er bosat i Danmark, er knap 1/3 bosat på Bornholm. Det skal bemærkes at hele 84% af disse er født udenfor Bornholm). **Skolen trækker altså borgere til Bornholm**, ikke bare i uddannelsesperioden, da mange også bliver boende efterfølgende. 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. Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm fremhæves af en international observatør indenfor kunsthåndværk som at spille en *"kritisk vigtig rolle for generationelle og internationale forbindelser for Bornholm. Den placerer Bornholm som et 'place of excellence' indenfor glas og keramik"* (Louise Allen, WCC-I, 30. januar 2023).

3 Introduktion til Maker's Island slutevalueringen

"Vi har World Craft Region titlen, og vi har fået Maker's Island sekretariatet, på denne ø, som arbejder for os. Det er jo helt unikt. [...] Ude i verden skal folk vide at kunsthåndværkerne på Bornholm har fået ro. Det er unikt, at vi har et sekretariat i kommunen, der arbejder for vores sag – vores sag, som også er Bornholms sag og turisterhvervets sag. Vi er rige – ikke på penge, men på overskud, på barmhjertighed. Det viser, at Bornholm har forstået, hvad de vigtige ting i livet er." (Kunsthåndværker, januar 2023)

Bornholm blev som det første sted i Europa, og som den første ø i verden, anerkendt af World Craft Council som en World Craft Region i 2017, efter at Bornholms Regionskommune havde ansøgt om titlen – en ansøgning, som var muliggjort af Arts & Crafts Association Bornholm (ACAB, sammenslutningen for professionelle kunsthåndværkere på Bornholm) forberedende (og selvfinansierede) arbejde gennem flere år, bl.a. qua foreningens optagelse som 'regional repræsentant' i World Craft Council Europe og udviklingsarbejde omkring World Craft Region titlen i en europæisk kontekst. Fra 2019 nedsatte Bornholms Regionskommune Maker's Island Sekretariatet, der har haft en vigtig koordinerende rolle for den lange række af aktører indenfor kunsthåndværk og kultur på Bornholm, så vel som i forhold til turisterhvervet og i forhold til kompetence- og virksomhedsudviklingsaktiviteter i regi af Business Center Bornholm, m.fl. Sekretariatet har også, alene og i samarbejde med andre af aktørerne, søgt eksterne fonds- og puljemidler for yderligere at styrke kunsthåndværket og kunsthåndværkerne på Bornholm gennem forskellige projekter. Kunsthåndværket er kommet længere frem i bevidstheden som en af øens styrkepositioner, både for lokale aktører og gæster. Styrkepositionen er bredt ud, så det ikke længere alene centrerer omkring ACAB, selv om ACAB forsat er en afgørende aktør. Etableringen af Makers Island styregruppe og sekretariat fremhæves af de interviewede aktører som afgørende for at have opnået det styrkede samarbejde mellem aktørerne indenfor og omkring kunsthåndværk (kommunen, udøvere, uddannelsesinstitutioner, museer og andre kulturinstitutioner, turismeaktører og erhvervsfremmeaktører, m.fl.).

For rigtigt at forstå det markante skift, det har betydet for samarbejde og dynamik indenfor kunsthåndværket på Bornholm, at Maker's Island styregruppen og sekretariatet er blevet etableret, er det værd at huske på, at der gik lang tid, fra Bornholm fik den fornemme titel, til Bornholms Regionskommune nedsatte Maker's Island styregruppen og etablerede sekretariatet. Euforien over at have modtaget hvad ACAB-formanden meget rammende kaldte for "kunsthåndværkets Michelin-stjerne" blev efter tid afløst af en usikkerhed og en venten: Nogen burde gøre noget, men hvem havde autoriteten til at sætte sig for bordenden? Og hvad betød titlen egentlig; hvad krævede det af Bornholm af bibeholde den, og hvad ønskede man lokalt at bruge den til – hvad skulle den være et aktiv i at løfte, og hvordan? For og med hvem? Disse spørgsmål trængte sig på, og der var ikke umiddelbart nogen enkelt aktør, der følte sig som den "nogen", der burde gøre noget. En vigtig del af grundet til dette var, ifølge evaluatorernes opfattelse, at der netop manglende samarbejde og tæt koordinering aktørerne imellem, ligesom der på daværende tidspunkt var en del usikkerhed omkring hvordan aktører af så forskellige beskaffenhed og størrelse skulle samarbejde om titlen. Mange af øens kvalitative stærke aktører indenfor kunsthåndværk kunne kun med nød og næppe løfte deres egne kerneopgaver, grundet deres trængte økonomier eller en base på frivilligt arbejde. En anden grund til usikkerheden var, at titlen var givet til øen, en geografisk enhed. Derfor følte ingen af de udøvende aktører indenfor kunsthåndværk, at de havde autoritet til at sætte sig i førersædet.

Efter en frustrerende ventetid rakte flere af aktørerne indenfor kunsthåndværk ud til hinanden og til Bornholms Regionskommune og indbød til stormøder for at diskutere situationen og det

fælles ønske om at omsætte den fornemme titel til lokal værdi for kunsthåndværket og for hele øen. Da Bornholms Regions kommune, gennem Klima- og bæredygtighedsudvalget ledet af den daværende viceborgmester, satte sig for bordenden af en koordinering af udviklingen af den kommende indsats indenfor kunsthåndværk, blev dette således en "gamechanger". Der var nu, for første gang, en politisk og økonomisk stærk aktør, der havde en ambition om at arbejde dedikeret med udviklingspotentialerne i de mange mindre virksomheder indenfor kunsthåndværk, og med bedre at bringe den brede vifte af forskellige aktører og institutioner, der også er nævnt i begrundelsen for titlen, i spil, samspil (se evt. en analyse af situationen og anbefalinger i "World-Craft-Region-Title-som-aktiv-for-Bornholms-kunsthåndværk-og-turisme" (Broegaard og Andersen, 2018). Kommissoriet for styregruppen for World Craft Region blev formuleret i hen over slutningen af 2018, og blev endelig vedtaget i starten af 2019.

Strategien for Maker's Island Bornholm, som var en af styregruppens første opgaver, har sat retning og mål for udviklingen inden for kunsthåndværket på Bornholm i perioden primo 2020 til ultimo 2022. Den tog afsæt i, hvordan potentialet som World Craft Region kunne omsættes til værdiskabende aktiviteter for hele Bornholm. Strategien havde fokus på at styrke og udvikle økosystemet inden for kunsthåndværket samt at sikre en kontinuerlig fornyelse og kvalitetsløft inden for feltet (Strategiens fire hovedmål præsenteres og gennemgås nærmere i kapitel 9).

Der er sket rigtig meget, på rigtig mange områder indenfor eller omkring kunsthåndværket på Bornholm. Der er kommet en lang række nye samarbejder, nye projekter, ny formidling, nye markeder, ny fællesbutik, nye kompetenceudviklingskurser, nye internationale forbindelser og nye nationale og internationale samarbejds- og udstillingsmuligheder. Kunsthåndværkerne har i perioden mærket økonomisk fremgang, og der har været en massiv vækst i antallet af beskæftigede (inklusive selvstændige) indenfor kunsthåndværk på Bornholm. Samtidig er der mange yngre kunsthåndværkere, der har investeret i nye eller bedre værksteder (ofte med støtte fra LAG-Bornholm, se eventuelt den nyligt færdiggjorte evaluering af LAG-Bornholm, Hedetoft og Broegaard, 2022); og flere kunsthåndværkere er flyttet til øen. Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm har oplevet mere end en fordobling af antallet af ansøgere til uddannelsen, siden Bornholm modtog World Craft Region titlen. Bornholmske kunsthåndværkere modtog dobbelt så mange arbejdslegater fra Statens kunsthåndværkfond i 2021 som året før. Destination Bornholm har taget kunsthåndværket op som selvstændigt tema og bl.a. arrangeret presseture for journalister med kunsthåndværk som tema, ligesom de har gennemført aktiviteter for at klæde turismesektorens aktører bedre på til at være ambassadører for øens kunsthåndværk. Der har været en stigning i antallet af kunsthåndværkere, der er medlemmer af Destination Bornholm, og samarbejdet mellem kunsthåndværkere og Destination Bornholm er kraftigt udbygget, noget der bl.a. kan ses i promoveringen af Bornholm som en kunsthåndværkdestination, og i turisternes stigende vurdering af vigtigheden af kunst og kunsthåndværk for deres besøg på øen.

På trods af Maker's Island styregruppens og aktørernes exceptionelle store indsats, siger det sig selv, at Maker's Island indsatsen ikke foregår i et vakuum, hvor 'alt andet er lige'. Der har over de seneste år været en stigende interesse for kunsthåndværk, for unika og for håndlavede produkter; produkter med en historie. Keramik er blevet "in", og det samme er meget andet kunsthåndværk. Det har været en global trend, der også har kunnet mærkes tydeligt på Bornholm, som bl.a. afspejlet i Midtvejsevalueringen af Maker's Island (Broegaard og Hedetoft, 2022). Samtidig har flere af de år, Maker's Island indsatsen har fungeret i, været præget af corona pandemien, med alle de ændringer i såvel rejse- som forbrugsmønstre, det har afstedkommet. I løbet af 2022 er meget dog forandret – med krig i Europa, voldsomt stigende energipriser, inflation m.v. er det en ny økonomisk virkelighed, der præger privatforbruget og også indkøbet af kunsthåndværk. Det kan være svært – for ikke at sige umuligt – at skelne, hvilke dele af udviklingen på Bornholm, der skyldes globale tendenser og

corona-effekter, og hvilke dele der skyldes Maker's Island indsatsen. Dette er især tilfældet, når det drejer sig om udvikling i fx økonomi og omsætning, der påvirkes dels af turismen og dels af større økonomiske konjunkturer. Indenfor udviklingen af søgningen til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, eller udviklingen i antal beskæftigede indenfor kunsthåndværk, kan man med større sikkerhed pege på et samspil af faktorer, som er påvirket af Maker's Island indsatsen, som værende mere direkte udslagsgivende.

Makers Island sekretariatet modtog i december 2022 en ny 3-årig bevilling fra BRKs Erhvervs-, bolig- og beskæftigelsesudvalg til den fortsatte drift af Makers Island på 1,8 mio. kr. I lyset af at Makers Island sekretariats-etableringen må ses som en erhvervs- og stedsudviklings-fokuseret indsats, der potentielt kan styrke såvel arbejdspladser som tilflytning og attraktivitet, må det fremhæves, at kontinuiteten og det langsigtede engagement i dagsordenen må anses for at være særdeles vigtig. Et analyseprojekt med fokus på arbejdspladser og bosætning om hvorfor nogle steder vokser mere, end deres udgangspunkt burde tilsi, konkluderer bl.a. at det er de vedholdende, langsigtede indsatser, der skaber en sådan 'ekstraordinær' vækst, særligt når de bygger på lokale styrkepositioner (RegLab, 2021). Rapporten fremhæver bl.a. Bornholm succes indenfor lokale fødevarer; en proces der allerede har varet 25 år, som et godt eksempel på dette. Det er denne rapports forfatteres opfattelse, at kunsthåndværket, der også allerede har en lang historie på Bornholm, har potentiale for på samme måde at blive et succesfuldt og karakteristisk lokalt udviklingstiltag. For at nå sit fulde potentiale, vil der dog være behov for netop en langsigtet indsats, der må række mange år ind i fremtiden.

Rapporten er organiseret på følgende måde: Rapporten indledes et resumé på engelsk og slutevalueringens fem hovedkonklusioner på dansk, der efterfølgende udfoldes en for en. Efter introduktionen følger en gennemgang af kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning (Kapitel 4). Kapitlet trækker på forskellige datakilder – fra CVR-registeret, Danmarks Statistiks generelle firmastatistik og fra omsætningsdata opnået gennem interview og spørgeskemaundersøgelse blandt lokale ACAB-medlemmer og kunsthåndværkere der er aktive i Maker's Island. Kapitel 5 præsenterer data for Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, både med hensyn til udviklingen i antallet af ansøgere og hvordan det går de studerende efter afslutning af studiet, inklusive erhvervsindkomst og bosætning. Kapitel 6 præsenterer data for virksomhedsetableringer og lukninger indenfor kunsthåndværk på Bornholm hhv. frem til 2019 og for perioden 2020-2022, på baggrund af data fra det generelle firma-register (Danmarks Statistik). Kapitel 7 stiller skarpt på kunsthåndværket som turismemagnet, og udviklingen i dette. Det præsenterer et estimat for af kunsthåndværkets betydning for turismen på Bornholm på baggrund af beregninger om turismens betydning for beskæftigelse og økonomi på Bornholm. Kapitlet præsenterer også udviklingen i synligheden af Bornholms kunsthåndværk. Kapitel 8 opsummerer hovedpunkter fra evalueringen af Bornholm Craft Weeks, en nyskabelse fra Maker's Island, der er en fælles præsentation af Bornholms kunsthåndværk og en anledning til massiv markedsføring af øen som kunsthåndværkdestination, samt anledning til nyskabelser i formidling og i forretningsudvikling blandt kunsthåndværkerne. Der henvises til en separat rapport for en mere detaljeret præsentation og analyse. Kapitel 9 genbesøger de forskellige overordnede målsætninger i Maker's Island strategien og samler, på baggrund af de forskellige interviews der er lavet til evalueringen, op på, hvordan det er gået. Rapporten afsluttes med en opsamling af fremadrettede, praktiske råd og forslag, opsamlet gennem evalueringens interviews med centrale aktører.

4 Kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning

Dette kapitel fokuserer på udviklingen i økonomien i de bornholmske kunsthåndværkervirksomhed, og på udviklingen i kunsthåndværkets beskæftigelsesmæssige betydning. Tal for **omsætning** i kunsthåndværkervirksomhederne på Bornholm er særligt interessante, da en stigning i omsætning for øens kunsthåndværkere er formuleret som delmål #1 i Maker's Island strategien (formuleret primo 2020). Konkret er der sat en meget ambitiøs målsætning om at opnå en omsætnings-stigning på ikke mindre end 17 procent pr. år, med udgangspunkt i 2017-omsætningstal, frem til 2022, som er slutevalueringens slutår. Som det blev kommenteret i Midtvejsevalueringen, er dette en meget ambitiøs målsætning. Faktisk anbefalede den CRT-forsker, der ledede udarbejdelsen af en såkaldt behovsanalyse (World Craft Region titlen som aktiv for Bornholms kunsthåndværk og turisme, Broegaard og Andersen, 2018) en målsætning om 3% vækst i omsætning pr. år, da det var tydeligt at man stod overfor en del potentielt vanskelige generationsskifter i flere af øens største kunsthåndværkervirksomheder. Kapitlet præsenterer også tal for udviklingen i **beskæftigelsen** indenfor kunsthåndværkerbrancher, da dette er en økonomisk parameter, der er relevant samfunds- eller ø-økonomisk, og er noget, der i højere grad kan belyses via registerdata.

4.1 Operationalisering: Den bornholmske kunsthåndværkerbranche, CVR branchekoder

Man skal holde tungen lige i munden, når man forsøger at danne sig et overblik over omfanget og betydningen af den bornholmske kunsthåndværkerbranche. Man kan benytte flere forskellige kilder og metoder, og alt afhængigt af de valg man gør, kan man komme frem til ganske forskellige resultater.

I vores opgørelse har vi taget udgangspunkt i 17 typiske kunsthåndværkerbrancher:

1. 13.20.00 Vævning af tekstiler
2. 13.99.00 Fremstilling af andre tekstiler i.a.n.
3. 14.11.00 Fremstilling af beklædningsartikler af læder
4. 14.13.00 Fremstilling af anden yderbeklædning
5. 14.19.00 Fremstilling af andre beklædningsartikler samt tilbehør
6. 14.20.00 Fremstilling af varer af pelsskind
7. 14.39.00 Fremstilling af andre strikkede og hæklede beklædningsartikler
8. 15.12.00 Fremstilling af tasker, kufferter, sadelmagervarer mv.
9. 16.29.00 Fremstilling af andre træprodukter; fremstilling af varer af kork, strå og flettematerialer
- 10.23.13.00 Fremstilling af flasker, drikkeglas mv.**
- 11.23.41.00 Fremstilling af keramiske husholdningsartikler og pyntegenstande**
12. 31.09.00 Fremstilling af andre møbler
13. 32.12.00 Fremstilling af smykker i ædle metaller og relaterede produkter
14. 32.13.00 Fremstilling af bijouteri og lignende varer
15. 32.20.00 Fremstilling af musikinstrumenter
16. 32.91.00 Fremstilling af koste og børster
17. 47.78.40 Kunsthandel og gallerivirksomhed

De to brancher markeret med fed skrift kalder vi i det følgende for "Kunsthåndværk glas" og "Kunsthåndværk keramik". De øvrige brancher har vi slået sammen til en gruppe, som vi har

benævnt "Kunsthåndværk andet", fordi der i de enkelte underbrancher i denne gruppe er for få virksomheder og for få ansatte til at det er muligt at offentliggøre oplysninger om omsætning, indtjening osv. for hver enkelte branchegruppe.

Indenfor disse branchegrupper er der virksomheder, der helt klart må betegnes som kunsthåndværkervirksomheder og andre virksomheder der nærmere må betegnes som industrielle fremstillingsvirksomheder. Det er desværre ikke muligt alene ved brug af branchekoder at lave en 100% entydig afgrænsning af kunsthåndværks-virksomheder.

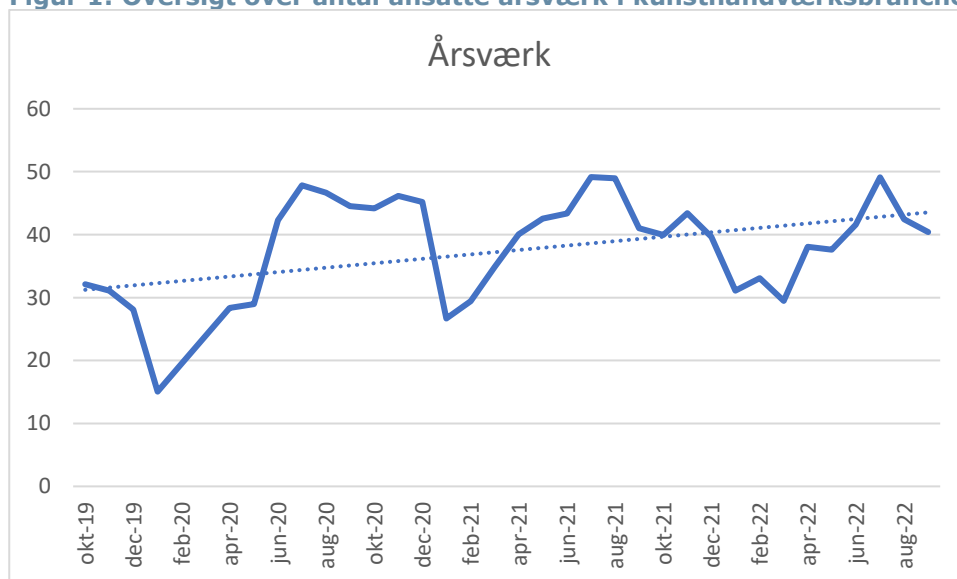
Et simpelt opslag i CVR-registret viser, at der ultimo 2022 **er 83 virksomheder indenfor disse 17 brancher på Bornholm**. Disse virksomheder fordeler sig på 7 indenfor "Kunsthåndværk glas", 23 indenfor "kunsthåndværk keramik" og 53 indenfor "Kunsthåndværk, andet".

4.2 Udviklingen i antal ansatte i bornholmske kunsthåndværkervirksomheder (CVR)

Siden 2019 er man begyndt at kunne søge oplysninger om antal ansatte i de CVR-registrerede virksomheder. En sådan opgørelse viser at 16 af de 83 kunsthåndværkervirksomheder har ansatte, og i september 2022 (som er den seneste tilgængelige opgørelse) er der *ansat 40,4* helårsbeskæftigede i de bornholmske kunsthåndværker-virksomheder.¹

Nedenfor ses en opgørelse over antal **ansatte** årsværk i perioden fra oktober 2019 til september 2022, jf. CVR-registret. Som det fremgår, er der tale om en stigende, men sæsonsvingende beskæftigelse, opgjort i antal årsværk.

Figur 1: Oversigt over antal ansatte årsværk i kunsthåndværksbrancherne, jf. CVR-registret



Kilde: Udtræk fra CVR-registret, CRT-bearbejdning, december 2022.

¹ I midtvejsevalueringen blev der alene fokuseret på "Keramik" og "Glas", og et udtræk fra Danmarks Statistiks Firmaregister (der omfattede 31 virksomheder over "bagatelgrænsen") viste at der tilsammen var 29.3 ansatte årsværk i 2019 inden for disse to brancher (Broegaard og Hedetoft, 2022, tabel 1, side 17).

4.3 Udviklingen i kunsthåndværksevirkshedernes økonomi (CVR)

Hvis vi vil have et overblik over udviklingen i virksomhedernes økonomi, så er CVR-registret knapt så velegnet som datakilde, da det kun er de virksomheder der er organiseret i selskabsform der er forpligtet til at offentliggøre regnskabsresultater. Ud af de 83 virksomheder i kunsthåndværker-brancherne på Bornholm, er de 12 organiseret i selskabsform. Nedenfor ses en opgørelse af den økonomiske udvikling i disse 12 virksomheder. Virksomhederne er ikke forpligtet til at offentliggøre omsætningstal, så oversigten omfatter udelukkende virksomhedernes bruttofortjeneste (omsætning minus produktionsomkostninger).

Table 1: Oversigt over udvikling i bruttofortjeneste (1000 DKK) for virksomheder organiseret i selskabsform

CVR	Navn	Branche	2017	2018	2019	2020	2021
Bruttofortjeneste (1000 DKK)							
21037338	Baltic Sea Glass	231300 Fremstilling af flasker, drikkeglas mv.	2.933	2.488	2.119	2.965	3.751
25395107	Pernille Bülow	231300 Fremstilling af flasker, drikkeglas mv.	3.886	2.778	5.800	6.609	5.106
21170232	Glashytten, Snogebæk	231300 Fremstilling af flasker, drikkeglas mv.	227	99	1.097	281	308
40232435	Bornholms Keramikfabrik (1)	234100 Fremstilling af keramiske husholdningsartikler og pyntegenstande				558	2.996
36556935	Mie Mølgaard	234100 Fremstilling af keramiske husholdningsartikler og pyntegenstande		280	513	645	921
41331348	Matter	477840 Kunsthandel og gallerivirksomhed				-71	69
15156139	Wilgart	141900 Fremstilling af andre beklædningsartikler samt tilbehør				221	239
40198768	Jiin	310900 Fremstilling af andre møbler			-143	66	30
30550552	Atlantic	310900 Fremstilling af andre møbler		514	586	668	854
39236346	Køppe Contemporary (1)	477840 Kunsthandel og gallerivirksomhed				323	210
27429513	Borup Nexø	477840 Kunsthandel og gallerivirksomhed		289	396	441	458
40407642	Jee	477840 Kunsthandel og gallerivirksomhed			392	384	370
I ALT						13.090	15.312

Note 1: Forskudt regnskabsår (2019/2020 regnskabsår er angivet under 2020 osv.)
 Kilde: CVR-registret. CRT-udtræk og bearbejdning.

Der er kun data for bruttofortjeneste for alle 12 selskaber i årene 2020 og 2021. I den periode stiger bruttofortjeneste i de 12 selskaber med godt 2,2 mio. kr., svarende til 17%. Udviklingen kan i stor udstrækning tilskrives udviklingen på Bornholm Keramikfabrik.

I samme periode stiger personaleomkostningerne i de 12 selskaber med 829.000 kr., svarende til en stigning på godt 7 pct., hvilket kan bruges som indikator for beskæftigelsesudviklingen. Også her står udviklingen på Bornholms Keramikfabrik for en stor del af den samlede udvikling

i de 12 selskaber, idet Bornholms Keramikfabrik har øget personaleomkostningerne med ca. 700.000 kr. og fra september 2020 til september 2021 er beskæftigelsen steget med 3 årsværk.

Hvis man skal have et bredere indtryk af den økonomiske og beskæftigelsesmæssige udvikling i den samlede kunsthåndværkerbranche på Bornholm (dvs. også i de mange virksomheder, der er organiseret som enkeltmandsvirksomheder eller interessentskaber), bliver vi nødt til at ty til anonymiserede virksomhedsstatistik² fra Danmarks Statistik³. Disse oplysninger er ganske detaljerede, men desværre er de først tilgængelige med en betydelig forsinkelse. Det seneste dataår, hvor CRT aktuelt har fuld adgang til data, er således 2019.

Nedenstående er et specialudtræk fra den generelle firmastatistik. Statikken omfatter reelt aktive virksomheder med en omsætning/aktivitet over en given "bagatelgrænse" (nogenlunde svarende til en beregnet arbejdsindsats på minimum et halvt år). Som det fremgår af tabellen nedenfor, var der i 2019 i alt 74 kunsthåndværkervirksomheder (indenfor de 17 udvalgte branchekoder) der lå over denne bagatelgrænse.

Her skal det dog bemærkes, at denne "bagatelgrænse" i registerdata bevirker at - i forhold til den typologisering af kunsthåndværkervirksomheder på Bornholm, som blev udviklet i forbindelse med "behovsanalysen" i 2018 (Broegaard & Andersen, 2018, se også typologi for kunsthåndværkervirksomheder, Midtvejsevalueringen, tabel 11, side 28) – stort set alle virksomheder i typerne V og IV, samt en del af virksomhederne i type III sortes fra. Det, der i registerdata betegnes som "bagatel" er altså på ingen måde "bagateller" for kunsthåndværkerne i disse virksomhedstyper, hvor aktiviteten er begrænset af tidlig opstart eller en aktivitet, der foregår sekundært til andre aktiviteter (type IV), eller af at der grundet hensyn til økonomi eller stabilitet i indkomst er taget relativt meget arbejde udenfor virksomheden, måske endda udenfor kunsthåndværk. For kunsthåndværkerne i type V er det primært alder og helbred, der begrænser aktiviteten i virksomhederne. Flere af virksomhederne i disse kategorier, særligt i V og III, er dog samtidig kendetegnede ved et højt kunsthåndværksmæssigt niveau, og der er flere internationalt anerkendte kunsthåndværkere i disse kategorier. I Midtvejsevalueringen udgjorde virksomhederne af type V og VI 21% af den samlede undersøgelsespopulation, mens type III udgjorde 11%.⁴ Det er altså en ikke ubetydelig del af det, der reelt er det bornholmske kunsthåndværkerunivers, der i firmaregister-sammenhæng skæres bort ved "bagatelgrænsen".

Tabel 2: Kunsthåndværkervirksomheder på Bornholm, Gennemsnitlig omsætning (kroner) pr år

Kunsthåndværkerbrancher	Antal virksomheder					Gennemsnitlig omsætning pr virksomhed pr år				
	År					År				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Bornholm										
Kunsthåndværk, glas	7	6	7	7	8	3.019.429	3.019.429	4.698.000	2.215.000	2.369.286
Kunsthåndværk, keramik	16	17	20	21	23	75.500	75.500	124.882	195.200	156.429
Kunsthåndværk, andet	30	35	39	44	43	326.533	326.533	287.200	249.795	232.250
I ALT kunsthåndværk	53	58	66	72	74	606.415	606.415	695.914	441.682	417.903

Kilde: Den generelle firmastatistik, CRT-specialudtræk.

² Den generelle firmastatistik:

<https://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/generel-firmastatistik>

³ Det var også denne statistik der blev anvendt i forbindelse med midtvejsevaluering af Makers Island.

⁴ Typologiseringen indeholdt 67 virksomheder i Midtvejsevalueringen, ikke valgt ud fra CVR branchekoder men ud fra medlemskab i ACAB og/eller aktiv deltagelse i Maker's Island aktiviteter.

Der er meget stor størrelsesforskel på kunsthåndværksvirksomheder indenfor glas og andre former for kunsthåndværksvirksomheder.

Virksomhederne inden for glas havde en gennemsnitlig omsætning på 2,3 mio. kr. i 2019, hvor den gennemsnitlige omsætning for alle kunsthåndværkervirksomheder under ét, lå på knapt 418.000 kr./virksomhed i 2019. Det fremgår også af tabellen, at der har været en jævn stigning i antallet af kunsthåndværkervirksomheder, indenfor de tre delbrancher, set over hele perioden. Samtidig har den gennemsnitlige omsætning pr. virksomhed været faldende i 2018 og 2019. Dette kan til dels hænge sammen med at nyetablerede virksomheder – indenfor alle brancher – ofte har negative tal på bundlinjen i det eller de første år, grundet etableringsomkostninger og -fase.

Nedenfor ses på den samlede omsætning i de forskellige dele af kunsthåndværkerbranchen. Dvs. der ses på den samlede omsætning for alle virksomheder (over 'bagatel-grænsen') under ét, indenfor hhv. glas, keramik og 'andet kunsthåndværk'. En stigning i omsætningen kan således både skyldes en stigende omsætning i de enkelte virksomheder og at der er kommet flere virksomheder på markedet. Som det fremgår, er det især den keramiske del af kunsthåndværkerbranchen der ekspanderer i denne periode. Den samlede omsætning inden for denne delbranche er øget med ca. 225% i perioden 2015 til 2019. Den samlede omsætning i kunsthåndværkerbranchen udgjorde ca. 35,5 mio. kr. i 2019. Over perioden 2015-2019 ses en gennemsnitlig vækst i omsætning på 10,5% (for den 4-årige periode).⁵

Tabel 3: Den samlede udvikling i omsætning indenfor de forskellige delbrancher

Kunsthåndværkerbrancher	Samlet Årsomsætning (kroner)					Udvikling i samlet omsætning, 2015 ti 2019	
	År					Absolut	Relativ
	2015	2016	2017	2018	2019		
Bornholm							
Kunsthåndværk, glas	21.136.000	28.188.000	15.505.000	16.585.000	21.789.000	653.000	3,1%
Kunsthåndværk, keramik	1.208.000	2.123.000	3.904.000	3.285.000	3.934.000	2.726.000	225,7%
Kunsthåndværk, andet	9.796.000	10.052.000	9.742.000	10.219.000	9.783.000	-13.000	-0,1%
I ALT kunsthåndværk	32.140.000	40.363.000	29.151.000	30.089.000	35.506.000	3.366.000	10,5%

Kilde: Den generelle firmastatistik, CRT-specialudtræk.

Nedenfor ses på tilsvarende vis på virksomhedernes evne til at skabe værdi, den såkaldte bruttoværditilvækst. Bruttoværditilvæksten svarer stort set til virksomhedernes overskud/underskud plus aflønning af deres ansatte.

Samlet set har kunsthåndværkervirksomhederne en værditilvækst på godt 15 mio. kr. i 2019, og i perioden fra 2015 til 2019 er den årlige værditilvækst øget med godt 2,3 mio. kr. Målt i kroner har stigningen været størst indenfor glas kunsthåndværk, men relativt set har stigningen været særlig kraftig inden for det keramiske kunsthåndværk. I løbet af den 4-årige periode er der i gennemsnit for alle kunsthåndværkervirksomhederne (over bagatel-grænsen) på Bornholm sket en vækst på 14,4% i værditilvækst, svarende til en årlig vækst på 4 pct.

⁵ I midtvejsrapporten blev der lavet en interviewbaseret opfølgning på kunsthåndværkernes omsætningsudvikling fra 2017 til 2020. Denne undersøgelse omfattede besvarelser fra 23 virksomheder med tilknytning til Makers Island og undersøgelsen indikerede en årlig omsætningsvækst for disse virksomheder ca. 20 pct. pr. år. Resultatet for de to analyser kan ikke umiddelbar sammenlignes da der er tale om forskellige grupper af virksomheder og forskellige tidsperioder, men begge undersøgelser underbygger at der har været en markant omsætningsudvikling i perioden.

Tabel 4: Udvikling i den samlede værditilvækst (kroner) indenfor de forskellige delbrancher

Kunsthåndværkerbrancher	Værditilvækst					Udvikling i VTV, 2015 til 2019	
	År					Absolut	Relativ
	2015	2016	2017	2018	2019		
Bornholm							
Kunsthåndværk, glas	9.226.000	12.979.000	8.598.000	8.497.000	10.695.000	1.469.000	11,3%
Kunsthåndværk, keramik	425.000	217.000	1.745.000	1.987.000	1.076.000	651.000	300,0%
Kunsthåndværk, andet	3.041.000	3.163.000	3.369.000	4.251.000	3.283.000	242.000	7,7%
I ALT kunsthåndværk	12.692.000	16.359.000	13.712.000	14.735.000	15.054.000	2.362.000	14,4%

Kilde: Den generelle firmastatistik, CRT-specialudtræk.

Et problem ved anvendelse af virksomhedsdata fra Danmarks statistik er, som nævnt, at data er forholdsvis gamle. Især når formålet er at vurdere den generelle udvikling indenfor kunsthåndværker erhvervet siden etablering af projektet "Makers Island", fra slutningen af 2019, siger det sig selv, at der er brug for supplerende data.

4.4 Beskæftigelses- og indtjeningsudvikling i kunsthåndværkerbrancherne (RAS)

En mulighed er her at se på beskæftigelses- og indtjeningsudviklingen blandt de personer der er aktive indenfor kunsthåndværkerbrancherne. Her foreligger data noget hurtigere, og vi har mulighed for at se på beskæftigelsen og indtjening frem til og med 2020.

Vi benytter den såkaldte Registerbaserede Arbejdsstyrke Statistik (RAS) hvor man ser på befolkningens primære tilknytning til arbejdsmarkedet på et givet tidspunkt af året (ultimo november måned). Vi ser kun på de beskæftigede inden for de tre delbrancher af kunsthåndværkererhvervet (samt på alle andre erhverv under ét).

Tabel 5: Antal beskæftigede og erhvervsindkomst inden for kunsthåndværkererhvervet på Bornholm

Beskæftigelse og indkomst	Antal beskæftigede (personer)				Erhvervsindkomst pr. person				Erhvervsindkomst	
	År				År				Udvikling 2017 til 2020	
	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020	Absolut	Relativ
Bornholm										
Glas kunsthåndværk	36	30	42	59	186.876	222.509	202.912	190.553	3.677	2,0%
Keramisk kunsthåndværk	23	22	28	32	124.671	81.696	123.968	150.456	25.785	20,7%
Anden kunsthåndværk	31	31	27	27	80.393	129.978	113.400	144.252	63.859	79,4%
Kunsthåndværk i alt	90	83	97	118	134.302	150.625	155.208	169.085	34.783	25,9%
Andre erhverv	16.963	16.751	16.917	16.548	303.519	306.019	319.726	331.709	28.190	9,3%
I ALT	17.143	16.917	17.111	16.784	301.037	303.755	316.981	328.233	27.197	9,0%

Kilde: DST-registerdata. CRT-specialudtræk.

Erhvervsindkomsten er den del af indkomsten der stammer fra erhvervsvirksomhed, dvs. typisk løn, honorar og overskud af egen virksomhed.

I alt var der 118 personer **beskæftiget** inden for kunsthåndværk i 2020, hvilket udgør en stigning på 28 beskæftigede i forhold til 2017-niveauet. Dette er inklusiv de selvstændige der har deres *primære* indkomst fra privat virksomhed. Tabellen for den registerbaserede

arbejdsstyrke statistik viser således en **væsentlig stigning i antallet af beskæftigede indenfor kunsthåndværk på Bornholm i perioden 2017-2020**; en stigning på i alt 31 pct. for den treårige periode samlet set (svarende til en gennemsnitlig årlig stigning på 9,5 pct.). Dette er en udvikling der er værd at bide mærke i, særligt i et landdistrikt som Bornholm, hvor jobskabelsen er afgørende for bosætning/tilflytning. Yderligere er det en bemærkelsesværdig udvikling, når 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 fald på 2.5% over den treårige periode.

For den samlede kunsthåndværker branche opnås der i 2020 en **erhvervsindkomst** på godt 169.000 kr./beskæftigede. **Den gennemsnitlige erhvervsindkomst er steget** med 34.783 kr./beskæftiget i perioden fra 2017 til 2020 (svarende til en stigning på knapt 26%). Erhvervsindkomsten er højest inden for glas-kunsthåndværk, men de øvrige delbrancher indenfor kunsthåndværk har over de sidste fire år haft en højere **stigning** i erhvervsindkomsten, hvilket betyder at indtjeningsforskellen mellem glaskunsthåndværk og de øvrige kunsthåndværksbrancher er blevet indsnævret i perioden.

Til sammenligning er den gennemsnitlige erhvervsindkomst for alle andre beskæftigede på Bornholm angivet i tabellen under "Andet". Som det ses, har **kunsthåndværkererhvervet haft en langt højere stigning i erhvervsindkomsten end de øvrige erhverv**. Til gengæld er **den gennemsnitlige erhvervsindkomst i kunsthåndværket også langt under den gennemsnitlige erhvervsindkomst for de øvrige beskæftigede på Bornholm**. Hvor den gennemsnitlige erhvervsindkomst på Bornholm lå på knapt 322.000 kr./beskæftigede, så var den gennemsnitlige erhvervsindkomst indenfor kunsthåndværkerbrancherne kun på 169.000 kr. i 2020. Man bliver, som gennemsnit, altså ikke rig af at arbejde med kunsthåndværk.

Nedenfor ses det tilsvarende niveau og den tilsvarende udvikling inden for erhvervsindkomsten i den øvrige del af landet.

Tabel 6: Antal beskæftigede og erhvervsindkomst inden for kunsthåndværkererhvervet i resten af Danmark

Beskæftigelse og indkomst	Antal beskæftigede (personer)				Erhvervsindkomst pr. person				Erhvervsindkomst	
	År				År				Udvikling 2017 til 2020	
	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020	Absolut	Relativ
Øvrig DK										
Glas kunsthåndværk	388	418	424	402	377.597	376.432	388.581	420.172	42.575	11,3%
Keramisk kunsthåndværk	209	220	234	230	146.411	153.315	140.902	173.632	27.221	18,6%
Anden kunsthåndværk	8.560	8.639	7.913	8.150	304.822	310.230	298.957	306.955	2.133	0,7%
Kunsthåndværk i alt	9.157	9.277	8.571	8.782	304.290	309.492	299.076	308.646	4.356	1,4%
Andre erhverv	2.822.118	2.869.831	2.898.526	2.880.586	358.114	364.198	373.584	395.037	36.922	10,3%
I ALT	2.840.432	2.888.385	2.915.668	2.898.150	356.786	362.852	372.267	393.578	36.792	10,3%

Kilde: DST-registerdata. CRT-specialudtræk.

På Bornholm udgør kunsthåndværk (defineret som de 17 CVR-branchekoder nævnt tidligere) 0.7% af samtlige beskæftigede, mens kunsthåndværkerbrancherne kun udgør 0.3% af de beskæftigede i resten af Danmark. Igen bekræftes Bornholms særstatus som en del af Danmark med en usædvanligt høj koncentration af kunsthåndværkere. Midtvejsevalueringen bekræftede også dette. Her var sammenligningen dog foretaget udelukkende for beskæftigede indenfor de CVR-branchekoder, der handler specifikt om hhv. glas og keramik (Se Broegaard & Hedetoft, 2022, side 19 samt tabel 5 og tabel 6).

Hvor der på Bornholm i 2020 er 118 der er beskæftiget med kunsthåndværk, er der i den øvrige del af landet 8.792 personer beskæftiget med kunsthåndværk. I den øvrige del af Danmark er der dog sket et fald på 375 beskæftigede indenfor kunsthåndværk, hvilket svarer til et fald på 4% over den treårige periode, hvor udviklingen i beskæftigede i andre erhverv (i det øvrige Danmark) er positiv (med en stigning på i alt 2%). Dette sætter den positive udviklingen indenfor kunsthåndværk på Bornholm i samme periode endnu mere i perspektiv, og gør det **sandsynligt at den positive udvikling i beskæftigede indenfor kunsthåndværk på Bornholm ikke bare er et lokalt resultat af en globalt øget interesse for kunsthåndværk, men er et resultat der er skabt gennem (mange) særlige tiltag for styrkelsen af kunsthåndværket på Bornholm, ikke mindst opnåelsen af World Craft Region titlen og de mange deraf afledte initiativer, inklusive etableringen af Maker's Island sekretariatet.**

Det ses at erhvervsindkomsten er markant højere i resten af landet sammenlignet med Bornholm. Dette gælder indenfor alle delbrancher af kunsthåndværk, og såmænd også inden for alle andre erhverv under ét. Ved sammenligning med det øvrige land ses det imidlertid også, at de bornholmske kunsthåndværkere som gennemsnit har oplevet **en højere procentuel stigning** i erhvervsindkomsten end kunsthåndværkere i den øvrige del af landet. I landet som helhed steg erhvervsindkomsten for kunsthåndværkere med 1,4 pct. i perioden fra 2017 til 2020, hvor den som tidligere nævnt er steget med knapt 26 pct. for kunsthåndværkere på Bornholm.

Alt i alt er resultatet at kunsthåndværket i løbet af perioden er kommet tættere på den gennemsnitlige erhvervsindkomst på Bornholm. Dette er illustreret i tabellen nedenfor, hvor kunsthåndværket erhvervsindkomst hvert år, ved et indeks, er sat i forhold til den gennemsnitlige erhvervsindkomst for beskæftigede på Bornholm. Et indeks på 100 for en given branche betyder således at den pågældende branche har en erhvervsindkomst på niveau med den gennemsnitlige erhvervsindkomst på øen. Man kan altså konstatere at **kunsthåndværk stadig er dårligt betalt, men at der er en positiv udvikling i erhvervsindkomst for kunsthåndværkene på Bornholm fra 2017 til 2020.**

Tabel 7: Indeks for erhvervsindkomst i kunsthåndværkerhverv i forhold til den generelle erhvervsindkomst på Bornholm

Beskæftigelse og indkomst	Erhvervsindkomst pr. beskæftigede. Indeks i forhold til generelt niveau på Bornholm			
	År			
	2017	2018	2019	2020
Bornholm				
Glas kunsthåndværk	62	73	64	58
Keramisk kunsthåndværk	41	27	39	46
Anden kunsthåndværk	27	43	36	44
Kunsthåndværk i alt	45	50	49	52
Andet	101	101	101	101
I ALT	100	100	100	100

Kilde: DST-registerdata. CRT-specialudtræk.

4.5 Alternativ operationalisering: ACAB-medlemmer og deltagere i Maker's Island

I forbindelse med midtvejsevalueringen af projektet Maker's Island var vi i kontakt med 70 kunsthåndværkervirksomheder, der på forskellig vis deltog i "Makers Island". Det drejede sig dels om kunsthåndværkere der var medlem af kunsthåndværkersammenslutningen ACAB og

dels om andre kunsthåndværkere med kontakt til Maker's Island initiativer. Ud af denne gruppe på 70 kunsthåndværkere var de 10 registreret inden for *andre brancher* end de 17 delbrancher, vi har set nærmere på i de foregående afsnit. Disse 10 havde primært benyttet branchen "900300 Kunstnerisk skaben", en branchegruppe der også omfatter forfattere, komponister, billedkunstnere o.l. Derudover var der yderligere 10 af de interviewede kunsthåndværkere, der ikke optrådte i CVR-registret, typisk fordi de var oppe i alderen og havde en pension som primær indtægt og trods et højt fagligt niveau og en vis fortsat aktivitet på værkstedet, havde ophørt med at have virksomhed.

4.5.1 Omsætningsudvikling iflg. interviewundersøgelse i 2021

Nedenfor er fremhævet nogle af de økonomiske hovedresultater fra interviewundersøgelsen foretaget i slutningen af 2021. For øvrige resultater henvises til Midtvejsevalueringen (Broegaard & Hedetoft, 2022).

Alle de kontaktede kunsthåndværkere med enkeltmandsvirksomheder blev blevet spurgt om omsætningstal for 2020. Kun 33 af de 70 virksomheder valgte af at oplyse de specifikke omsætningstal. For at sikre et lidt bredere datagrundlag blev de øvrige kunsthåndværkerne bedt om at give deres vurdering af *udviklingen* i deres omsætning mellem 2017 og 2020 (eller de seneste år, hvis de fx var etableret i 2018). De blev bedt om at oplyse om omsætningen var øget, reduceret eller har været stabil. På denne måde blev der opnået information om udviklingstendenser for 49 kunsthåndværkere.

I midtvejsevalueringen blev der, så vidt muligt, anvendt samme typologisering af kunsthåndværkervirksomhederne, som blev udviklet i rapporten "*World Craft Region-titlen som aktiv for Bornholms kunsthåndværk og turisme*" (Broegaard & Andersen, 2018). Af ressourcehensyn blev der i 2021 ikke spurgt lige så detaljeret ind til andre indtægtskilder for kunsthåndværkerne, hvorfor dette delkriterie måtte udgå af typologiseringen i 2021.⁶

4.6 Antal og typer af virksomheder i 2021

Nedenfor vises en oversigt over kunsthåndværkervirksomhederne, der var med i Maker's Island midtvejsevaluering, fordelt på typer. Af de 70 deltagende virksomheder kunne 67 typologiseres, mens tre måtte udelades, fordi en typologisering ville basere sig for meget på et skøn ud fra de tilgængelige informationer.

⁶ Vedr. typologisering af virksomhederne på basis af de afgivne oplysninger om 2020, har vi, ved manglende data (fx at respondenterne ikke har ønsket at dele data om omsætning, eller i tilfælde, hvor vedkommende ikke har vendt tilbage på henvendelserne fra CRT), tilladt os at *antage*, at virksomheden tilhører samme type som i 2017, hvis vi ikke gennem lokalkendskab er bekendte med større ændringer i virksomheden. Denne antagelse er gjort for at sikre, at vi bruger de forhåndenværende (sparsomme) data optimalt. For et antal virksomheder, der ikke har ønsket at dele oplysninger om omsætning, er typologiseringen sket på basis af et estimat ud fra andre oplysninger omkring hvorvidt virksomheden er kunsthåndværkerens primære indtægtskilde, eller oplysninger om orlov, uddannelse osv.

Tabel 8: Oversigt over kunsthåndværkervirksomheder i MI_2021 midtvejsevalueringen, fordelt på type

Type	Størrelse (økonomi)	Beskrivelse	Antal deltagende	Omsætning, arbejdstid, ansatte og/eller supplerende lønarbejde
I	Store	Veletablerede, store virksomheder	6 ⁷	Over 1 million kr./år, typisk med ansatte i virksomheden
II	Mellem	Dedikerede kunsthåndværkere med vækstpotentiale	29 ⁸	Mellem 100.000 og 1 million kr./år; nogle har ansatte i virksomheden
III	Små	Dedikerede kunsthåndværker-mikrovirksomheder med vækstpotentiale	11 ⁹	Under 100.000 kr./år, typisk uden ansatte og med supplerende lønarbejde (oftest indenfor faget); men stadig mange timer lagt i virksomheden
IV		Kunsthåndværk som bibeskæftigelse	12 ¹⁰	Under 100.000 kr./år, men kunsthåndværk udgør en lille del af indtægten; lønarbejde eller andet er primær indtægt
V		Kunsthåndværkere med pension	9	Under 100.000 kr./år, typisk under 20t/u i virksomheden
I alt			67*	

*) tre virksomheder kunne ikke kategoriseres indenfor en type på baggrund af tilgængelige data.

4.6.1 Omsætningsudvikling de seneste 3-4 år, vurderet ultimo 2021

38 af 49 kunsthåndværkere der gav besvarelser vedr. økonomi til midtvejsevalueringen, ultimo 2021, havde oplevet stigende omsætning. Det var især i type I og II, at omsætningen var steget, for hhv. 5 ud af 6 af de store virksomheder og for 23 af de 29 mellemstore virksomheder.

Nedenfor ses et overblik over omsætningsudviklingen, som den i slutningen af 2021 blev vurderet af de deltagende kunsthåndværkere (adspurgt om tendensen i omsætningsudviklingen i deres virksomhed i de seneste 3 – 4 år), dvs. ca. fra 2017 til 2021.

Tabel 9: Omsætningsudvikling for de medvirkende virksomheder, ca. 2017-2020

Type (2020)	Faldende omsætning	Neutral eller svingende omsætningsudvikling	Stigende omsætning	Manglende observationer	Nystartet virksomhed, 1. år	I alt
I	-	-	5	1	-	6
II	-	3	23	1	2	29
III	-	3	3	2	3	11
IV	2	1	4	3	2	12
V	-	2	3	4	-	9
I alt	2	9	38	11	7	67

4.6.2 Kvantitative omsætningsdata fra interviewundersøgelsen i 2021

Nedenfor ses der nærmere på de 33 virksomheder, der i 2021 angav detaljerede omsætningstal, eller for selskaber hvor økonomital kunne hentes fra offentlig tilgængelige

⁷ Heraf er 1 virksomhed indplaceret på basis af 2017-type.

⁸ Heraf er 1 virksomhed indplaceret på basis af 2017-type, og 8 er indplaceret baseret på oplysninger omkring vigtigheden af virksomheden som indtægtskilde, tidsforbrug m.v.

⁹ Heraf er 3 virksomheder indplaceret på basis af 2017-type, og 4 er indplaceret baseret på oplysninger om supplerende lønarbejde ved siden af virksomheden, timetal m.v.

¹⁰ Heraf er 5 virksomheder indplaceret baseret på oplysninger om supplerende lønarbejde ved siden af virksomheden, timetal, orlov, anden uddannelsesaktivitet, m.v.

regnskaber. Den gennemførte sammenligning med omsætningsdata fra 2017-dataene er påvirket af, at der er relativt få virksomheder, der ønskede at dele specifikke økonomiske informationer i midtvejsevalueringen (om indkomståret 2020).

Alt i alt rapporterede de 33 kunsthåndværkervirksomheder om en omsætning på ca. 23,7 mio. kr. i 2020. For virksomhederne i selskabsform var vi dog nødt til at anvende bruttofortjeneste som indikator på omsætningsudviklingen, da vi ikke havde adgang til andre data. Eftersom en meget stor del af omsætningen ligger i de største virksomheder, som er organiseret i selskabsform, var det samlede omsætningstal helt klart underestimeret

De store virksomheder (der delte information om 2020) tegnede sig for 64% af den samlede rapporterede omsætning, svarende til 15,2 mio. kr. De mellemstore virksomheder, type II, bidrog med 34% af den i 2020 rapporterede omsætning, svarende til 8 mio. kr. Dette var en meget stor stigning i forhold til 2017-tallene, hvor typen tilsammen stod for 3,7 mio. kr., hvilket dengang svarede til 13% af omsætningen. Igen skal det dog påpeges, at 2020-tallene er meget følsomme for det mindre antal virksomheder, der har rapporteret for dette år. Både for type I og type II er det ca. 1/3 af virksomhederne, der ikke ønskede at dele denne type af information.

Mikro-virksomhederne bidrog tilsammen med godt en halv million kroner i omsætning, hvilket svarede til knapt 2.5% af den i 2020 samlede rapporterede omsætning.

Tabel 10: Omsætningsniveau for de medvirkende virksomheder, fordelt efter type

Type	Størrelse (økonomi)	Beskrivelse	Omsætning (for virksomheder i selskabsform dog bruttofortjeneste), interval (2020), kr.	Gennemsnitlig omsætning (2020), kr.	N (antal givet information)	Antal virksomh. i typen
I	Store	Veletablerede, store virksomheder	1.100.000-8.100.000	3.800.000	4	6
II	Mellem	Dedikerede kunsthåndværkere med vækstpotentiale	100.000-850.000	414.000	18	29
III	Små	Dedikerede kunsthåndværker-mikrovirksomheder med vækstpotentiale	30.000-99.000	73.000	3	11
IV		Kunsthåndværk som bibeskæftigelse	0-45.000	28.000	4	12
V		Kunsthåndværkere med pension	20.000-70.000	53.000	4	9
I alt					33	67

Det skal understreges, at de angivne værdier *ikke* reflekterer den fulde omsætning i øens kunsthåndværkervirksomheder, dels fordi der mangler data for godt halvdelen af de kontaktede virksomheder, og dels fordi de kontaktede virksomheder kun udgjorde en del af de eksisterende kunsthåndværkervirksomheder på øen.

Som det fremgik af Tabel 3 (ovenfor, i sektion 4.3) udgjorde **den samlede** omsætning i de typiske kunsthåndværksbrancher (når der ses bort fra de virksomheder, der i denne statistik

falder under det DST anvender som "bagatelgrænsen") tilbage i 2019 i alt ca. 35.5 mio. kr., jf. Den Generelle Firmastatistik.

4.7 Udvikling i omsætning: Interviewundersøgelser ultimo 2021 og 2022

I midtvejsevalueringens interviewundersøgelse blev der desuden set på udvikling i omsætning fra 2017 til 2020. I alt 24 virksomheder medvirkede i denne del af analysen. Tabel 11 nedenfor viser omsætningsudviklingen i de 24 virksomheder i anonymiseret form. For langt størstedelen af virksomhederne var tale om en positiv omsætningsudvikling. **Gennemsnittet for de 24 virksomheder var ifølge de rapporterede tal en omsætningsstigning på 20% pr. år i perioden fra 2017 til 2020.**

Tabel 11: Absolut og relativ omsætningsudvikling i perioden 2017 til 2020

Typologi 2020	ID	Omsætning 2017 kr. ¹¹	Omsætning 2020 (kr.) (Bruttofortjeneste for virksomheder som er i selskabsform)	% udvikling 2017-2020	% ændring pr år 2017-2020	Gns. omsætn. udvikling for typen, 2017-2020, %	Gns. ændring i omsætning pr. år for typen, 2017-2020, %
I	269	3.885.209	8.163.990	110	37	63	21
	211	2.932.930	2.965.269	1	0		
II	207	145.850	170.000	17	6	54	18
	224	290.000	500.000	72	24		
	226	534.516	454.000 ^a	-15	-5		
	232	194.472	200.000	3	1		
	259	209.000	537.000	157	52		
	260	170.000	850.000	400	133		
	265	530.402	644.587	22	7		
	279	225.000	220.000	-2	-1		
	284	688.000	717.218	4	1		
	281	85.000	250.000	194	65		
	273	104.000	337.739	225	75		
	203	100.000	200.000	100	33		
	204	165.865 ^b	354.868	114	38		
294	550.000	700.000	27	9			
III	239	65.800	133.000	102	34	102	34
IV	236	17.000	45.000	165	55	42	14
	267	25.000	0 ^c	-100	-33		
	251	10.800	30.000	178	59		
IV	209	60.000	60.000	0	0	83	28
	214	10.000	60.000	500	167		
	240	20.000	20.000 ^d	0	0		
	277	25.000	70.000	180	60		

a) Er gået på nedsat tid (aldersbetinget)

b) Startede virksomheden i 2019

c) Lukning af firma

d) Er ikke længere momsregistreret

I forbindelse med slutevalueringen er der bl.a. blevet gennemført en opfølgende spørgeskemaanalyse der er udsendt til de samme 70 virksomheder der blev kontaktet i forbindelse med midtvejsevalueringen. Formålet med spørgeskemaanalysen var bl.a. at indsamle information om virksomhedernes omsætning i 2021 samt forventede omsætning i 2022. For at opnå så høj svarandel som muligt, blev virksomhederne ikke bedt om at oplyse eksakt omsætning, men blot at vælge en omsætningskategori. 30 virksomheder har oplyst

¹¹ For virksomheder i selskabsform er her brugt tal for "bruttofortjeneste" for begge år (fra selskabsregnskabet), selv om det ikke er helt sammenligneligt med "omsætning" for enkeltmandsvirksomhederne.

omsætningskategori for 2021 og 28 virksomheder har oplyst forventet omsætningskategori i 2022. Der er lidt flere, der forventer et fald i omsætningen, end der er respondenter, der forventer en stigende omsætning.

Med den noget forsimplede antagelse at hver respondent har en omsætning der svarer til middelomsætningen i gruppen – således at de virksomheder der fx har angivet at deres omsætning ligger i intervallet 100.000 til 199.999 kr. antages at have en omsætning på 150.000 kr. – så kan samlede omsætning/forventede omsætning for de 28 respondenter der har angivet omsætningskategori for begge år) beregnes til 9,9 mio. kr. i 2021 og 9,3 mio. kr. i 2022 (se Bilag 2). **Med de benyttede antagelser kan der altså forventes et omsætningsfald i 2022, set i forhold til 2021, på 570.000 kr. for de 28 respondenter der har medvirket i denne undersøgelse, svarende til et fald på 5,8%.**

Dette er i dette øjeblik (januar 2023) det bedste bud vi kan give på omsætningsudviklingen i 2022. Interviews med kunsthåndværkere understøtter i øvrigt også at der har været et omsætningsfald i 2022, sammenlignet med 2021, som bl.a. begrundes af krise-stemning, der får gæsterne til at holde igen på forbruget af en 'luksus' som fx kunsthåndværk. Se desuden Kapitel om "Kunsthåndværk som turismemagnet", der understøtter forventningen om et mindre omsætningsfald i 2022, relativt til 2021.

4.8 Opsummering: Kunsthåndværkets økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning

Som vi indledte med at konstatere, så er statistik jo en taknemlig størrelse, og alt afhængig af hvilke kilder man fatter størst tillid til, så består kunsthåndværkerhvervet på Bornholm af 75 – 85 virksomheder der omsætter for mellem 35 og 53 mio. kr. årligt (foruden det antal virksomheder, der falder under 'bagatelgrænsen' firmastatistikken) og beskæftiger 110 – 120 personer. Der er fra 2017 til 2020 sket en stigning på i alt 31% i antallet af beskæftigede indenfor kunsthåndværk på Bornholm. Dette er en bemærkelsesværdig udvikling, særligt set i lyset af at der har været en (moderat) negativ udvikling samlet set i de øvrige erhverv på Bornholm (et faldt på 2.5% over samme treårige periode), ligesom der i resten af Danmark er sket et fald i beskæftigelse indenfor kunsthåndværk (4% over samme treårige periode), selv om udviklingen i beskæftigelsen generelt er positiv i resten af landet. Tallene viser derfor meget tydeligt at Bornholm ikke bare har en særstatus med en stor koncentration af beskæftigede indenfor kunsthåndværk, men at det på Bornholm også, i perioden fra 2017 til 2020, er lykkedes at skabe en markant stigning i beskæftigelse indenfor kunsthåndværk, i modsætning til den generelle tendens for kunsthåndværk på landsplan, og i modsætning til den generelle udvikling for beskæftigelsen på Bornholm. Dette indikerer at **denne meget positive udvikling skyldes forhold indenfor kunsthåndværk, der er særlige for Bornholm**, og her er det umiddelbart Maker's Island indsatsen, der springer i øjnene, som det, der har fortættet og styrket et allerede rigt kunsthåndværks-økosystem.

De beskæftigede inden for kunsthåndværkerhvervet har over de seneste tre år opnået en markant stigning i erhvervsindkomsten (på ca. 26 pct.), en stigning i indkomsten der har været væsentlig højere end deres kunsthåndværkerkollegaer i det øvrige land, og højere end den indkomststigning de beskæftigede i Bornholms øvrige erhverv, har opnået i samme tidsrum. Samtidig skal det dog bemærkes at erhvervsindkomsten for de beskæftigede i kunsthåndværkerhvervene på Bornholm ligger på et ganske lavt niveau. **Indkomsten er væsentlig lavere end den gennemsnitlige erhvervsindkomst på Bornholm og indkomsten er også mindre end den tilsvarende indkomst blandt kunsthåndværkere i den øvrige del af landet.**

De ganske gode økonomiske resultater der er opnået i både 2020 og 2021 skal ses i lyset af, at Corona epidemien i 2020 og 2021 har budt på ganske særlige erhvervsvilkår. For Bornholms vedkommende har det bl.a. medført væsentlig flere turister, og især langt flere danske turister, hvilket helt klart har ført til et større turismeforbrug på Bornholm og herunder sandsynligvis også et større forbrug af kunsthåndværk. Forskellige økonomiske tiltag, som frigivelse af indefrosne feriepenge, har også bevirket, at en del af de besøgende på øen har haft flere penge mellem hænderne end normalt. I midtvejsevalueringens interview var der mange kunsthåndværkere der talte om, at der havde været et mere købestærkt publikum på Bornholm, end øen normalt ser. Dette har blandt andet resulteret i stigende omsætning hos kunsthåndværkere på øen i disse to år.

Det er meget vanskeligt at skelne denne Corona/turisme-effekt fra den eventuelle effekt af World Craft Region-titlen og Maker's Island-sekretariatets indsats for promovning og synliggørelse af det bornholmske kunsthåndværk som årsag til øget omsætning. Uanset om det er Corona-effekt eller effekten af, at Bornholm har opnået World Craft Region-titlen og/eller effekten af Maker's Island-sekretariatets arbejde – eller snarere, kombinationen af dem alle tre - er der tale om en meget flot omsætningsudvikling i perioden fra 2017 til 2020.

Officielle omsætningstal gør det ikke muligt at følge udviklingen længere end til 2020, men baseret på ovenstående interview- og spørgeskemadata, må det forventes at der også i 2021 har været tale om en meget positiv omsætningsudvikling, sandsynligvis fulgt af et mindre omsætningsfald i 2022. Yderligere skal nævnes den vækst i virksomheder og den procentvis store vækst i beskæftigelse indenfor kunsthåndværk, som de nyeste tal viser.

Værdien for Bornholm af at have en stærk kunsthåndværkersektor er dog langt fra begrænset til den omsætning eller værditilvækst, der skabes internt i kunsthåndværkervirksomhederne, gennem entréindtægter hos kulturinstitutionerne, eller gennem den direkte beskæftigelse i kunsthåndværkervirksomheder. Som pointeret i World Craft Region-forundersøgelsen (Broegaard & Andersen, 2018) er kunsthåndværkervirksomhederne med deres kreativitet og bidrag til såvel oplevelsesøkonomi som kultur en betydelige faktor i at gøre Bornholm til den attraktive destination, den er, både for turister, og for potentielle tilflyttere.

5 Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm

Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm blev tilbage i 1994 etableret som selvstændig skole for glas og keramik under Kulturministeriet. Senere blev skolen lagt ind under Det Kgl. Danske Kunstakademi og uddannelsen blev opgraderet til en professionsbachelor. Værkstederne på skolen danner rammer for undervisning, forskning og eksperimenter, og uddannelsen har igennem alle årene tiltrukket studerende fra hele verden. Værkstederne, der er tæt forbundne til studiepladserne, rummer plads til ca. 70 studerende. Uddannelsen er nu normeret til 3½ år og der optages typisk 16 nye studerende årligt.

Keramikkværkstedet indeholder ovne til fremstilling af keramik helt op i stor skala, drejeskiver, glasurrum og støberum til støbning af gipsforme. Glasværkstedet indeholder ovne til bearbejdning af varmt glas, sliberi, voks/gelflex-rum til bearbejdning formmaterialer, vinduesglas og gravørarbejder, mens de to værksteder deles om gipsrum og mindre træ-hjælpeværksted og foto-faciliteter. Værkstederne er bemanded af undervisere og værkstedsmedarbejdere, der sikrer at de studerende får et solidt håndværksmæssigt kendskab **til arbejdet med materialer, teknik, form og metode – og kan bidrage til at udvikle fagene**. Både faciliteter og undervisere beskrives af den tidligere præsident for World Craft Council Europe, nu rådgiver til WCC-International, som værende af meget høj kvalitet (Louise Allen, e-mail baseret interview, 1. februar, 2023).

Som delmål 2 har Maker's Island styregruppen formuleret en målsætning om at opnå en 20% stigning i søgningen af de studerende i perioden fra 2017 til 2022 (Maker's Island strategi, side 4). Antallet af studiepladser dimensioneres fra centralt hold, så det er alene ændringen i antallet af ansøgere, der kan bruges som indikator for en øget attraktivitet af og kendskab til uddannelsen. Dette kapitel fokuserer derfor på at præsentere udviklingen i antal ansøgere (og optagne). Via årsrapporter fra akademiet kan der tegnes et overordnet billede af udviklingen i antal studerende på uddannelsen, antal ansøgere og antal optagne, som vises i tabellen nedenfor.

Tabel 12: Antal studerende på Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, 2013 til 2021

Gruppe	2013	2014	...	2019	2020	2021
Aktive studerende				17	33	47
Ansøgninger	70	58		53	91	116
Optaget, antal	28	15		16	16	16

Kilde: 2019 til 2021, Det Kgl. Kunstakademi, årsrapport 2022. 2013 til 2014, Det Kgl. Kunstakademi, årsrapport 2018.

Den bornholmske uddannelse har i hele perioden siden etableringen i 1994 tiltrukket et betydeligt antal internationale studerende, hvilket siger noget om studiets internationale anerkendelse. Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm kan ifølge Louise Allen ses som havende en kritisk vigtig rolle mht. at sikre generationsmæssige og internationale forbindelser fra omverdenen.

"Den placerer Bornholm som et 'place of excellence' indenfor glas og keramik." (Louise Allen, tidligere præsident for World Craft Council Europe, nu rådgiver for World Craft Council International, 1. februar 2023).

Via en specialudtræk fra Studieadministrationen på Det Kongelige Akademi's designskole er der set nærmere på ansøgninger og optag på studiet, fordelt på danske og internationale

studerende. Der er set på de seneste syv års ansøgninger og optag¹². Det skal dog understreges at antal ansøgninger og optag ikke nødvendigvis er sammenfaldende med det officielle antal ansøgninger og optag (jf. Tabel 12 ovenfor), bl.a. fordi der kan være forskel på data afhængig af trækningstidspunkt og fordi der opereres med forskellige kriterier for registrering af de indkomne ansøgninger.

Tabel 13: Antal studerende på Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm og udviklingen heri, fordelt på nationalitet, 2016 til 2022

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Snit
Ansøgninger:								
I alt	65	49	58	53	91	121	116	79
Danske statsborgere	56	29	29	23	54	61	55	44
Udenlandske statsborgere	9	20	29	30	37	60	61	35
DK-andel	86,2%	59,2%	50,0%	43,4%	59,3%	50,4%	47,4%	55,5%
Optagelser:								
I alt	13	15	18	15	16	16	17	16
Danske statsborgere	11	13	11	6	11	9	6	10
Udenlandske statsborgere	2	2	7	9	5	7	11	6
DK-andel	84,6%	86,7%	61,1%	40,0%	68,8%	56,3%	35,3%	60,9%

Kilde: Udtræk fra studieadministrationen, Det Kongelige Akademi's designskole. Efterfølgende CRT-bearbejdning.

Set som gennemsnit over de sidste syv år har der været i alt 79 ansøgere til studiet om året og 16 af disse ansøgere er blevet optaget på studiet, hvilket svarer til en optagelsesandel på ca. 20 pct. De danske ansøgere til studiet udgør godt 55 pct. af det samlede ansøgetal. Over de senest år er studiet blevet mere populært. Tal fra tabel 12 og 13 viser at der er tale om en fordobling af antal ansøgere fra 2014 til 2021 og 2022. Der er især sket en stigning i antallet af udenlandske ansøgere, der er flerdoblet i 2021 og 2022 set i forhold til niveauet i 2018 og 2019. Da optagelserne ligger nogenlunde konstant, er det blevet tilsvarende vanskeligere at blive optaget på studiet. Som gennemsnit for hele perioden er optagelsesandelen for danske studerende lidt højere end for andre nationaliteter, men fra år til år varierer det lidt, om optagelsesandelen er højst blandt danske eller udenlandske studerende.

Tabel 14: Optagelsesandel på studiet, nationalitetsfordelt

Optagelsesandel	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Snit
I alt	20,0%	30,6%	31,0%	28,3%	17,6%	13,2%	14,7%	19,9%
DK-statsborgere	19,6%	44,8%	37,9%	26,1%	20,4%	14,8%	10,9%	21,8%
Andre statsborgere	22,2%	10,0%	24,1%	30,0%	13,5%	11,7%	18,0%	17,5%

Kilde: Udtræk fra studieadministrationen, Det Kongelige Akademi's designskole. Efterfølgende CRT-bearbejdning.

På samme måde som Bornholm har opnået større synlighed som kunsthåndværker-område, så tyder udviklingen i ansøgerantallet til glas- og keramikuddannelsen i Nexø på, at dette studie også har opnået stigende popularitet og international bevågenhed.

Som nævnt har Maker's Island styregruppen formuleret en målsætning om at opnå en stigning i søgningen af studerende med 20 % i perioden fra 2017 til 2022 (Maker's Island strategi, side 4, delmål 2). Som det fremgår af tabellen nedenfor, er dette mål i rigt omfang opfyldt. Tages antallet af ansøgere i 2017 som udgangspunkt for beregningen af udviklingen, er der en positiv udvikling i hele perioden herefter: Antallet af ansøgninger er steget fra 49 i 2017 til 116 i

¹² Eller rettere "tilbudte studiepladser", da ikke alle tilbud nødvendigvis resulterer i en start på studiet.

2022, svarende til en stigning på ca. 137 pct. Der er en gennemsnitlig vækst i antallet af ansøgninger på 79% per år i perioden som helhed.

Tabel 15: Udvikling i antal ansøgere 2018-22 i forhold til 2017

Antal ansøgere	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Gennemsnitlig antal ansøgere 2016 til 2022
Samlet antal ansøgere	65	49	58	53	91	121	116	79
Procentændring i forhold til 2017			18	8	86	147	137	
Procentændring i forhold til gennemsnittet af ansøgninger i 2016 og 2017 (57)			2	-7	60	112	104	

5.1 Hvorledes går det med de studerende efter afslutning af studiet?

I dette afsnit ser vi på hvorledes det beskæftigelses- og indtjeningsmæssigt går de studerende efter afslutning af studiet. Da der er tale om ret små hold der årligt forlader skolen, er det af konfidentialitetsmæssige hensyn ikke muligt at følge de enkelte hold. I stedet har vi valgt at følge *alle de studerende der er uddannet fra skolen og som stadig er bosat i Danmark*. Rent metodisk har vi gjort det, ved at følge den gruppe personer der har "højst fuldførte uddannelse" fra skolen i Nexø. "Højst fuldførte uddannelse" er en enkelt variabel, der på en entydig måde beskriver en persons formelle uddannelsesniveau. Det har imidlertid den konsekvens, at hvis en studerende fra skolen efterfølgende opnår en højere (længere) uddannelse, så udgår den pågældende person af gruppen.

Med brug af registerdata fra Danmarks Statistik er det muligt at tegne et billede af de studerendes "liv" efter afslutning af deres uddannelse på Det Kongelige Akademi's designskole i Nexø. Herunder kan man eksempelvis belyse i hvilken udstrækning, de bliver boende på Bornholm, hvor mange af dem der bliver selvstændige erhvervsdrivende, hvilken tilknytning de har til arbejdsmarkedet i bredere betydning, og hvorledes deres indkomst udvikler sig. For øjeblikket (efterår 2022) er der adgang til registerdata frem til udgangen af 2020.

I 2020 er der i Danmark bosat 190 personer der har en højst fuldført uddannelse fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm. Meget naturligt er populationen svagt voksende fra år til år, da der jævnligt bliver uddannet nye personer (og da uddannelsen ikke har eksisteret så længe, at der er tilsvarende højt naturligt frafald i den ældste del af populationen). Set over hele perioden er antallet svagt stigende, men umiddelbart ser det selvfølgelig underligt ud, at antallet ikke vokser mere. Der optages trods alt cirka 17 nye studerende hvert år. Her skal man være opmærksom på at opgørelsen, som nævnt, kun opfatter personer bosat i Danmark. Da knapt halvdelen af de studerende er fra udlandet, vil der selvfølgelig være en del, der forlader landet igen efter endt uddannelse. Desuden vil der være personer, der efterfølgende tager en uddannelse på et højere niveau, og disse personer indgår, som tidligere nævnt, heller ikke i opgørelsen.

5.1.1 Boende på Bornholm eller udenfor Bornholm

Mange (lige knap en tredjedel) af alle uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm der stadig har dette som højeste uddannelse og bor i Danmark forbliver på Bornholm (jf. tabel 16 nedenfor). Ligesom alle med andre tilflyttere er der dog en del af de tidligere studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der efter en årrække på Bornholm flytter videre.

Det er endvidere værd at fremhæve at en stor del af de 59 personer, der er uddannet fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm og i 2020 bosat på Bornholm, kommer fra andre steder i landet, eller fra udlandet. Faktisk er det 50 ud af de 59 personer der er født udenfor Bornholm. På den måde bidrager uddannelsen (også ud over studieperioden) positivt til tilflytningen til Bornholm.

5.1.1.1 Erhvervsindkomst afhængig af om de studerende bliver på Bornholm eller flytter

De uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der fraflytter Bornholm, opnår en højere erhvervsindkomst, end de personer der bliver på øen. I hele perioden fra 2010 til 2020 er erhvervsindkomsten højere udenfor Bornholm end på Bornholm. Endvidere ses det, at denne forskel i erhvervsindkomst mellem Bornholm og det øvrige land øges i perioden. Alene i de sidste fem år erhvervsindkomsten for dem, der er bosat udenfor Bornholm, øget med godt 76 pct., hvor erhvervsindkomsten kun stiger med godt 23 pct. for dem, der er blevet på øen.

Tabel 16: Erhvervsindkomst for uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, afhængig af bopæl, 2010 til 2020

Kommune	Antal			Erhvervsindkomst kr. pr. person			Udvikling 2010 til 2020		Udvikling 2015 til 2020	
	2010	2015	2020	2010	2015	2020	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ
Bornholm	61	64	59	86.172	127.964	157.506	71.333	82,8%	29.542	23,1%
Øvrige	111	136	131	136.361	150.588	265.140	128.779	94,4%	114.552	76,1%
Andel på Bornholm	35,5%	32,0%	31,1%							

Kilde: Danmarks Statistik. CRT-specialudtræk

I 2020 er den gennemsnitlige indkomst for de uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm således 68 pct. højere udenfor Bornholm end på Bornholm. Dette er dog et mønster der kendetegner de fleste brancher og de fleste uddannelser på Bornholm. Indkomsten er generelt lavere på Bornholm end i landet som helhed.

5.1.1.2 Udvikling i de uddannedes tilknytning til arbejdsmarkedet og deres erhvervsindkomst

Nedenfor går vi et skridt dybere og ser på tilknytning til arbejdsmarkedet for de uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm. Der ses udelukkende på de personer der enten er selvstændige eller lønmodtagere. Man skal således være opmærksom på at populationen ikke er sammenfaldende med populationen i den foregående tabel. Det ses f.eks. at der på Bornholm i 2020 er 35 tidligere studerende, der er enten selvstændige eller lønmodtagere. Ud af disse 35 beskæftigede personer arbejder de 15 indenfor fremstillingsbranchen (der bl.a. omfatter de forskellige kunsthåndværkererhverv) og 18 arbejder indenfor den offentlige sektor (inkl. kultur og fritidssektoren).¹³

I den foregående tabel så vi, at der var 59 tidligere studerende bosat på Bornholm i 2020. Forskellen (dvs. 24 personer) har således en løsere tilknytning til arbejdsmarkedet. Det betyder at de enten er under uddannelse, helt uden for arbejdsmarkedet eller på en eller anden form for overførselsindkomst. De 24 personer med en løsere tilknytning til arbejdsmarkedet udgør således næsten 41 pct. af de uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der bor på Bornholm. Tilsvarende er der i den øvrige del af landet 25 personer (131-106) der har en løsere tilknytning til arbejdsmarkedet. Dette svarer til at 19

¹³ Disse oplysninger fremgår ikke umiddelbart af de foregående tabeller.

pct. af de uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der bor i den øvrige del af landet, har en løsere tilknytning til arbejdsmarkedet. På Bornholm er det en udfordring at en forholdsvis stor andel (41%) af de tidligere studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole, der fortsat er bosat på Bornholm, kun har en løs tilknytning til arbejdsmarkedet.

Tabel 17: Udvikling i erhvervsindkomst for uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm i beskæftigelse, 2010 til 2020

Erhvervsindkomst for selvstændige og lønmodtager uddannet fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm		Antal			Erhvervsindkomst pr. person			Erhvervsindkomst Udvikling 2015 til 2020	
		2010	2015	2020	2010	2015	2020	Absolut	Relativ
KOM	SOC_STATUS_KODE								
Bornholm	01 Selvstændige	<3	7	14	NA	130.438	228.472	98.035	75,2%
	04 Lønmodtager på højeste niveau	9	6	5	174.875	245.426	354.413	108.988	44,4%
	06 Lønmodtager på grundniveau	12	16	16	208.809	222.197	200.956	-21.240	-9,6%
Øvrige DK	01 Selvstændige	11	26	25	132.939	104.395	320.990	216.595	207,5%
	04 Lønmodtager på højeste niveau	17	31	34	194.383	264.269	352.924	88.656	33,5%
	05 Lønmodtager på mellemniveau	6	8	9	184.089	153.505	339.748	186.243	121,3%
	06 Lønmodtager på grundniveau	30	27	31	192.135	213.931	252.382	38.451	18,0%
	07 Anden Lønmodtager	11	5	7	193.285	210.420	232.158	21.739	10,3%
Bornholm	Alle der er i beskæftigelse ¹⁴	17.807	16.863	16.979	169.505	229.927	245.953	42.609	14,6%

Kilde: Danmarks Statistik. CRT. Se desuden Bilag 1 for oversigt over den branchefordelte beskæftigelse på Bornholm.

De tidligere studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der er bosat på Bornholm og som er beskæftiget som enten selvstændige eller lønmodtagere på højeste niveau, har opnået en væsentlig stigning i erhvervsindkomsten. De har også haft en væsentlig højere indkomststigning end gennemsnittet på det bornholmske arbejdsmarked. De tidligere studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole, der er beskæftiget som lønmodtagere på grundniveau, har imidlertid ikke haft en stigning i indkomsten.

5.1.1.3 De selvstændige

Af de 190 tidligere studerende der opholder sig i Danmark i 2020, har de 39 etableret sig som selvstændige. De 14 er blevet selvstændige på Bornholm og 25 er blevet selvstændige i andre dele af landet.

I landet som helhed, men især på Bornholm, har der været en markant stigning i antallet af uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm der bliver selvstændige. Desuden har de selvstændige (hvad enten det er på Bornholm eller udenfor øen) opnået en betydelig større relativ stigning i indkomsten end de uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm der arbejder som lønmodtagere. Også når der sammenlignes med den generelle stigning i erhvervsindkomsterne på Bornholm (markeret med fed i ovenstående tabel), så har de selvstændige haft en mere positiv udvikling i erhvervsindkomsten.

Dette ændrer dog ikke ved det faktum at de selvstændige på Bornholm, som er uddannet fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm stadig har en lavere indkomst end de af deres studiekammerater, der er blevet lønmodtagere på højeste niveau, og deres indkomst er også lavere end den gennemsnitlige erhvervsindkomst for beskæftigede på Bornholm.

¹⁴ I Bilag 1 er en oversigt over den branchefordelte udvikling i erhvervsindkomsten i perioden 2010 til 2020.

5.1.1.4 Lønmodtagere

Der er 102 uddannede fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, der er tilknyttet arbejdsmarkedet som lønmodtagere (heraf 21 på Bornholm) i 2020. De uddannede fra det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm der opnår lønmodtagerbeskæftigelse på højeste niveau (ledere og specialister) opnår en højere aflønning end de selvstændige.

5.1.1.5 Forskelle mellem Bornholm og det øvrige land

Mønstret fra tidligere går igen i denne opgørelse. Uanset om de tidligere studerende bliver selvstændige og næsten uanset hvilken type lønmodtagerbeskæftigelse de opnår, så har de personer, der har forladt Bornholm, gennemsnitlig en bedre indkomst, end de, der er blevet boende på Bornholm.

6 Virksomheds etableringer og -lukninger

Dette kapitel ser nærmere på virksomhedsetableringer og -lukninger indenfor kunsthåndværk på Bornholm. I Maker's Island strategien er der formuleret et delmål om at opnå flere nystartede kunsthåndværkervirksomheder på Bornholm, relativt til situationen i 2019 (Maker's Island Strategi, side 4). Der blev ved formuleringen af strategien indskrevet at et præcist mål for øgningen skulle formuleres efter midtvejsevalueringen. Et sådant er dog – så vidt evaluatorene er bekendt – ikke blevet formuleret.

I midtvejsevalueringen blev registerdata benyttet til at se på omfanget af nyetableringer indenfor kunsthåndværkerhvervene. Siden midtvejsevalueringen har CRT ikke fået adgang til nyere registerdata. Derfor benytter vi CVR-data til at belyse antallet af virksomhedsetableringer og lukninger i den sidste del af perioden – det vil sige fra 2020 til 2022.

6.1 Virksomhedsetableringer frem til 2019

I midtvejsevalueringen benyttede vi Danmarks Statistiks firma-register til at vise virksomhedsetableringer frem til og med 2019 indenfor de to brancher "Kunsthåndværk glas" og "Kunsthåndværk keramik". Ultimo 2019 var der 23 virksomheder indenfor keramik og 8 indenfor glas, og nedenfor er disse virksomheder fordelt efter etableringstidspunkt. 39% af de bornholmske keramikvirksomheder, der optræder i firmaregistret, er etableret før 2010. Det samme gør sig gældende for 75% af glasvirksomhederne.

Tabel 18: Antal bornholmske kunsthåndværkervirksomheder fordelt på etableringsår

Etableringsår	Keramik	Glas
2015 til 2019	13	2
2010 til 2014	1	0
Tidligere end 2010	9	6
I ALT	23	8

Kilde: Det generelle Firma-register (DST/FIRM). CRT-bearbejdning (fra midtvejsevalueringen).

6.2 Virksomhedsetableringer og virksomhedslukninger fra 2020 til 2022

Virksomhedsetableringer efter 2019 er (endnu) ikke tilgængelige i firmaregistret. Derfor benytter vi i det følgende CVR-registret til at belyse antallet af virksomhedsetableringer og virksomhedslukninger indenfor de 17 "typiske håndværksbrancher"¹⁵.

I perioden 2020 til 2022 (udtræk medio december 2022) er der gennemført 19 nyetableringer, heraf er der tale om én etablering indenfor glas-kunsthåndværk og 4 indenfor keramisk-kunsthåndværk. De øvrige 12 virksomhedsetableringer er sket indenfor en bred vifte af erhverv (beklædningsfremstilling, tekstil, træforarbejdning, smykker og bijouteri, kunsthandel og galleri og møbelproduktion). Der blev foretaget 9 virksomhedsetableringer i 2020, 7 i 2021 og foreløbig er der registreret 3 virksomhedsetableringer i 2022.

På tilsvarende vis er der lukket 17 virksomheder indenfor kunsthåndværkerhvervet i perioden 2020 til 2022. Der er lukket 2 virksomheder indenfor glas-kunsthåndværk og 3 indenfor keramisk kunsthåndværk. De øvrige 12 virksomhedslukninger er sket indenfor beklædningsfremstilling, smykker og bijouteri, kunsthandel og galleri, samt møbelproduktion.

¹⁵ Som tidligere nævnt skal man være opmærksom på, at de virksomheder der optræder i CVR-registret ikke nødvendigvis er økonomisk aktive, eller økonomisk aktive på et niveau hvor de (på grund af bagatelgrænsen) vil optræde i Danmarks Statistiks Firmaregister.

Disse virksomhedslukninger har været fordelt med 5 virksomhedslukninger i 2020, 3 i 2021 og 9 i 2022.

Umiddelbart ser det således ikke ud til at antallet af virksomheder inden for kunsthåndværkerbrancherne er blevet ændret nævneværdig i hverken opadgående eller nedadgående retning i perioden 2020 til 2022.

7 Kunsthåndværk som turismemagnet

7.1 Turismens betydning for beskæftigelse og økonomi på Bornholm

Når vi i en forbindelse med en evaluering af kunsthåndværkerprojektet Makers Island er interesseret i at have et mål for den bornholmske turismes økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning og udvikling, så skyldes det at vi er interesseret i at kunne vurdere om omsætningsudviklingen inden for den bornholmske kunsthåndværkersektor skyldes et ændret turistforbrug og derudover vil vi gerne vil have et mål for det bornholmske kunsthåndværks eventuelle betydning for den bornholmske turisme. Altså, er det muligt at beregne hvor stor en del af turisterne der primært kommer på grund af kunsthåndværket, og hvis ja, hvor meget betyder disse turister så for den bornholmske værdiskabelse og beskæftigelse?

Den seneste beregning af turismeforbrug, det såkaldte turismesatellitregnskab, beregnet af Visit Denmark og Center for Regional- og Turismeforskning, baser sig på tal for 2019. **I 2019 er forbruget i den bornholmske turisme beregnet til ca. 3,2 mia. kr.** Dette forbrug generer en direkte værditilvækst¹⁶ **på Bornholm** på ca. 666 mio. kr. og en direkte beskæftigelse **på Bornholm** på godt 1500 job. Inddrager man også de afledte effekter (dvs. effekter, der viser sig i andre brancher, men forårsaget af turismeforbruget), er tallene hhv. 877 mio. kr. i alt i bruttoværditilvækst og i alt 1877 jobs på Bornholm som følge af turismen.

Der foreligger endnu ikke et turismesatellitregnskab for 2020 til 2022. På basis af udvikling i de registrerede overnatninger har Visit Denmark imidlertid udarbejdet et **estimat** for det skønnede turismeforbrug på de forskellige danske destinationer.¹⁷

Tabel 19: Skøn over udvikling i det samlede bornholmske turistforbrug

Mio. kr.	2019	2020	2021	Udv. 19 - 20	Udv. 19 - 21
Turismeforbrug	3200	3100	3800	- 100	+ 600
Beregnet direkte værditilvækst og direkte beskæftigelse ¹⁸					
- Værditilvækst (mio. kr.)	666	645	791		
- Beskæftigelse (antal job)	1.527	1.479	1.813		

Kilde: VDK Turismens økonomiske betydning 2019 – 2021.

Som det fremgår, forventes det at turismeforbruget på Bornholm var faldende i 2020 og efterfølgende ret kraftigt stigende i 2021. Udviklingen i 2021 dækker over to modsatrettede tendenser – et fald i de udenlandske turisternes forbrug og en kraftig stigning i de danske turisternes forbrug. Nogle kunsthåndværkere afsætter i stor udstrækning produkter til udenlandske turister, hvor andre er mere afhængige af de danske turister. Derfor må der forventes en ret forskellig omsætningsudvikling for de enkelte kunsthåndværkervirksomheder i 2021.

Der er endnu ikke udarbejdet et skøn for turismeforbruget i 2022. Som en foreløbig indikator på turismeudviklingen på Bornholm i 2022 kan man benytte overnatningstal for de registrerede overnatningssteder. I skrivende stund (januar 2022) foreligger der overnatningsdata frem til og med oktober 2022.

¹⁶ Hvilket graft sagt svarer til overskud i virksomhederne samt aflønning af alle ansatte.

¹⁷ Visit Denmark, 2022: Turismens økonomiske betydning 2019 – 2021.

¹⁸ Værditilvækst og beskæftigelse i 2020 og 2021 er estimeret ud fra den antagelse at der er samme forhold mellem forbrug og værditilvækst (og forbrug og beskæftigelse som i 2019).

Tabel 20: Udvikling i registrerede overnatninger på Bornholm i 2022

	2021	2022	Udv 21 - 22	
			Abs	Rel
Januar	4.969	6.808	1.839	37,0%
Februar	15.443	14.748	-695	-4,5%
Marts	36.693	24.282	-12.411	-33,8%
April	60.430	100.317	39.887	66,0%
Maj	123.205	166.320	43.115	35,0%
Juni	223.707	265.911	42.204	18,9%
Juli	558.401	502.161	-56.240	-10,1%
August	427.177	398.387	-28.790	-6,7%
September	223.296	195.642	-27.654	-12,4%
Oktober	126.724	96.364	-30.360	-24,0%
November	22.652	..		
December	18.389	..		
JAN-OKT	1.800.045	1.770.940	-29.105	-1,6%

Kilde: VDK, kommunale overnatningsdata.

7.2 Vurdering af kunsthåndværkets betydning for turismen på Bornholm

Nedenstående afsnit indeholder et bud på hvor stor en del af turisterne, der primært kommer til Bornholm pga. kunsthåndværket, og hvor meget denne del af turismen betyder for indtjening og beskæftigelse på Bornholm.

Som det blive gennemgået nedenfor (afsnit 7.3) gennemfører Destination Bornholm løbende en opgørelse af de bornholmske turisternes motiver for at besøge Bornholm. Ferieturister har som regel flere usammenlignelige grunde til at vælge en bestemt rejsedestination. For destinationer uden for de store byer, vil "En smuk natur" og "Mulighed for afslapning" ofte betyde meget for turisternes valg af en specifik destination. Men for nogen turister vægtes muligheden for kulturelle oplevelser tilsvarende højt. I 2021 var det 19% af turisterne der angav muligheden for kulturelle oplevelser, herunder kunst og kunsthåndværk, som et af de væsentlige motiver for at besøge Bornholm¹⁹. I gennemsnit har turisterne i undersøgelsen for 2021 angivet 2,5 motiver/grunde til at besøge Bornholm. Hvor mange af de 19%, der angiver kulturelle oplevelser som medvirkende motiv til at besøge Bornholm, ville så kun besøge Bornholm, hvis der er kulturelle tilbud? Og hvilken nedgang i turisme ville dette så betyde? 5 procent? 7 procent? 10 procent?

Spørgsmålet kan ikke besvares på en entydig måde. Men en forsigtig antagelse kunne være, at 5 pct. af de bornholmske turister kun kommer fordi der er kulturelle tilbud på Bornholm

¹⁹ Mere specifikt besvarer turisterne følgende spørgsmål: "Hvis du tænker lidt nærmere over det, hvilke af nedenstående muligheder var mest udslagsgivende for, at du valgte Bornholm som destination? Angiv gerne flere svar". Herefter får respondenterne 14 svarmuligheder, hvoraf "Kulturelle oplevelser, kunst eller kunsthåndværk" udgør én svarmulighed.

(herunder kunsthåndværk). Hvis vi ydermere antager at disse kultur-turister har et forbrug, der svarer til det gennemsnitlige turistforbrug (dette er i sig selv en forsigtig antagelse, da vi fra andre undersøgelser ved at den typiske kulturturist har et højere forbrug end den gennemsnitlige ferieturist), så kan vi beregne hvor stor en del af det bornholmsk turistforbrug, der skyldes kulturturisme.

Hvis vi tager udgangspunkt i et samlet bornholmsk turistforbrug på 3,8 mia. kr. (fra 2021, jf. Tabel 19), så er det estimeret, at dette giver anledning til en bornholmsk værditilvækst (aflønning og overskud i virksomhederne på Bornholm) på 791 mio. kr. og en beskæftigelse på 1.813 job på Bornholm.

Såfremt kulturturismen er ansvarlig for 5 pct. af det samlede turismeforbrug, så medfører denne form for turisme altså i sig selv direkte værditilvækst i turisterhvervet på 40 mio. kr. på Bornholm og en direkte beskæftigelse i turisterhvervet på Bornholm på ca. 90 job. Selvfølgelig skal den slags

overslagsberegninger tages med et betydelig gran salt, men umiddelbart er vi ikke bekendt med andre/bedre bud på kulturturismens betydning på Bornholm, og vi mener selv at det er et relativt konservativt bud på kulturturismens økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning på og for Bornholm.

7.3 Udviklingen i synlighed af Bornholms kunsthåndværk

Maker's Island indsatsen har sat sig et overordnet mål om at skabe opmærksomhed og synlighed omkring bornholmsk kunsthåndværk. Opmærksomhed omkring det Bornholmske kunsthåndværk reflekteres mange steder og i mange typer af data, som nærværende slutevaluering præsenterer: Det ses f. eks. gennem kunsthåndværkernes vurdering/oplevelse af synlighed og international anerkendelse (interviews, brugt igennem hele evalueringen), gennem udviklingen af antallet af ansøgere til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm (kapitel 5), gennem turisternes besvarelser omkring kendskab til og forventning til kunsthåndværkoplevelser på Bornholm (nedenfor), gennem forskellige (nye) samarbejder og deltagelse i events på nationalt og internationalt plan (kapitel 8 og 9), samt gennem udvikling i omtale af bornholmsk kunsthåndværk (nedenfor).

Destination Bornholm er en nøgleaktør i synliggørelsen af Bornholms kunsthåndværk og Bornholm som kunsthåndværk-destination. Destination Bornholm har bidraget til et generel og meget mærkbart løft i formidling af Bornholms kunsthåndværk gennem anvendelsen af sine stærke markedsføringskompetencer, der nu bl.a. bruges til at løfte omtalen af Bornholm og Bornholms kunsthåndværk langt ud over øens grænser. Bornholm Craft Weeks er en af de meget konkrete events, Destination Bornholm markedsfører og anvender som anledning til omtale. Se en præsentation af dette i kapitel 8, eller den separat udgiven evaluering af Bornholm Craft Weeks 2022 (<https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>). Uanset om det er i anledning af BCWs, eller 'blot' handler om øens kunsthåndværk, bidrager Destination Bornholm til et markant løft af synliggørelsen af feltet til gennem sit materiale, sin hjemmeside, sine kampagner, tematiske presseture m.v. Kunsthåndværket er - ligesom de lokale kvalitetsfødevarer - et både fotogent element at brande øen på, og et element der styrker associationen mellem kvalitetsprodukter/kvalitetsoplevelser og Bornholm som destination.

I alle de gennemførte fokusgruppe interviews i forbindelse med slutevalueringen af Maker's Island anerkendes Destination Bornholms store arbejde for at formidle historien om kunsthåndværket, der - gennem World Craft Region titlen og siden 'operationaliseret' i Bornholm Craft Weeks - er blevet et tydeligt et element i Destination Bornholms fortællingen

om Bornholm. Fremhævelsen af kunsthåndværk i denne fortælling har styrket kunsthåndværkets position på øen (Fokusgruppe, 15. december 2022).

Destination Bornholm har siden kort efter opnåelsen af World Craft Region-titel arbejdet med at styrke formidlingen af kunsthåndværket. Destination Bornholm var en af de første aktører til at række ud til kunsthåndværkere og invitere til et styrket samarbejde. Kunsthåndværkerne har bl.a. taget imod pressebesøg, leveret materiale til Destination Bornholm, ligesom en lang række kunsthåndværkere er begyndt at bruge den gratis event-kalender på bornholm.info. Destination Bornholm tilbød fx interesserede kunsthåndværkere gratis 'hands on' workshops til etablering af profil og brug af kalenderen. Destination Bornholm har på bornholm.info i dag en række temasider og (lidt længere) artikler, der leder den interesserede besøgende videre til events, til åbne værksteder, gallerier eller museer. Der er over tid sket en stigning i antallet af kunsthåndværkere, der er medlemmer af Destination Bornholm (personlig kommunikation, leder af Maker's Island sekretariatet).

Destination Bornholm er uhyre aktiv i forhold til at skabe presseomtale om Bornholm Craft Weeks og Bornholm som destination for kunsthåndværk. Selv nævner Destination Bornholm fx at der via kontakter hos VisitDenmark blev sendt en pressemeddelelse (om BCW) til over 800 tyske journalister i starten af august 2022, ligesom der sendes information ud til influencers, som Destination Bornholm tidligere har arbejdet med. Det er ikke muligt at måle, hvor stor en eksponering pressearbejdet har genereret, men Destination Bornholm forventer at omtalen har skabt interesse for såvel eventen Bornholm Craft Weeks som bornholmsk kunsthåndværk generelt.

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 ny visuel identitet (www.makersisland.bornholm.dk/en), så vel som en instagram profil (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 med fotos af kunsthåndværk, ligesom kunsthåndværkerne 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.

Det bornholmske kunsthåndværk kan også, i højere grad end før WCR-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, ligesom den har skiftet status fra museum til galleri for at være med til at understøtte synlighed så vel som salg af det bornholmske kunsthåndværk. 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 særligt prestigefyldte "kunder" hos bornholmske kunsthåndværkere. Som eksempler kan nævnes Novo Nordisk, der i 2019 bestilte et stort antal lamper fra en bornholmsk glaspuster, og i 2022 indkøbte Dansk Industri gaverne til Dansk Industris Initiativpris hos en bornholmsk keramikere. Der er et voksende samarbejde mellem Michelin-restauranter i 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, ligesom der repræsentanter for ACAB og Maker's Island har deltaget i en lang række internationale events og konferencer (se afsnit 7.3.2 nedenfor).

Indadtil på øen er der i løbet af Maker's Island indsatsen (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 lokale medier på Bornholm (TV2-Bornholm, P4-Borholm og Bornholms Tidende) en meget væsentlig rolle for skabelsen af større opmærksomhed på værdien af kunsthåndværk-sektoren som turismemagnet og for arbejdspladser på øen, og noget, som bornholmerne med rette kan være stolte over (Interviews, 14. & 15. december 2022 og 18. og 23. januar 2023). Aktørerne involveret i Maker's Island fremhæver også "småting" som fotostandere af kunsthåndværk og kunsthåndværkere opsat ved Folkemødet 2022 (og aktuelt stående flere steder på øen), vejsideskilte om Bornholm Craft Weeks 2022, og brugen af World Craft Region-stickers i butiksruder og ved indpakning, som vigtige elementer i at skabe og fastholde en lokal opmærksomhed om og anerkendelse af kunsthåndværkets betydning. Der er en udbredt enighed om at 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 (hvor kunsthåndværk nu indgår på lige fod med fødevarer, natur og outdoor), men også i forhold til 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, interview 18. januar 2023).

Det, at der også i løbet af projektet, er skabt dokumentation for nogle af dets resultater (fx Midtvejsevalueringens opgørelse af omsætningsudvikling blandt kunsthåndværkerne) fremhæves også som vigtigt for at synliggøre betydningen af kunsthåndværket og af Maker's Island indsatsen for det politiske system og politikerne (Interview med styregruppemedlemmer, 18. januar 2023). Selv i en international optik fremhæves vigtigheden af at skabe dokumentation for hvad udviklingen indenfor kunsthåndværket betyder for andre nøgle-faktorer (Nicky Dewar, British Craft Council, 30. januar 2023). I alle de gennemførte interviews fremhæves en markant stigning i politisk opmærksomhed på det bornholmske kunsthåndværk – fx udtrykt ved at kunsthåndværk blev diskuteret i forbindelse med kommunalvalget i slutningen af 2021. Samtidig pointeres det, at forståelsen af kunsthåndværk har udviklet sig fra at være en slags undværlig luksus, "topping på kagen", til at handle om virksomheder, der er med til at skabe bruttonationalproduktet på Bornholm, skabe arbejdspladser, være turismemagnet og skabe en anerkendt styrkeposition for øen (Interviews med styregruppemedlemmer, 18. januar 2023, interviews med kunsthåndværkere 15. december 2022 og 3. januar 2023).

I forhold til kunsthåndværkets betydning for tiltrækning af nye tilflyttere til øen, kommenterer en nøgleperson, der har fulgt tilflytter-undersøgelser længe, at hun bemærker, at tilflyttere nu

fremhæver en ny betydning af kunsthåndværket, Ved et nyligt tilflytter-arrangementer omtalte tilflyttere med egen virksomhed kunsthåndværket som en faktor, der er medvirkende til at tiltrække dem til øen, fordi de "gerne vil være i nærheden" af al den kreativitet, kunsthåndværkerne besidder (Interview, styregruppe, 18. januar 2023). Dette kan altså ses som en refleksion af en ny og øget opmærksomhed (udenfor øen) på Bornholms særlige status som kunsthåndværker-ø.

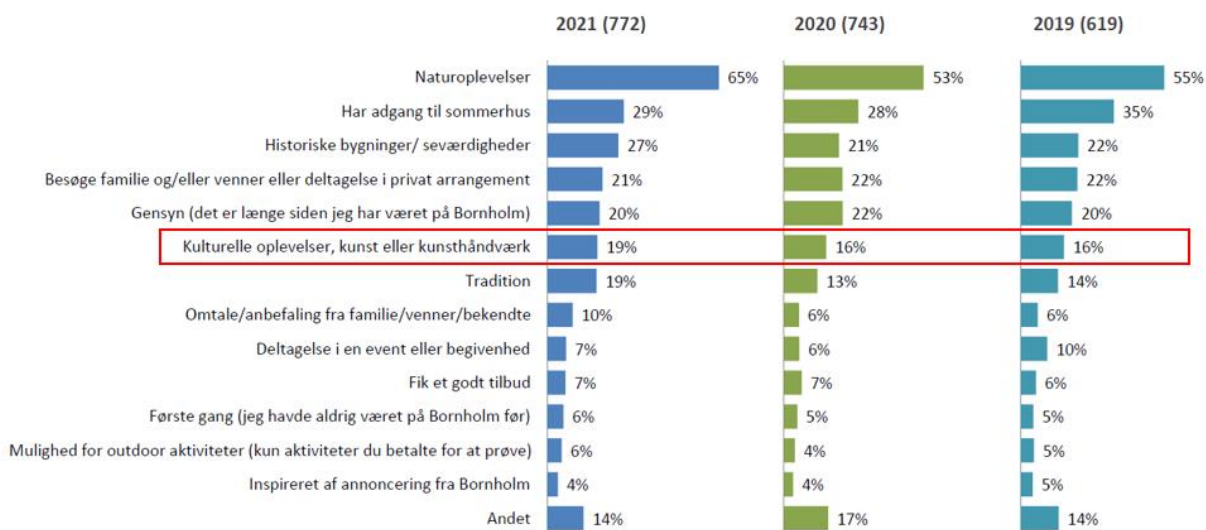
I forhold til Bornholms børn og unge har der siden 2019 været et samarbejde mellem BRK, øens folkeskoler og kunsthåndværkere om faget "Håndværk og Design". Skoletjenesten (BRK) inddrager kunsthåndværkere i samarbejdet med skoler, så eleverne kommer ud og besøger udøvende kunsthåndværkere og arbejder sammen med dem. Formålet er at sikre "at hvert barn der vokser op på Bornholm ved, at de kommer fra en ø med stærke traditioner for kunsthåndværk" (personlig kommunikation, Timmi Kromann). Hvert 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.

7.3.1 Udviklingen i turisternes kendskab og forventning til kunsthåndværk-oplevelser

Maker's Island strategien har formuleret et delmål om at opnå en stigning i forventede kunsthåndværker-oplevelser hos turister på Bornholm; et delmål der skal opnås gennem øget markedsføring af det bornholmske kunsthåndværk og kunsthåndværk-oplevelser. Stigningen skal ses i forhold til udgangsåret 2019, eller som formuleret i strategien: "nuværende niveau". Det følgende afsnit gennemgår dels tal fra Destination Bornholm(/InZights) om udviklingen af kunsthåndværkets betydning for turister og udviklingen i turisternes vurdering af mulighederne for at få oplevelser indenfor kunsthåndværk på Bornholm. Endvidere henvises til evalueringen af Bornholm Craft Weeks, der er udgivet som selvstændig rapport, da en stor del af markedsføringen af Bornholm som kunsthåndværkerdestination har denne event som omdrejningspunkt.

Destination Bornholm har – særligt siden opnåelsen af World Craft Region titlen – arbejdet målrettet med branding og markedsføring af Bornholm som en attraktiv kunsthåndværk-destination. De seneste to år er eventen Bornholm Craft Weeks udviklet som en konkret anledning til massiv omtale og branding – se en nærmere gennemgang af dette i evalueringen af Bornholm Craft Weeks (<https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>). Brandingen slår på Bornholm som noget unikt, et sted præget af kvalitet og kreativitet, ved at fremhæve kunsthåndværket, dets traditioner og dets forbundethed med såvel naturgrundlag som kulturinstitutioner.

Baseret på tal fra Destination Bornholm viser nedenstående figur at vigtigheden af kulturelle oplevelser, inklusive kunst eller kunsthåndværk, er steget fra noget, som 16% af de adspurgte danske rejsende med Bornholmslinje (kontaktet via e-mail fra Destination Bornholm/InZights) nævner som besøgsmotiv i 2019, til at 19% nævner det i 2021. Det kan ses som en afspejling af at Bornholms kunsthåndværk har opnået en mere fremtrædende rolle som besøgsmotiv for øens gæster i løbet af den tid, hvor Destination Bornholm og Maker's Island har gjort en fælles, massiv indsats for at øge omtalen af øens kunsthåndværk.

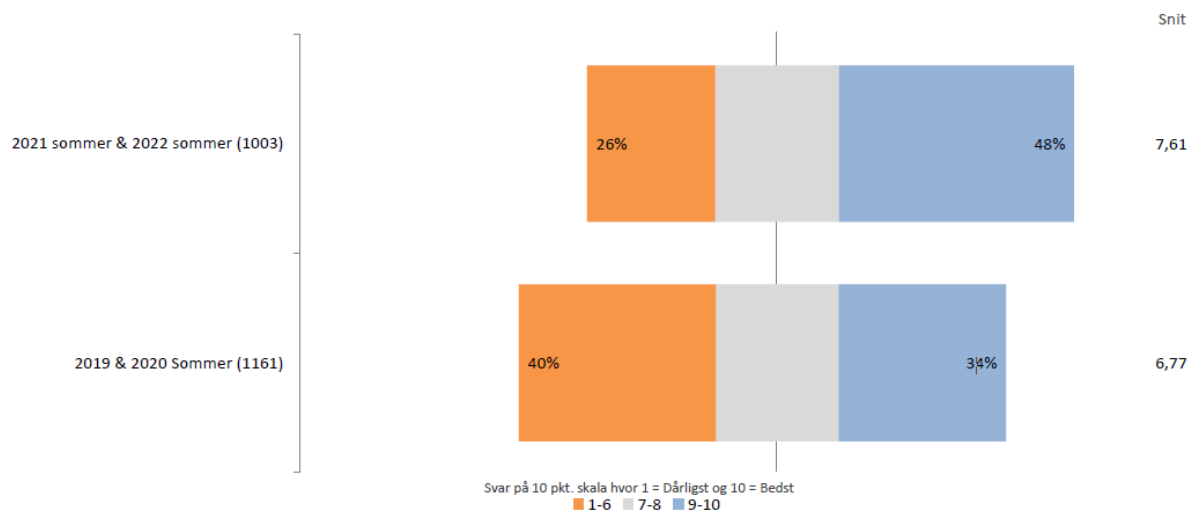


Figur 2: Udvikling i besøgs-motiver, danske sommer-besøgende på Bornholm der har rejst med færgen og tilladt Destination Bornholm/InZights at kontakte dem. Destination Bornholm. Multiple svar. Henholdsvis 619, 743 og 722 respondenter i 2019, 2020 og 2022 (Torsten Engsig, Præsentation på Evalueringsmødet for BCW, 17. november 2022).

Destination Bornholm har ligeledes i en undersøgelse om besøgsoplevelsen inkluderet et spørgsmål om de danske sommer-besøgendes vurdering af muligheden for at få oplevelser indenfor kunst og kunsthåndværk (se figuren nedenfor). Svarene indikerer meget tydeligt at danske besøgende (som svarer efter et besøg på Bornholm) er blevet meget mere bevidste om muligheden for at få oplevelser indenfor kultur- og kunsthåndværk indenfor de seneste 2 år. Sammenlignes tallene for 2019 og 2020, er den samlede gennemsnitlige score 6,77 med 34% som vurderer muligheden for at få kunst- og kunsthåndværkeroplevelser som værende i den absolut højeste ende af skalaen. På bare to år er dette (som gennemsnit for besvarelserne i sommeren 2021 og 2022) steget til 7,61 som gennemsnitlig score, og lige knap halvdelen (48%) af alle respondenter vurderer at muligheden for at få oplevelser indenfor kunst og kunsthåndværk ligger helt i top (svar 9 eller 10 på en skala fra 1 til 10, hvor 10 er bedst). Dette markante løft i vurderingen af muligheder for at få kunst- og kunsthåndværk-oplevelser på Bornholm falder tidsmæssigt sammen med den periode, hvor Maker's Island og Destination Bornholm har samarbejdet om markedsføring af Bornholm, og selv om det markante løft måske ikke alene kan tilskrives dette samarbejde, er det helt givet en stor del af årsagen.

MULIGHED FOR OPLEVELSER PÅ BORNHOLM

Hvordan vil du vurdere muligheden for at få oplevelser på en ferie på Bornholm indenfor følgende områder?
(Kunst og kunsthåndværk)



Figur 3: Udviklingen i danske besøgendes vurdering af muligheden for at få oplevelser indenfor kunst og kunsthåndværk, 2019/20 sammenlignet med 2021/22. Kilde: Destination Bornholm.

En undersøgelse blandt danske besøgende på Bornholm i sidste halvdel af 2021 viser ligeledes, at det især er glas og keramik, der løber med opmærksomheden hos turisterne, og kun 25% af respondenterne indikerer *ikke* at have en særlig interesse i kunsthåndværk (Se nærmere gennemgang af data i Evalueringen af Bornholm Craft Weeks, 2022, <https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>).

7.3.2 Udviklingen i omtale af Bornholms kunsthåndværk

I forbindelse med nærværende evaluering af Makers Island indsatsen har Destination Bornholm lavet en opgørelse af artikler bragt i indenlandske og udenlandske medier, der primært har haft fokus på Bornholms Kunsthåndværk (se tabel nedenfor). Det fremgår at der i perioden, og især fra 2020, har været tale om en kraftig fremgang i antallet af sådanne artikler, samt at de pågældende artikler også er blevet langt mere eksponeret i løbet af perioden. Dette er altså endnu et udtryk for at kunsthåndværket har opnået øget synlighed i perioden.

Tabel 21: Antal artikler i indenlandske og udenlandske medier, 2019 - 2022

	2019	2020	2021	2022
Danmark				
Antal artikler	2	4	3	3
Antal læsere (*1000)	246	1.094	394	989
Udlandet				
Antal artikler	0	2	1	8
Antal læsere (*1000)		1.251	808	12.032
Artikler i alt	2	6	4	11
Læsere i alt (*1000)	246	2.345	1.202	13.021

Kilde: Destination Bornholm. Upubliceret opgørelse.

I samtlige af de gennemførte interviews med kunsthåndværkere på øen nævnes en markant stigning i mediedækning, omtale i internationale aviser og magasiner, samt i bøger. Destination Bornholms benarbejde for at tiltrække fx journalister er sandsynligvis en uundværlig brik i denne udvikling. Samtidig spiller den øgede stolthed over egen faglighed, som er kommet med den internationale anerkendelse, der ligger i at Bornholm fik World Craft Region titlen, også en vigtig rolle for at kunsthåndværkerne i meget højere grad end tidligere tør stille sig frem og fortælle historien om "Kunsthåndværker-øen Bornholm", inklusive deres eget virke og samarbejde.

Den bornholmske World Craft Region statusrapport, forberedt til World Craft Council i slutningen af 2019, nævner omtaler i Bornholms Tidende, P4-Bornholm, TV2 Bornholm og Kulturmonitor (nationalt web-medie), så vel som besøg af tv-hold fra Italien og Japan. Rapporten nævner også Maker's Island-repræsentanters deltagelse i World Craft Council Europe eventen "Révélation" i Frankrig, et netværks-møde i Farnham, England, forud for denne bys ansøgning om at komme i betragtning som WCR, så vel som et besøg i Irland med fokus på erhvervsfremme indenfor kunsthåndværk. Rapporten nævner også at kulturministeren omtalte Bornholms udnævnelse som World Craft Region. Listen over omtaler af Bornholms kunsthåndværk er siden øget med fx Jyllands Posten, Alt for Damerne, Søndag, Die Welt, Independent, Marie Claire Idees (Fransk dameblad), forskellige tyske rejsemagasiner, Gintberg på kanten af kulturen (TV program på DR), m.v. Yderligere er der et kapitel om Bornholms kunsthåndværk i bogen *"Værdi, Vækst og Virkelighed – hvad kunsthåndværk og design gør for mennesker og design – nu og i fremtiden"* (Statens Kunstfond, 2022), ligesom der er blevet udgivet et Maker's Island magasin i et oplag på 70.000 ex, hvoraf 40.000 blev distribueret med Politiken i Københavnsområdet og Nordsjælland.

De interviewede kunsthåndværkere og andre aktører i Maker's Island fortæller samstemmende om en markant øget international bevågenhed, hvor ACAB, repræsentanter for styregruppen i Maker's Island, eller individuelle kunsthåndværkere får invitationer til at udstille eller at præsentere Bornholm og fortælle historien om Bornholm som World Craft Region i internationale og højt anerkendte sammenhænge.

Der været deltagelse fra Maker's Island/ ACAB i en lang række konferencer, både i ind- og udland: Dublin (Irland), Farnham (England), Paris (Frankrig), Tønder, Kolding, Barcelona, Georgien og Lissabon, ligesom der har været bornholmsk deltagelse med tre kunsthåndværkere på Homo Faber, Europas største kunsthåndværkerbiennale, i Venedig i 2022, hvor historien om Bornholms kunsthåndværk og samarbejder omkring World Craft Region titlen også blev formidlet i et oplæg. Michelangelo Foundation, som er Europas største fond for kunsthåndværk, har været på besøg på Bornholm to gange, ACAB er blevet optaget som medlem, og der er etableret en kontakt om mulige fremtidige samarbejder.

8 Bornholm Craft Weeks – en nyskabelse fra Maker's Island

Der er som en del af evalueringen af Makers Island indsatsen foretaget evalueringer af Bornholm Craft Weeks både i 2021 og i 2022. På opfordring af opdragsgiver udgives den detaljerede evaluering af Bornholm Craft Weeks som en separat rapport, mens det alene er en kortere opsamling af hovedkonklusioner og evaluatorernes anbefalinger, der præsenteres her. For den fulde rapport på 37 sider, se <https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>.

Bornholm Craft Weeks (BCW) er et eventkoncept der er udviklet som del af Maker's Island indsatsen 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** (Dorthe Møller Paulsen, Præsentation 17. november 2022 og Konceptbeskrivelse ved Co-Creation & Funder Kaas, 2021).

Konceptet er at etablere en periode (der i både 2021 og i 2022 har været 6 uger i "skuldersæsonen", her september-oktober) med **forskellige typer af oplevelser**, som viser kvaliteten og mangfoldigheden af det bornholmske kunsthåndværk. Der arbejdes med forskellige formater eller aktivitetstyper i BCW, hvoraf de fleste henvender sig til kunst- og kulturinteresserede, og nogle få henvender sig til kunsthåndværkere: Åbne værksteder, mød kunsthåndværkere, udstillinger, workshops (for uøvede - turister eller bornholmere), artist talks, guidede ture, fusioner mellem kunsthåndværk og gourmet-mad og mellem kunsthåndværk og naturoplevelser, samt master-classes og netværksmøder (for professionelle). I BCW2022 var der i alt 70 arrangementer (hvoraf tre blev aflyst). Eventen er altså vokset i forhold til den ellers meget flotte start med hele 65 arrangementer i BCW2021. Se præsentation af de forskellige eventformater i selve evalueringsrapporten.

I 2022 er der udført en række **tiltag for at videreudvikle BCW** og/eller for – på baggrund af evalueringen af BCW 2021 - at klæde kunsthåndværkerne bedre på til at få mest muligt ud af den øgede eksponering og markedsføringsmulighed, som BCW er. Der har både været tiltag målrettet publikums-tiltrækning og øget salg, som fx afholdelsen af "Bornholmsmesterskaber i drejning", ligesom der har været præsentation af en række produkter, der konkurrerede om at blive "Craft Weeks Object 2022", både for at skabe opmærksomhed om kunsthåndværkeres produkter og for at øge de salgs-stimulerende aktiviteter i BCW.

Fra analysen af telefoninterviews foretaget i forbindelse med Midtvejsevalueringen af Maker's Island, gennemført umiddelbart efter afholdelsen af BCW2021 fremgår det, at *"Bornholm Craft Weeks leverer en vigtig præsentation af, hvorfor Bornholm har fået den prestigefulde titel "World Craft Region" og lever op til den. Arrangementet er således meget mere end et initiativ til at strække skuldersæsonen turismæssigt – det viser et raison d'être for World Craft Region-titlen og er således med til at cementere Bornholms styrkeposition indenfor kunsthåndværk i Europa og i verden."* (Broegaard & Hedetoft, 2022, side 5).

Særligt samarbejdet og koordineringen af formidlingen af det Bornholmske kunsthåndværk og den fælles markedsføring er noget, der er blevet fremhævet som noget, der tidligere har manglet, og som løfter det indtryk, Bornholms kunsthåndværk gør. Her med et citat fra en yngre keramikker, interviewet i november 2021:

"Bornholm Craft Weeks har givet hele Maker's Island-ideen et løft. Det manifesteres ordentligt. Det er ikke bare et ord og en masse kunsthåndværkere, der arbejder hvert for sig. I Bornholm Craft Weeks gør vi

noget fælles, og det gør, at tingene kommer på et helt andet niveau.” (Yngre keramiker, interviewet 2021)

BCW-formatet har formået yderligere to meget vigtige ting, som fremgår meget tydeligt af de mange samtaler med deltagende kunsthåndværkere efter BCW 2021, men også bestyrkes af kommentarer og tilbagemeldinger på BCW2022, både som kommentarer på møder og i spørgeskemabesvarelser:

- For det første har BCW **inspireret kunsthåndværkere til at videreudvikle på de kunsthåndværker-oplevelser, der allerede findes, 'sprænge rammen' eller afprøve nye aktiviteter og måder at formidle deres kunsthåndværk på**. Dette er f. eks sket gennem afholdelse af workshops (for begyndere); gennem afholdes af Artist Talks (eventuelt i samarbejde med andre kunsthåndværkere, eventuelt på tværs af materialer), eller gennem etablering samarbejder mellem kunsthåndværkere og fx restauranter i lokalområdet, der besøges på en guidet tur, eller præsenteres samlet i en artist talk. Flere beskriver at BCW-invitationen har været en anledning til at få det gjort – at tænke nyt eller få afprøvet noget, de måske længe har haft lyst til.
- For det andet har BCW **skabt aktiviteter for kunsthåndværkerne selv** – aktiviteter, hvor de mødes, kan netværke og selv blive inspirerede. Det er bl.a. sket gennem arrangementer, der har været (udelukkende) henvendt til professionelle. Denne type arrangementer blev i særlig høj grad fremhævet som positive og givende i de telefoninterviews der gennemførtes med kunsthåndværkere efter BCW2021. Det er noget, der er efterspurgt af kunsthåndværkerne, både i forhold til at skabe netværk og fællesskab, og i forhold til at give inspiration.

Sammenfattende må det konkluderes at samarbejdet mellem kunsthåndværkere, 'økosystemet' af aktører der har med kunsthåndværk at gøre (som museer, uddannelsesinstitutioner, m.v.), og Destination Bornholm, har båret righoldig frugt gennem ikke bare konceptudvikling men også planlægning og gennemførelse af **eventen Bornholm Craft Weeks, der allerede efter bare to år er slået fast som et positivt og vigtigt element for såvel kunsthåndværk-aktører som turismeaktørerne**, repræsenteret ved Destination Bornholm.

Der er fundet et **fleksibelt format**, der gør det relativt enkelt for de enkelte aktører at bidrage med events og aktiviteter, ligesom **BCW er en anledning til at nytænke formidling og tænke i supplerende aktiviteter** for mange kunsthåndværkere og kulturformidlingsaktører. Øget fleksibilitet kan muligvis opnås ved overgang til alene at have programmet elektronisk, på Maker's Islands hjemmeside, understøttet af trykte flyers/postkort, der gør opmærksom på Bornholm Craft Weeks og Maker's Island. Imidlertid fremhæves det signal om *kvalitet*, som det trykte katalog sender, ligesom det fremgår af interviews, at det trykte katalog anvendes meget af mange af kunsthåndværkerne.

Bornholm Craft Weeks er en anledning til styrket og udbygget samarbejde på øen, både mellem aktørerne, der har med produktion eller formidling af kunsthåndværk at gøre, og mellem disse og Destination Bornholm. Bornholm Craft Weeks er langt fra den eneste anledning til samarbejde, men det er allerede – efter kun to år – en meget oplagt anledning til samarbejde og der er mange netværksskabende events. Det gælder både samarbejder mellem kulturinstitutioner (fx Bornholms Kunstmuseum og Bornholms Center for Kunsthåndværk - Grønbechs Gård) og kunsthåndværkere om særarrangementer, der formidler kunsthåndværk til det brede publikum eller til de særligt interesserede. Det gælder også samarbejder mellem kunsthåndværkere, fx om workshops, kurser, guidede ture eller "Craft Object" udvikling, ligesom det gælder samarbejder mellem kunsthåndværkere og andre erhverv på øen, fx kokke fra gourmetrestauranter. Endelig gælder det også samarbejder om formidling, hvor

samarbejdet mellem Destination Bornholm og Maker's Island er forbilledligt i forhold til at skabe øget omtale af Bornholms Kunsthåndværk i forbindelse med Bornholm Craft Weeks. Samtidig formår **Bornholm Craft Weeks at synliggøre hvorfor Bornholm har opnået titlen som World Craft Region**. Gennem det samlede program gøres kunsthåndværket nærværende, levende og tilgængeligt for bornholmere og gæster på øen.

I forhold til at vurdere effekten af Bornholm Craft Weeks på **kunsthåndværkernes besøg og omsætning** er datagrundlaget desværre meget lille og baserer sig på kunsthåndværkeres kvalitative vurdering, som ikke er lige så pålideligt som fx fysisk optælling undervejs i festivalen. Med forbehold for dette ser det ud til at der er en lille tendens til flere besøgende i Craft Weeks ugerne, særligt i den første del af perioden. Omsætningstal i løbet af BCW2022 vurderes – for de meget få kunsthåndværkere, der besvarede dette – at være på niveau med BCW2021, hvilket skal tolkes positivt, da der generelt ser ud til at være en lille nedgang i omsætning for kunsthåndværkervirksomheder fra 2021 til 2022. Telefoninterviews fra 2021 viste at der var en meget stor spredning i såvel antal besøgende som omsætning i BCW2021-perioden sammenlignet med årene før. Resultaterne er således meget følsomme overfor hvilke kunsthåndværkervirksomheder, der svarer. Imidlertid har Bornholm nu haft en række "ikke-normale" år med henseende til turisme og turisternes forbrug, grundet først corona og siden inflation og energikrise. Der er endvidere en stor gruppe af øens kunsthåndværkere der (endnu) ikke deltager aktivt i Bornholm Craft Weeks. Dette påvirker selvfølgelig vurderingerne af udbyttet fra Bornholm Craft Weeks. Årsagerne til ikke at deltage er primært at arrangementet ligger i en periode, hvor nogle kunsthåndværkere plejer at have lukket efter en travl sommersæson. Særligt ældre kunsthåndværkere angiver ikke at have lyst eller overskud til at byde ind i et program mange måneder ud i fremtiden; og endelig er der stadig nogle kunsthåndværkere, der er usikre på hvad det kræver at deltage. Det sidste vil formodentligt mindskes over tid – det skal stadig huskes at BCW kun er blevet gennemført to gange.

Der er meget positive tilbagemeldinger fra kunsthåndværkerne på **de fagligt "tunge" arrangementer**, der er målrettet dem som professionelle kunsthåndværkere. Det vurderes at være vigtigt at sikre den stadige faglige udvikling og inspiration for kunsthåndværkerne, ligesom denne type af arrangementer er med til at udbygge og fortætte samarbejde og netværk yderligere. Imidlertid er det et åbent spørgsmål om (nogle af) disse faglige arrangementer vil være mere hensigtsmæssigt formidlet udenfor BCW-regi, i kanaler der udelukkende er målrettet professionelle kunsthåndværkere på Bornholm og udenfor øen.

Bornholm Craft Weeks er anledning til **massiv, fælles og koordineret markedsføring af Bornholm som kunsthåndværker-ø** – noget, der ikke kun fører til den ønskede forlængelse af "skuldærsæsonen" for turismen, og – sammen med andre initiativer – har været med til at **tiltrække flere turister til øen i event-perioden** end der var i samme uger for nogle år siden. Yderligere er markedsføringen af Bornholms kunsthåndværk og øens status som World Craft Region – der særligt, men ikke kun formidles med fokus på BCW - med til at **etablere kunsthåndværk som en endnu stærkere "reason to go"**; et besøgsmotiv der kan motivere året rundt og muligvis endda påvirke tilflytnings-attraktiviteten positivt. I perioden hvor Destination Bornholm og Maker's Island har samarbejdet om markedsføring af Bornholm Craft Weeks (2021 og 2022) er andel af besøgende, der giver Bornholm topkarakter på dette punkt løftet fra godt en tredjedel (i 2019/20) til lige knap halvdelen (i 2021/22).

På trods af manglende eller spinkle opgørelser over det økonomiske udbytte af Bornholm Craft Weeks for kunsthåndværkervirksomhederne er det evaluatorernes klare opfattelse at Bornholm Craft Weeks er et meget veludviklet og velgennemført 'greb' der 1) styrker samarbejde mellem kunsthåndværk- og kulturaktører og turismeaktører; 2) er en anledning til massiv formidling af Bornholms særstatus og høje niveau som kunsthåndværks-destination

(noget, der gavner Bornholms attraktivitet året rundt), og 3) er en anledning til at kunsthåndværkere og kulturinstitutioner nytænker formidling af deres håndværk, værker og interaktionen med gæsterne. Det er også evaluatorernes klare opfattelse at den eksterne støtte til Bornholm Craft Weeks (fra Sparekassen Bornholms Fond og fra LAG-Bornholm), som gearing til den basis-finansiering af sekretariatet for Maker's Island som Bornholms Regionskommune har bibragt, er helt afgørende for udviklingen og gennemførelsen af eventen Bornholm Craft Weeks, og at der er kommet usædvanligt meget omtale og aktivitet ud af det forholdsvist beskedne budget på knap 350.000 kr./år. Der er blandt samtlige respondenter og interviewpersoner kontaktet i forbindelse med evalueringen en positiv indstilling til Bornholm Craft Weeks og et håb og en forventning om at eventen vil fortsætte – og fortsætte med at udvikle sig – i årene fremover.

Evaluatorenes forslag til tilpasning af konceptet på baggrund af evalueringen:

- Forkort BCW fra de nuværende 6 uger til 1 – 3 uger
- Placer arrangementet lige efter kulturugen.
- Sikr søgbarhed og fleksibilitet i den elektroniske version af programmet
- Overvej hvordan trykt materiale om Maker's Island & BCW bruges optimalt
- Overvej om arrangementer målrettet kunsthåndværkerne skal adskilles fra de publikumsrettede aktiviteter i BCW (i tidspunkt & markedsføring/formidling).
- Tydeliggør betingelser for arrangørers deltagelse i BCW.
- Indarbejd dataindsamling til evalueringsformål som en del af arrangørernes engagement i BCW, da det er både omkostningstungt og vanskeligt at få tilbagemeldinger efterfølgende, på henvendelser fra evaluatorene.

Faktaboks: Styregruppens fremadrettede beslutninger om Bornholm Craft Weeks

- Festivalen forkortes til 10 dage, hen over to uger. I 2023 kommer Bornholm Craft Weeks til at ligge fra den 1. – 10. september 2023. Bornholm Craft Weeks placeres udenfor (dvs. før) Kulturugen.
- Programmet intensiveres og der sættes mere fokus på at øge det kommercielle udbytte for arrangørerne.
- For forsat at kunne imødekomme mål om sæsonforlængelse planlægges der i samarbejde med Destination Bornholm og Bornholms Museum / Hjorths Fabrik andre kunsthåndværkeraktiviteter i efteråret, fx et Høstmarked på Gaarden / Melstedgaard i Gudhjem samt Julemarked på Hjorths Fabrik i Rønne.
- Derudover skilles de faglige events fra programmet og målgruppen fokuseres på besøgende/lokale kulturelt interesserede.
- Der planlægges et fagligt forløb senere i efteråret som passer bedre til kunsthåndværkernes årsrytme – de får stadig "noget igen" men senere på året.
- Der vil være fokus på fællesskabsskabende events og synergi med fødevarer i 2023 – fondsansøgningerne centrerer omkring dette.

9 Overordnet evaluering af Maker's Island indsatsen

Hvor de forudgående kapitler i høj grad har trukket på kvantitative data til at belyse udviklingen indenfor konkrete delmål defineret i Maker's Island strategien, fokuserer dette kapitel på en mere overordnet opsamling af hvad Maker's Island indsatsen (2019-2022) har betydet, inklusive nogle af de vigtige elementer som fx øget koordination. Kapitlet bygger derfor primært på kvalitative data, dvs. (gruppe) interviews med medlemmer af styregruppen for Maker's Island indsatsen, med forskellige typer af kunsthåndværkere, og med andre nøgleaktører indenfor kunsthåndværk-økosystemet på Bornholm. Yderligere trækkes på gennemgang af referater fra styregruppemøder m.v.

Maker's Island projektet opstod i 2019, efter en længere, stille 'ventetid' efter opnåelsen af World Craft Region titlen. Selv om det allerede i den første henvendelse fra ACAB til BRK om at ansøge om at komme i betragtning til titlen blev fremhævet, at titlen og den internationale anerkendelse ville udgøre et potentiale for videre udvikling på Bornholm, var der ingen aktører, der umiddelbart turde eller vidste, hvordan de skulle løfte dette potentiale. Et nøglepunkt var, at titlen var givet som en anerkendelse til øen, en geografisk enhed. Derfor følte ingen af de udøvende aktører indenfor kunsthåndværk, at de havde autoritet til at sætte sig i førersædet, heller ikke ACAB, trods foreningens flerårige forberedende arbejde ift. at muliggøre at Bornholm kunne ansøge om titlen. I september 2018 besluttede Klima- og Bæredygtighedsudvalget, der blev ledet af den daværende viceborgmester, der under valgkampen havde fremhævet netop udviklingspotentialerne af de mange mindre virksomheder indenfor kunsthåndværk, at der skulle nedsættes en styregruppe for World Craft Region. Formålet med styregruppen var at sikre fremdrift og sammenhæng i det videre arbejde med understøttelsen af WCR-indsatsen (Kommissorium for styregruppe for World Craft Region Bornholm). Senere blev indsatsen omdøbt til Maker's Island.

Strategien for Maker's Island Bornholm satte retning og mål for udviklingen inden for kunsthåndværket på Bornholm i perioden primo 2020 til ultimo 2022 og tog afsæt i, hvordan potentialet som World Craft Region kunne omsættes til værdiskabende aktiviteter for hele Bornholm. Strategien havde fokus på at styrke og udvikle økosystemet inden for kunsthåndværket samt at sikre en kontinuerlig fornyelse og kvalitetsløft inden for feltet.

"Grundlæggende handler det om at skabe rammerne for levedygtige kunsthåndværker virksomheder samt sikre at økosystemet omkring kunsthåndværket fortsætter og skaber udvikling." (Maker's Island Strategi 2020-2022, side 2).

Visionen var at "Bornholm er et kraftcenter for kunsthåndværk i Europa og kunsthåndværket anerkendes for dets værdi for det bornholmske samfund, kultur, udvikling og økonomi" (Maker's Island Strategi 2020-2022, side 2). **Missionen** for Maker's Island var at stimulere udvikling inden for kunsthåndværket på Bornholm igennem samarbejde og netværk i økosystemet omkring kunsthåndværket. Strategien formulerede som tidligere beskrevet 4 fælles **målsætninger**, med en overordnet intention om at sikre kvalitet og mangfoldighed i det kunsthåndværksmæssige arbejde gennem uddannelse, efteruddannelse og erfaringsudveksling. Målsætningerne er præsenteret i tekstboksen nedenfor (figur 4) og tog udgangspunkt i de fire indsatsområder, der var anbefalet i behovsanalysen fra 2018 (Broegaard & Andersen 2018).

<p>1 Forstærke samarbejde, koordinering og synergi i økosystemet omkring kunsthåndværket.</p> <p>Koordineret erhvervsfremme der skaber maksimal værdi for Bornholm.</p>	<p>2 Skabe opmærksomhed om og markedsføre det bornholmske kunsthåndværk regional, nationalt og internationalt.</p> <p>Kommunikation og formidling af bornholmsk kunsthåndværk. Kunsthåndværkeroplevelser i verdensklasse.</p>	<p>3 Løfte kunsthåndværkernes kompetencer, styrke uddannelsesmuligheder og overlevering af viden og færdigheder.</p> <p>Kompetenceudvikling og rammer der gør, at kunsthåndværkervirksomheder startes og drives bedst på Bornholm.</p>	<p>4 Udvikle redskaber og aktiviteter, der gør det muligt for sektoren at optimere sig kommercielt.</p> <p>Kommercialisering og aktiviteter som understøtter en kommerciel udvikling i de enkelte virksomheder.</p>
--	--	---	--

Figur 4: Fælles målsætninger for Maker's Island strategien 2020-22 (Strategi, side 2).

Dette kapitel er overordnet struktureret efter disse fire indsatsområder: Koordinering, Kommunikation, Kompetenceudvikling og Kommercialisering.

9.1 Koordinering

“Titlen blev en trædesten til et sekretariat for kunsthåndværk og samarbejde og anerkendelse i BRK” (Interview, etableret kunsthåndværker, 3. januar 2023)

Samtlige interviewede aktører, der har erfaringer med det bornholmske kunsthåndværk-økosystem, fremhæver **koordineringen og det øgede samarbejde** som den første og vigtigste ting, Maker's Island indsatsen har ændret. Opnåelsen af den internationale anerkendelse, som ligger i World Craft Region titlen, præciseres som det udslagsgivende element, der blev anledningen til, at Maker's Island indsatsen kom i stand: At vigtige aktører fra alle dele af det bornholmske kunsthåndværk-økosystem 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. Under koordineringen fremhæves flere vigtige elementer som værende af grundlæggende vigtighed:

Ad 1: Regionskommunens villighed til at sætte sig for bordenden, og forståelse for vigtigheden af at næstformandsposten blev givet til en repræsentant for de professionelle **kunsthåndværkere** (organiseret i ACAB), således at kunsthåndværkernes indflydelse på og medejerskab til udviklingen var sikret. Da titlen er geografisk, er det logisk at det må være den lokale myndighed, der har mandat til at handle. At en stærk aktør som BRK ledede initiativet vurderes som at have været vigtigt for at **andre 'tunge aktører'**, der ellers måske ikke tidligere havde set sig selv som havende nogen central rolle i forhold til kunsthåndværk-økosystemet, også sagde ja til at indgå i **styregruppen**.

Styregruppen indeholder repræsentanter for BRK (viceborgmester og centerleder for Regional Udvikling), professionelle kunsthåndværkere på Bornholm (ACAB), Bornholms repræsentant i World Craft Council Europe (også ACAB-medlem), Destination Bornholm, erhvervsfremmeaktør (Business Center Bornholm), uddannelsesinstitution (Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm) og kulturinstitutioner (Bornholms Museum, Bornholms Kunstmuseum og Bornholms Center for Kunsthåndværk, Grønbechs Gård). **Styregrupped medlemmernes store engagement og villighed** til at tilbyde egne og baglands kompetencer og kontakter fremhæves også som værende meget vigtigt, ligesom den **tillid** og det nære, personlige **kendskab**, der er udviklet mellem medlemmerne af den nuværende styregruppe også understreges som vigtig for den høje grad af samarbejde og den tætte koordinering, der er opnået. Mange aktører beskriver hvordan de nu "bare kan ringe" og bede om hjælp eller

foreslå et samarbejde med aktører indenfor "økosystemet", som de forud for Maker's Island initiativet ikke havde nogen berøringsflade til.

Ad 2: Etableringen af et sekretariat for Maker's Island initiativet, med en fagligt og socialt højt kompetent medarbejder, som sikrer koordinering og opfølgning på initiativer, der besluttet af styregruppen. Sekretariatslederen har arbejdstid til at tage sig af en lang række af aktiviteter som fx fundraising, projektformulering, udarbejdelse af formidlingsmateriale, pressemeddelelser og aktivitet på sociale medier. Regionskommunens bevilling af en (i første omgang) **treårig "grundbevilling" til sekretariatsdrift** (men med en forudsætning om at der skulle findes yderligere midler eksternt) fremhæves som værende helt afgørende for styregruppens succes. Vigtigheden af at have en dygtig og centralt placeret sekretariatsleder, der holder tømmerne, samler alle initiativerne, og sikrer, at der ikke sker en udvanding af kvaliteten, understreges i samtlige interviews; ligesom sekretariatslederen roses for at være god til at skabe netværk, at række ud, inkludere og tænke alle ind, og endvidere selvstændigt og i tæt samarbejde med aktørerne formå at formulere, flytte videre og komme i mål med mange bolde. 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"* (medlem af styregruppen, 18. januar 2023). At sekretariatslederen for Maker's Island også er (blevet) sekretariatsleder for ACAB (i en stilling med meget få timer, betalt af ACABs medlemmer gennem deres kontingentbetaling) fremhæves også som noget, der skaber yderligere synergi mellem kunsthåndværkerne og resten af "økosystemet", som MI-sekretariatet har kontakt til.

Ad 3: ACABs eksistens og meget velfungerende organisation, der i nu 20 år har arbejdet med et målrettet fokus på – i fællesskab – at løfte, professionalisere og synliggøre det bornholmske kunsthåndværk, fremhæves også som afgørende for at Maker's Island har fået den store effekt, som det har. Det er ikke styregruppe- eller bestyrelsesmedlemmerne fra ACAB, der siger dette. Det er aktører som fx Direktøren for Destination Bornholm (DB), der fremhæver, at kunsthåndværkernes høje organiseringsgrad har været af afgørende betydning for DBs mulighed for – med begrænsede midler – at løfte og synliggøre denne lokale styrkeposition. Konkret har ACAB-repræsentanter indgået i arbejdsgrupper, i projekter, stået for koordineringen til baglandet, og f.eks. leveret formidlingsmateriale eller historier. Villigheden til samarbejdet og at optage sig opgaver, og evnen til at erhvervet kan tale med én stemme har været helt afgørende for det meget velfungerende samarbejde, der siden erhvervelsen af WCR-titlen er udviklet mellem DB og ACAB (Interview, Destination Bornholm, 5. maj 2022).

I denne forbindelse må det igen huskes, at det var ACABs visionære beslutning om at prioritere ressourcer til at søge om optagelse som 'regional repræsentant' i World Craft Council Europe, og sidenhen at initiere et udviklingsarbejde omkring anvendelsen af World Craft City-titlen i en europæisk kontekst, med fokus på regioner snarere end byer, der muliggjorde, at Bornholm overhovedet kunne ansøge om at komme i betragtning om World Craft Region. ACAB leverede – for egne ressourcer – desuden oplæg, argumenter, input og støtteerklæringer fra andre aktører, til BRKs ansøgning og det efterfølgende jury-besøg.

Andre aktører, fx en internationalt anerkendt kunsthåndværker, der er flyttet til Bornholm fra udlandet og har etableret sig her indenfor de seneste år, påpeger også vigtigheden af at ACAB-medlemmer, særligt bestyrelsesmedlemmer, er villige til at indgå i en lang række af projekter og arbejdsgrupper. Herved sikres en meget vigtig og nær forankring af udviklingen i kunsthåndværker-erhvervet (Interview, 15. december 2022). En anden herboende, internationalt anerkendt kunsthåndværker beskriver at kunsthåndværkernes repræsentation i samarbejdet og aktive deltagelse i mange arbejdsgrupper sikrer, at de føler, at det er en

udvikling "i øjenhøjde", og at kunsthåndværkernes værd er anerkendt af de andre "store aktører" i styregruppen (Interview, 3. januar, 2023). Flere kunsthåndværkere beskriver at dette ligeværdige samarbejde ikke fandt sted forud for opnåelsen af World Craft Region titlen eller etableringen af Maker's Island initiativet (Interviews 14. december, 15. december 2022 og 3. og 23. januar 2023).

Det kan konkluderes, at **samarbejdet i "kunsthåndværk økosystemet" er blevet væsentligt styrket**. Der er en meget højere grad af samarbejde og kendskab mellem kunsthåndværkere (på den ene side) og institutioner som fx BRK, Destination Bornholm, Business Center Bornholm (BCB), Bornholms Kunstmuseum, Bornholms Museum/Hjorths Fabrik, Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm og Bornholms Center for Kunsthåndværk. Nogle beskriver det som et "fintmasket net, hvor forbindelserne mellem aktørerne er blevet tættere og huller er lukket", andre beskriver det som en "familie". Dette øgede kendskab til hinanden og det fælles arbejde i styregruppen har ført til at der er en høj grad af videndeling, så muligheder videregives, ses, skabes og opfølges.

Der kan nævnes utallige konkrete samarbejder. Nogle af dem fremhæves her for at give indtryk af hvor vigtige de elementer, der er blevet skabt, er for det brede og mangfoldige løft af øens kunsthåndværk:

- **Kompetenceudviklingskurser i regi af BCB** og direkte invitationer til kunsthåndværker-vinkler i deres kurser, og at BCB og kunsthåndværkere nu "taler samme sprog", og "forstår hinanden". Flere kunsthåndværkere beskriver en oplevelse af at BCBs kurser er meget bedre rettet mod kunsthåndværkere end tidligere, pga. Maker's Island-samarbejdet. Der er udviklet store samarbejder mellem BCB og aktører indenfor kunsthåndværk (kunsthåndværkere og Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm) om grøn omstilling og brug af den nyeste teknologi. BCB har også en tæt kontakt til Det Kongelige Akademi's studerende, fordi de udgør et potentiale for startups.
- **Invitationer** til eller forslag om udstillinger om kunsthåndværk (eller aktiviteter som fx "Nørderier" og "Samtalesalon") på **Bornholms Kunstmuseum**; samarbejde mellem ACAB og Hjorths Fabrik om fx at etablere et kunsthåndværk-julemarked på **Hjorths Fabrik**.
- **Efteruddannelseskurser** på **Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm** for etablerede kunsthåndværkere. Initiativet er taget i samarbejde med Maker's Island sekretariatet, ACAB og CRT, der har forestået hjem søgningen af eksterne midler til kurserne som en del af et større forsøgsprojekt. **Destination Bornholms** udvikling og gennemførelse af en **workshop om afholdelse af workshops** for kunsthåndværkere, der vil have dette som ny indtjeningsområde. Dette initiativ blev taget på baggrund af evalueringen af Bornholm Craft Weeks 2021.
- **Samarbejde mellem Destination Bornholm og øens kunsthåndværkere (og ACAB og Maker's Island)** om input til artikler og formidling om kunsthåndværk og organisering og servicering af presseture om kunsthåndværk. Samarbejdet mellem Maker's Island og ACAB om udvikling (og finansiering) af foto og video-materiale af det Bornholmske kunsthåndværk – materiale, der qua samarbejderne bruges til formidling ved Folkemøder, ved turistattraktioner, ved Bornholms Center for Kunsthåndværk (Grønbechs Gård), og til udsmykning og synliggørelse af kunsthåndværket som en lokal styrkeposition ved kommunale bygninger, m.v.

- **Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm** har fået "tyndere vægge" og **åbnet mere op** til det lokale kunsthåndværk-miljø. De studerende bliver bedre integreret i dette, hvilket er afgørende for deres uddannelse (interview, repræsentant for Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm og medlem af styregruppen, 18. januar 2023). Professions-bachelor-uddannelsen, der altså har fået et ekstra semester med praktik, styrker de studerende i virksomhedsudvikling, hvilket også er en mulighed for øget samarbejde mellem skole, studerende og lokale (eller internationale) virksomheder. Skolens "åbne døre" muliggøre efter-videreuddannelse for etablerede kunsthåndværkere og teknologisk videreudvikling fx indenfor digitale værktøjer og grøn energi/bæredygtighed.

Flere kunsthåndværkere (og andre aktører i styregruppen) udtrykker at nu, **med Maker's Island samarbejdet, kan ting lade sig gøre, som man ikke tidligere havde kunnet gøre eller havde turdet gøre eller foreslå**. Dette har, ifølge de interviewede, både noget at gøre med, at initiativerne i kunsthåndværk-økosystemet er til kollektiv gavn, og med at kunsthåndværkerne, grundet den internationale anerkendelse, har fået en anden selvtillid, hvilket - sammen med det øgede kendskab til de andre aktører - skaber rum til en kreativ iverdighed i et trykt fællesskab.

Samtlige interviewede kunsthåndværkere fortæller at de føler en **øget stolthed** ved at være kunsthåndværker, og at de i endnu højere grad end tidligere oplever sig som værende **en del af noget større**. De fremhæver et endnu bedre eller mere aktivt kollegialt samarbejde mellem kunsthåndværkere, end tidligere. Ifølge flere interviewede afspejler den øgede stolthed sig i prissætningen, fordi man selv ved, at ens værker har værdi. Mange af de interviewede fremhæver også, at de i højere grad *også* ser sig selv som virksomhedsejere, og føler **stolthed over at drive en virksomhed**. Det medvirker også til at de indgår i samarbejder på en anden måde end tidligere.

Endelig fremhæver mange af kunsthåndværkerne at eksistensen af et sekretariat for Maker's Island og den styrkelse af koordinationen og samarbejdet, som dette har været katalysator for, muliggør, at **kunsthåndværkerne selv kan koncentrere sig mere om deres fag end tidligere**: De får mere tid til at være på deres værksteder og videreudvikle sig, mens andre, der er bedre til at formidle historien, fortæller den vidt og bredt, og atter andre, der er bedre til at lave kurser, organiserer disse. Flere kunsthåndværkere kan *leve* af deres kunsthåndværk: De kvalitative interviews fortæller om at der suppleres mindre med arbejde ved siden af, fordi det er muligt at dedikere mere tid til, og leve af, kunsthåndværket.

Basisbevilling har også muliggjort ekstern finansiering. Maker's Island har i perioden 2020-2022 fået bevilliget 2.2 millioner kroner fra BRK (ØEPU's tilskudspulje) og i samme periode opnået ekstern finansiering på i alt 1.4 millioner kroner. De eksterne midler er givet fra fonde som Statens Kunstfond, Øernes Kunstfond, Erhvervsstyrelsens Landdistriktspulje (forsøgsprojekter), LAG Bornholm, og Sparekassen Bornholms Fond (Kilde: Fundraising arkiv fra Maker's Island sekretariatet). Herudover er der søgt en række andre fonde og projekter, og fundraising har været en aktivitet, der har været højt prioriteret af Maker's Island sekretariatet.

9.2 Kommunikation og formidling

Som præsenteret i kapitel 7 har Maker's Island indsatsen haft et overordnet mål om at skabe opmærksomhed og synlighed omkring bornholmsk kunsthåndværk; en synlighed Maker's Island styregruppen har arbejdet målrettet på at skabe gennem dens indsats indenfor kommunikation og formidling. Imidlertid reflekteres en øget synlighed af det Bornholmske

kunsthåndværk mange steder: Gennem kunsthåndværkernes vurdering/oplevelse af synlighed (interviews, brugt igennem hele evalueringen), gennem udviklingen i antal ansøgere til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm (kapitel 5), gennem turisternes besvarelser omkring kendskab til og forventning til kunsthåndværkoplevelser på Bornholm (kapitel 7) og udviklingen i national og international omtale af bornholmsk kunsthåndværk (også kapitel 7), samt gennem forskellige (nye) samarbejder og deltagelse i events på nationalt og internationalt plan (kapitel 8 og dette kapitel).

Marker'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 (<https://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. Kommunikation og formidling er noget, der har været afsat midler til fra basisbevillingen, og er skaffet eksterne midler til at kunne styrke, bl.a. gennem udviklingen af den visuelle identitet, produktion af videoer og hjemmeside, værksteds-portrætter, m.v. Yderligere er det noget, der særligt i starten blev afsat en relativt stor andel af sekretariatslederens tid til. Foruden Maker's Island sekretariatet må ACABs, Destination Bornholms, Bornholms Center for Kunsthåndværks og BRKs bidrag til arbejdet med kommunikation og formidling fremhæves særligt. Arbejdet med etablering og opdatering af digitale platforme, planlægning, indsamling og produktion af tekster og materialer, og 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, koordineret. I efteråret 2022 har Destination Bornholm bl.a. brugt bornholmsk kunsthåndværk som illustrationer i en kampagne (rettet mod bornholmerne) om at købe lokalt.

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, som aktører, der er aktive i Maker's Island, kan have på deres butiksdør, og små mærkater, som man kan sætte på sin indpakning, til artikler og annoncer i turistbrochurer, udarbejdelse af et magasin (indstik i "Mad og Mennesker"), vejside-skilte og fotostudier med værkstedsportrætter, der både har været brugt i forbindelse med Folkemøde, turisme-aktiviteter, Bornholms Center for Kunsthåndværk, og udenfor en af øens større kommunale bygninger. 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. Bornholms lokale medier fremhæves for at have taget godt imod fortællingen om Bornholms kunsthåndværk og for deres formidling af de mange events og aktiviteter.

I starten af Maker's Island indsatsen (og i den "stille periode" mellem opnåelsen af World Craft Region-titlen i 2017 og nedsættelsen af en World Craft Region styregruppe under Bæredygtigheds- og Klimaudvalget i BRK i efteråret 2018) var der meget stor usikkerhed omkring hvad titlen egentlig betød, og hvem der "havde fået den" og havde 'ret' til at omtale den. Formidling henvendt til lokale aktører indenfor kunsthåndværk af hvad WCR-titlen betød og kunne indebære for Bornholm, var således en vigtig opgave i starten af Maker's Island styregruppens arbejde. Selv om der stadig omtales en vis "forvirring over navne" (World Craft Region, Maker's Island, Bornholm Craft Weeks...) er der generelt et udbredt kendskab til såvel den internationale titel og det lokale samarbejde for at løfte kunsthåndværket blandt øens kunsthåndværkere. Det er dog relevant at reflektere over hvordan de forskellige 'navne' formidles klarere. Ét forslag er at bruge sammenligningen af WCR-titlen med Michelin-stjerner – bare indenfor kunsthåndværk.

Interviews med ejere af forskellige typer af kunsthåndværksevirsomheder viser imidlertid, at der blandt aktører, der er kommet til øen indenfor de senere år, og altså ikke var aktive på øen fra opstarten af Maker's Island initiativet, ikke nødvendigvis er et dybdegående kendskab til initiativet og dets mange aktiviteter. Særligt aktører, der ikke selv er aktive i ACAB eller styregruppen, virker til at have et mangelfuldt kendskab til Maker's Island initiativets bredde og kompleksitet. Det betyder, at de mere 'usynlige' og grundlæggende dele af arbejdet med koordinering, etablering af samarbejder, projektformulering og fundraising, måske overses. Dette er vigtigt at være opmærksom på, da det kan risikere at føre til at Maker's Island initiativets mange facetter og resultater af langsigtede indsatser ikke bliver anerkendt for den kollektive kraftanstrengelse, det er. De kollekt skabte succeser kan derfor kan risikere at blive 'taget for givet' – særligt af nytilkomne aktører, der måske derfor undervurderer betydningen og nødvendigheden af deres *egen* aktive medvirken til det kollektive løft.

Bornholm Craft Weeks er en event der er skabt igennem Maker's Island initiativet, i et tæt samarbejde mellem særligt Maker's Island sekretariatet, Arts and Crafts Association Bornholm, Destination Bornholm, Bornholms Center for Kunsthåndværk (Grønbechs Gård) og Hjorths Fabrik. Det 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 formået 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/program. Dette er nærmere beskrevet i kapitel 8. Se eventuelt den særskilte rapport med evaluering af Bornholms Craft Weeks, der også indeholder et kapitel om formidling af og kendskab til denne event (<https://crt.dk/publications/bornholm-craft-weeks-evaluering-2022>).

Den lokale formidling af kunsthåndværkets betydning på øen, og den øgede synlighed, som kunsthåndværket har opnået gennem Maker's Island, fremhæves som vigtigt for at der nu er politisk (og økonomisk) opbakning til sektoren, og til en 3-årig videreførelse af Maker's Island initiativet i form af basisbevilling til sekretariatet 2023-2025. Dette viser, at der er en bred politisk anerkendelse af at kunsthåndværket er noget, det er værd at investere i. Dette gælder både for kommunen, hvor viceborgmesteren har formandskabet i styregruppen, og hvor initiativet ligger under afdelingen for Regional Udvikling, hvis chef også deltager i styregruppen, og for Business Center Bornholm, hvor kunsthåndværk fra ca. 2020 er blevet skrevet ind som en 'strategisk indsats' i BCBs handleplan.

Anerkendelsen af betydningen og værdien af kunsthåndværket for Bornholms udvikling har også ført bredere samarbejder med sig, samarbejder, som man for 2-3 år siden nok ikke kunne have forestillet sig. Som et eksempel næves BRKs samtaler med Statens Kunstfond om projektsamarbejde om kunsthåndværkets mulige rolle i velfærdsopgaver (Interview, 18. januar, 2023). Der er også nye samarbejder mellem kunsthåndværk og Bornholms Kunstmuseum, hvor en udstilling ("Geertsen vs. Hjorths") modtog en præmie fra Statens Kunstfond. I krydsfeltet mellem innovation, ny teknologi og kunsthåndværk er der skabt et spændende samarbejde mellem Bornholms Affaldshåndtering (BOFA) og Maker's Island som del af et stort Horizon2020 projekt. I internationalt regi ville det for få år siden have været svært at forestille sig, at ACAB kunne være repræsenteret som medlem ikke bare i World Craft Council Europe, men også i en af Europas allervigtigste fonde indenfor kunsthåndværk, Michelangelo Foundation, baseret i Schweiz (<https://www.michelangelofoundation.org/#>).

Siden Bornholm blev anerkendt som World Craft Region, og særligt siden Maker's Island projektet er startet, er der sket en stor stigning i internationale henvendelser, der ønsker at høre om det bornholmske kunsthåndværk og om Maker's Island projektet. Det ses fx af de

mange internationale konferencer og møder, hvor repræsentanter for ACAB og/eller Maker's Island har formidlet historien om Bornholms kunsthåndværk (jf. afsnit 7.3.2).

Dét, at BRK sidder for bordenden af en styregruppe med 'tunge' repræsentanter fra samtlige dele af "kunsthåndværk økosystemet", har også betydet en væsentlig forandring i hvad den bornholmske repræsentant for ACAB i World Craft Council, som også sidder i styregruppen, kan formidle i internationale sammenhængen. 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 i en eller anden form, arbejder sammen om at løfte og udvikle (Interview, 18 januar 2023). 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" (Interview, 23. januar 2023). 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.

Den øgede synlighed og anerkendelse af kunsthåndværket som en lokal styrke og noget, der er vigtigt for den lokale identitet, ses på mange måder. Fx i det faktum, at Grønbechs Gård har ændret navn til Bornholms Center for Kunsthåndværk for at fremhæve kunsthåndværket som noget, man er fælles om på Bornholm. Yderligere er kunsthåndværket blevet skrevet med ind i den lokale udviklingsplan for Hasle, som et aktiv, der kan benyttes yderligere som afsæt for lokalområdeudvikling.

Endelig fremhæver samtlige interviews med kunsthåndværkere, at kunsthåndværkerne selv bruger World Craft Region titlen eller opbakningen til at Bornholms skal være en "Maker's Island" i deres egne fortællinger. De fremhæver, at det, at være en del af noget større, også har bidraget til at de selv i endnu højere grad ser "bornholmsk kunsthåndværk" som en helhed, et fællesskab. Det betyder også, at samarbejder nemmere opstå, og at det fælles er langt fremme i den enkeltes tanker.

9.3 Kompetenceudvikling

Nærværende evaluering af Maker's Island indsatsen tog, i tilbudsfasen, forbehold for at inkludere kompetenceudviklings-delen af Maker's Island i evalueringen, grundet den forholdsvis beskedne økonomiske ramme, og de ret ambitiøse ønsker i evaluering-udbudsmaterialet, samt det faktum at (dele af) kompetence-aktiviteterne var selvstændigt evalueret (se rapporten "Evaluering af kompetenceforløb for Bornholmske kunsthåndværkervirksomheder 2020"). Indsatsen for kompetenceudvikling her i nærværende afsnit er derfor "stedmoderligt behandlet" i forhold til evalueringen af de andre indsatser, og er medtaget efter stærkt ønske fra Maker's Island sekretariatsleder. Afsnittet baserer sig primært et fokusgruppe-interview med medlemmer af styregruppen for Maker's Island, samt på kommentarer og refleksioner omkring kompetenceudvikling fra øvrige interviews foretaget i forbindelse med midtvejs- og slutevalueringen. Yderligere er der (forsøgt) indhentet statistik over udviklingen i kunsthåndværker-branchens brug af BCBs services, ligesom hovedpointerne fra det selvstændigt evaluerede kompetenceforløb (2020) trækkes frem.

I forhold til kompetenceudvikling, har Maker's Island styregruppen sat sig **mål for at løfte området fagligt og erhvervsmæssigt**. Konkret nævnes uddannelsesmuligheder, erfaringsudveksling både lokalt (mellem generationer) og internationalt, samt at arbejde for at løfte iværksætttermiljøer og skabe fællesskaber omkring produktion (Maker's Island Strategi,

side 3). Kvantitativt udtrykkes mål for dette indsatsområde som en stigning i antallet af nystartede kunsthåndværkervirksomheder (se kapitel 6 for en analyse af dette).

Kunsthåndværkernes egne ønsker og behov indenfor kompetenceudvikling blev kortlagt i en "behovsanalyse" fra 2018 (Broegaard & Andersen, 2018), gennem en selvevaluering. Denne pegede på at fortsat faglig udvikling var det, der stod øverst på kunsthåndværkernes ønskeliste, sammen med et kompetenceløft indenfor markedsføring (inklusive brug af sociale medier og kalkuler til prissætning). Herefter blev mere virksomhedstekniske redskaber som regnskaber, budgetter og planlægning nævnt, samt redskaber eller støtte til søgning af fonde og legater (Broegaard & Andersen, 2018:41-48). Yderligere synliggjorde kortlægningen, at der – ud over den fortsatte faglige udvikling, som alle nævnte – var meget forskellige behov for / interesse i kompetenceudvikling, afhængigt af typen af kunsthåndværkervirksomhed (jf. den udviklede typologi for kunsthåndværkervirksomheder), hvor det særligt var type II og III der efterspurgte kompetenceudvikling (dvs. de 'mellemstore dedikerede kunsthåndværkere med vækstpotentiale' og de dedikerede kunsthåndværker-mikrovirksomheder med vækstpotentiale).

Der har været gennemført forskellige forløb og indsatser vedrørende kompetenceudvikling indenfor kunsthåndværk på Bornholm, siden Maker's Island styregruppen er blevet nedsat. Et af dem (Kompetenceprogram for bornholmske kunsthåndværkervirksomheder 2020) har været selvstændigt evalueret og hovedpointerne fra evalueringsrapporten gennemgås nedenfor (afsnit 9.3.1). De øvrige aktiviteter er ikke selvstændigt evalueret, men belyses i det følgende så vidt muligt ud fra omtale i gennemførte interviews samt fra referater af styregruppemøder. I øvrigt skal det nævnes at der har været nedsat en arbejdsgruppe for uddannelse under Maker's Island, og at denne, foruden repræsentanter for Maker's Island sekretariatet, Bornholms Museum og Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm, også indeholdt en repræsentant for Bornholms Højskole. Dette er et godt eksempel på hvordan Maker's Island formår at række ud og involvere relevante aktører, også udenfor selve styregruppen.

BCB 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, og deltagelse i Maker's Island styregruppen er skrevet ind i BCB handleplaner, hvilket er et resultat af den øgede politiske opmærksomhed på og anerkendelse af kunsthåndværkets erhvervsmæssige betydning for Bornholm (Interview, styregruppe, 18. januar 2023).

Evaluatorene har været i kontakt med BCB for at indhente deres tal for (udviklingen i) rådgivning til kunsthåndværkere. Det er dog desværre ikke muligt at præsentere statistik for dette, da BCB ikke fører en sådan (Personlig kommunikation, BCB, 16. januar 2022). For 2022 er der dog en opgørelse. Samlet set er der 8 kunsthåndværkere (4 uden CVR-nummer og 4 med) der har modtaget individuel rådgivning fra BCB i løbet af 2022. Der er flere, der har deltaget i forskellige kurser/arrangementer med en bredere målgruppe.

I referaterne fra Maker's Island styregruppemøder og i interviewet med Maker's Island styregruppen nævnes dog en lang række kompetenceudviklings-aktiviteter eller initiativer. Oftest drejer det sig om BCB-aktiviteter som del af en bredere erhvervsudviklingsindsats, men hvor der – efter etableringen af Maker's Island og BCBs deltagelse i styregruppen – ofte tilføres eller udvælges en særlig kunsthåndværker-relevant vinkel. Det er f.eks. tilfældet med projektet "Bæredygtig Bundlinje Bornholm", der har haft et særligt "spor" med fokus på kunsthåndværkervirksomheder. Der foregår samarbejder mellem BCB og bornholmske kunsthåndværk-aktører om innovation og anvendelse af ny teknologi til reduktion af energiforbruget, øget genanvendelse af materialer, eller omstilling til mere bæredygtige energikilder. BCB har afholdt webinar om at spare på el, ligesom der var et kunsthåndværk-

fokus tænkt ind i "Gentart Erhverv Gadeplan" efter corona nedlukninger. BCB har også et særligt fokus på iværksættere indenfor kunsthåndværk, noget der f.eks. udmøntes i BCB-deltagelse når studerende fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm præsenterer efter gennemført 'Mesterlære' praktikophold. Yderligere BCB har været en vigtig partner i udviklingen af projektet "Craft Collection Bornholm", et ambitiøst markedsførings- og kompetenceudviklingsprojekt, der dog pt. er droppet på grund af manglende ekstern finansiering.

Interviewede kunsthåndværkere, der har deltaget på BCBs kurser, oplever at kurserne nu, efter BCBs deltagelse i Maker's Island styregruppen, er meget bedre rettet mod kunsthåndværkere, og at BCB i langt højere grad er opmærksom på at planlægge og præsentere kurser, så kunsthåndværkerne kan se relevansen. Mange kunsthåndværkere beskriver også at de – nu, efter Maker's Island samarbejdet – får invitationer målrettet kunsthåndværkere, noget de ikke mindes at have oplevet tidligere.

Endelig fremhæver mange af de interviewede kunsthåndværkere at det er lykkedes at opnå en kulturændring, så BCB og kunsthåndværkerne nu "taler samme sprog" og "forstår hinanden" – noget, der blev massivt efterspurgt i behovsundersøgelsen udført blandt ACAB-medlemmer tilbage i 2018 (Broegaard og Andersen, 2018). Dette er noget, som kunsthåndværkerne forbinder dels med den øgede anerkendelse, som kunsthåndværker-sektoren har fået som følge af WCR-titlen og Maker's Island samarbejdet; og dels med den fokuserede indsats, som BCB har lavet overfor kunsthåndværkerne. Flere af de yngre etablerede kunsthåndværkere fremhæver BCB som en aktør, der har været rigtig god til at etablere og tilbyde kurser og andre tiltag (fx fyraftensmøder eller projekter), som en del af Maker's Island. Gennem deltagelse i BCB-aktiviteter har disse kunsthåndværkere fået styrket en bred vifte af kompetencer, fået god kontakt til BCB-medarbejdere, og samtidig fået udviklet et godt netværk, også til virksomhedsejere udenfor ACAB eller i andre brancher end kunsthåndværk. Dette er noget, de fremhæver som meget givende, og noget der komplementerer netværket indenfor ACAB.

"Kurserne i BCB-regi har været en anledning til at komme meget længere ind i hvordan en virksomhed fungerer og øget kontakten til kunsthåndværkere udenfor ACAB. Og det har skabt et rum, hvor det er OK at tale om hinandens og egen virksomhed... indenfor og udenfor kunsthåndværk. Og det giver et øget fællesskab med flere." (Yngre kunsthåndværker, interviewet december 2022)

Som nævnt er der tydeligvis en markant forskel i hvor meget kunsthåndværkerne anvender BCBs tilbud afhængigt af kunsthåndværkernes alder. Selv blandt de ældre kunsthåndværkere er der dog en ny interesse overfor at henvende sig til BCB, som man har hørt meget godt om, og ved, at mange kunsthåndværker-kollegaer har haft glæde af at trække på.

BCB selv promoverer en bred forståelse af kompetenceudvikling; ikke bare som kurser, men også som den fælles udvikling af ideer og projekter der sker på kryds og tværs i det bornholmske "kunsthåndværk-økosystem". BCB har udviklet en hel palette af måder, hvorpå man arbejder med kompetenceudvikling indenfor dette felt, men det er noget, der (endnu) ikke er blevet præsenteret samlet. BCB ser dog et potentiale i at arbejde mere strategisk med dette, også for at blive skarpere på det værditilbud, som de forskellige typer af kompetenceudvikling repræsenterer. Som mulige områder for det fremadrettede arbejde med kompetenceudviklingen nævnes krydsbefrugtninger mellem kunsthåndværkere og andre aktører, inklusive en øget indsats for styrkelse af samarbejdet mellem turisme-virksomhedsejere og kunsthåndværkerne.

Det er ikke kun BCB, der har afholdt kurser og stået for kompetenceudvikling for kunsthåndværkere i perioden. På baggrund af de positive erfaringer fra BCW2021 der pegede på workshops for gæster/kunder som et muligt nyt forretningsområde for kunsthåndværkere, og et forretningsområde, der med fordel kunne placeres udenfor højsæsonen (se midtvejsevalueringen, Broegaard & Hedetoft 2022), gennemførte **Destination Bornholm** en workshop for kunsthåndværkere om forberedelse og gennemførelse af workshops. Dette var noget, der kom i stand gennem kontakterne etableret i Maker's Island styregruppen.

Endelig har **Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm** (i samarbejde med Maker's Island og ACAB) planlagt at gennemføre to efter- og videreuddannelseskurser for etablerede kunsthåndværkere på Akademiet, i 2023, indenfor 3D print og brugen af digitale værktøjer. Der er blevet opnået ekstern finansiering til efteruddannelses-forløbene i samarbejdet mellem de tre partnere (og med CRT).

I løbet af Maker's Island perioden er skolen også i højere grad begyndt at invitere etablerede kunsthåndværkere fra øen med til fx gæsteforelæsnings. Mange af de gennemførte interviews med kunsthåndværkere fremhæver den nye åbenhed de oplever fra Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm. De påskønner at designskolen åbner sig for dem i forbindelse med særlige arrangementer på skolen; at den lægger lokaler til informationsmøder og festmiddage; og at skolen i højere grad rækker ud og med de studerende besøger etablerede kunsthåndværkere på øen. Det styrker forbindelserne og skaber et endnu bedre miljø, til gensidig inspiration. Den daglige leder af designskolen fremhæver betydningen af det lokale kunsthåndværkermiljø som "helt afgørende" for uddannelsens og de studerendes udvikling (Interview, 18. januar 2023). Deltagelsen i styregruppen for Maker's Island er derfor blevet skrevet ind som en del af jobbeskrivelsen for den daglige leder af Skolen.

Mange af de interviewede kunsthåndværkere kigger også primært til Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm som mulig ramme for kurser, der kan højne deres faglige niveau (Interviews 14. og 15. december 2022). Som nævnt er der, i et samarbejde mellem ACAB, Maker's Island Bornholm sekretariatet og Center for Regional- og Turismeforskning også opnået ekstern finansiering til at designskolen kan udbyde to kurser på højt fagligt niveau til allerede etablerede kunsthåndværkere. Yderligere har der - i 2022-2023 i et samarbejde mellem bornholmske og nationale aktører - været arbejdet med en mulig behovsanalyse i forhold til at etablere en pottemageruddannelse på Bornholm - en uddannelse, der ikke aktuelt udbydes i Danmark.

9.3.1 Evaluering af kompetenceudviklingsprogram for bornholmske virksomheder (2020)

I 2020 gennemførte BCB i samarbejde med Campus Bornholm et kompetenceudviklingsprogram for bornholmske kunsthåndværkervirksomheder med fokus på forretningsudvikling for kunsthåndværkerne. Et andet formål var at "skabe et fælles sprog og en tættere dialog mellem kunsthåndværkere og erhvervsfremmesystemet på øen" (Evaluering af kompetenceforløb, side 2). 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 med Business Center Bornholm, i samarbejde med Maker's Island sekretariatet. Forløbet modtog støtte fra Øernes Kunstfond. Der var 18 deltagere, og forløbet blev evalueret gennem en spørgeskemaundersøgelse (med besvarelser fra 10 ud af 18 deltagere) og

fokusgruppeinterviews.²⁰ Resultaterne af evalueringen er samlet i en lille rapport på 11 sider (Evaluering af kompetenceprogram, 2020). Evalueringsrapporten giver indtryk af at deltagerne overordnet set har været meget tilfredse med forløbet, og at det har givet en mere struktureret virksomheds-hverdag for nogle deltagere, ligesom enkle værktøjer, der kan implementeres i egen virksomhed, fremhæves som godt. Deltagerne beskriver en større tiltro til egne evner, og større seriøsitet omkring deres virksomhed. Det har skærpet deltagernes bevidsthed op hvor man er skarp og mindre skarp (og måske har brug for at søge hjælp), hvilket også har afstedkommet vigtige valg omkring virksomhedens fokus. Særligt fremhæves en dag om "forretningsledelse for kreative" som noget, der gav konkrete værktøjer til forretningsledelse, samt input omkring struktur, planlægning og visionsarbejde.

Det er gennemgående for tilbagemeldingerne, at det er afgørende at oplægsholderne har forståelse for erhvervet som kunsthåndværker, for at oplæg og råd reelt opleves som at kunne overføres til/være relevante for kunsthåndværkernes virksomheder. Der efterspørges konkrete, *hands-on* elementer. En formiddag med fokus på salg vurderes fx som overflødig, fordi oplægsholder ikke kom fra kunsthåndværkerfaget. Forløb om branding/marketing var meget brugbart og der er ønsker om fx at kunne arbejde med egen hjemmeside og SoMe i løbet af workshop-forløbet, ligesom der er forslag om mere avanceret/fokuseret markedsførings-workshops fx omkring kundeanalyse/segmenter eller foto- og redigeringsworkshops. Mere konkrete workshops om økonomi (budget, regnskab og skat/moms for kunsthåndværkere/unika) og prissætning efterspørges under forudsætning af at underviser selv er indenfor eller har specialkendskab til kunsthåndværkerfaget. For at levendegøre brugen og relevansen af forretningsplaner for kunsthåndværkervirksomheder foreslås besøg på etableret kunsthåndværk-virksomhed, der bruger sin forretningsplan aktivt. Endelig efterspørges workshop om fondsansøgninger og legater.

Evalueringsrapporten fremhæver netværk mellem deltagerne som noget meget værdifuldt, særligt til sparring omkring udfordringer ved at drive en kunsthåndværkervirksomhed, og mulige 'greb' til dette. Der efterspørges mere tid til netværk og intern sparring i fremtidige kompetenceudviklingsforløb, ligesom der foreslås fyraftensarrangementer om fx SoMe, billedredigering osv. målrettet kunsthåndværkere, men faciliteret af en instans som fx BCB. Gensidige værkstedsbesøg (mellem en mindre gruppe af kunsthåndværkere) nævnes også som et godt format for sparring, inspiration og netværk omkring virksomhedsdrift.

BCB tilbød deltagerne i forløbet individuel sparring mellem forløbets workshops. Det er meget forskelligt, hvorvidt deltagerne har benyttet dette tilbud. Rapporten slår dog fast at kompetenceforløbet har "medvirket til at skabe kendskab til kompetencer samt skabt tillid mellem BCB og kunsthåndværkervirksomhederne" (Evaluering af kompetenceforløb, side 10), ligesom nogle af deltagerne tilkendegiver at de i fremtiden vil kontakte BCB, når der opstår et behov. Imidlertid opfordres BCB til at blive bedre til at formidle hvilke kompetencer, BCBs medarbejdere har, så kunsthåndværkerne ved, hvem de skal kontakte ved hvilke behov.

²⁰ På baggrund af den ret lave svarprocent, ud af et lille antal deltagere, konkluderer evalueringsrapporten at der er behov for at "gentænke" evalueringsmetoden i forhold til målgruppen, fx gennem at integrere evaluering som en del af hver workshop, så man ikke efter endt forløb står uden dokumentation for deltagernes oplevelse af brugbarhed og feedforward. Da Maker's Island evalueringerne også har været udfordret af lave svarprocenter (og små populationer) kan det være relevant for Maker's Island Sekretariatet at udvikle formater for løbende tilbagemeldinger, fx til brug for fremtidige evalueringer.

I interviews gennemført i forbindelse med slutevalueringen af Maker's Island har flere kunsthåndværkere fremhævet det store udbytte, de oplevede ved at deltage i ovennævnte kursus. De oplevede at få konkrete værktøjer, som de stadig bruger, fx til planlægning og tidsstyring, ligesom det blev en anledning til at begynde at erfaringsudveksle meget mere målrettet omkring virksomhedsdrift med andre kunsthåndværkere. Samtidig fremhæver interviewede kunsthåndværkere særligt BCBs rolle i starten af Maker's Island perioden, både med henvisning til dette kursus, og dets (og efterfølgende initiativers) betydning i forhold til at skabe øget kommunikation og kontakt mellem BCB og kunsthåndværkerne på øen. Enkelte kunsthåndværkere foreslår, at et kursus af denne beskaffenhed kunne gentages, ikke kun med bornholmske kunsthåndværkere som målgruppe, men kunsthåndværkere fra hele landet.

"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).

9.4 Kommercialisering

Maker's Island har et mål om at udvikle redskaber og aktiviteter, der gør det muligt for kunsthåndværk-sektoren 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, så en stor del af fx synliggørelsen og kommunikationen har samtidig haft et øget salg for øje. Bornholm Craft Weeks kan fx nævnes som en event, der er skabt for at skabe øget synlighed af Bornholms kunsthåndværk og Bornholm som kunsthåndværk-destination, og samtidig skabe øget mulighed for salg hos kunsthåndværkerne (og turisme-aktører), 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, og styregruppemedlemmernes meget engagerede arbejde i dette regi, er helt afgørende for at en event som Bornholm Craft Weeks kan skabes og gennemføres.

I regi af Maker's Island er der blevet arbejdet målrettet for at skabe (og rejse eksterne midler til) en Bornholmsk 'Craft Collection', der skulle etablere en digital formidling og salgsplatform for det ypperste bornholmske kunsthåndværk og samtidig danne ramme om kompetenceudviklingsforløb med fokus på kommercialisering. På trods af sekretariatets og BCBs vedholdende arbejde har det desværre ikke været muligt at rejse den fornødne eksterne finansiering, og initiativet er aktuelt skrinlagt.

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, at de er blevet mere bevidste om den værdi, deres arbejde og deres værker har, og at de derfor prissætter dem højere (Interview, 14. og 15. december 2022 og 23. januar 2023). Yderligere nævnes kompetenceudviklingsforløb i forretningsudvikling målrettet kunsthåndværkere i regi af BCB og Campus Bornholm, og det øgede fokus fra BCB på kunsthåndværkere, og på at sikre at virksomhedskonsulenter "taler samme sprog" som kunsthåndværkere som elementer, der har været med til at sætte den økonomiske udvikling på dagordenen som noget, det også er givende for kunsthåndværkerne at engagere sig i. Kunsthåndværkere (særligt de yngre) fremhæver at der med tiden kommet mere kollegial sparring om det at drive en virksomhed som kunsthåndværker (Interview, 15. december 2022). Mange interviewpersoner, bl.a. fra

større kunsthåndværker-virksomheder eller styregruppen, fremhæver, at der er sket en udvikling hen imod at særligt den yngre generation af kunsthåndværkere sætter sig mål om at kunne skabe en rimelig indtjening fra deres fag, ligesom de føler en stolthed over dét at skabe en veldrevet, selvstændig virksomhed. Såvel Det Kongelige Akademi's designskole på Bornholm som Business Center Bornholm fremhæves af styregruppemedlemmer som aktører, der har været med til at skabe denne ændring.

Yderligere fremhæves betydningen af at ACABs repræsentant i World Craft Council, lige fra starten efter opnåelsen af WCR-titlen og i det første arbejde med at kortlægge kunsthåndværkernes ønsker i forhold til at anvende titlen som et aktiv for en bornholmsk udvikling af kunsthåndværket, italesatte målsætningen om at kunsthåndværkerne bedre skulle kunne leve af deres kunsthåndværk, og at kunsthåndværkernes værdi skulle anerkendes – bl.a. gennem at deres tid og deres produkter blev værdsat, som "kostbare", ikke "dyre". Endelig fremhæver et enkelt styregruppemedlem betydningen af at Behovsanalysen dokumenterede, hvor lidt de fleste kunsthåndværkere på øen tjente, på trods af det tårnhøje faglige niveau (Broegaard og Andersen, 2018). Dette har været en motivation til at arbejde på at ændre det (Interview, 18. januar 2023).

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. Kommersialisering 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. Det er især med turismesektoren, at der er blevet skabt et tættere samarbejde. Destination Bornholm har leveret en målrettet og kontinuerlig indsats for formidling af Bornholm som en kunsthåndværk-destination. 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 kunsthåndværker-sektoren for branding og attraktivitet af Bornholm er altså slået fast. Destination Bornholm fremhæver den afgørende betydning det har haft for deres mulighed for at gå så aktivt ind i samarbejdet, at kunsthåndværkerne er så velorganiserede, gennem ACAB (Interview, Destination Bornholm, 5. maj 2022). Der har været planlagt kendskabsture m.v., hvor der skulle skabes et øget kendskab hos turismeaktører til kunsthåndværkere. Nogle har været gennemført, men i interviews omtales også "manglende tilslutning" fra turisme-aktører. Der er altså forsat grund til at arbejde på dagsordenen om at styrke kendskabet og samarbejdet turismeaktører og kunsthåndværkere imellem. I den forbindelse er det dog vigtigt at huske, at samarbejdet allerede har rykket meget, og at det tager tid at udvikle kendskab mellem så mange aktører. Her er kontinuitet i dagsordenen vigtig, som det fx for nylig blev konkluderet i en evaluering af LAG-Bornholms indsats, der også inkluderede kunsthåndværk (Hedetoft og Broegaard, 2022).

Bornholms Center for Kunsthåndværk (BCfK) har for nylig skiftet status fra at være et museum til at være et galleri, fordi det lægger vægt på at formidle kunsthåndværket som et levende erhverv, med kunsthåndværkere, der skal leve af det, hvorfor BCfK nu udelukkende sælger lokalt kunsthåndværk. Samtidig har institutionen mangedoblet salget, noget der jo også understøtter øget salg og levedygtighed hos øens kunsthåndværkere.

10 Opsamling af fremadrettede praktiske råd

Som beskrevet i tilbudsmaterialet for slutevalueringen har evaluatorene lagt vægt på, gennem interviews, at indsamle en række praktiske observationer og råd, der rækker fremad i tid mod den næste Maker's Island periode. De præsenteres her i bearbejdet og tematiseret form.

Det er vigtigt at synliggøre, at koordinationen og samarbejdet *ikke er noget, der må tages for givet.* Det er ikke noget, der sker af sig selv, men noget, der arbejdes benhårdt for – i sekretariatet, i Maker's Island styregruppen, og på de forskellige deltagende institutioner. Det er noget, der er muliggjort af at BRK har øremærket penge til formålet, og af at der også fremadrettet er lokale og nationale fonde, der støtter konkrete delprojekter, efter at være blevet præsenteret for gode ansøgninger. Det er ikke en selvfølge, at det fortsætter. Det er derfor noget, der hele tiden må værdsættes og værdien må synliggøres. ACAB har en lang tradition for at arbejde for kollektive mål, og blandt aktørerne i Maker's Island styregruppen er der også et enormt engagement. Alt i alt der bliver langt mange timer i de fælles initiativer, men er man bare en lille smule udenfor "maskinrummet", er der risiko for at hele dette fælles løft tages for givet og ikke værdsættes tilstrækkeligt. Det er vigtigt at alle aktører, der drager nytte af Bornholms kunsthåndværks øgede anerkendelse, er opmærksomme på at dette arbejde foregår og at den kontinuerlige skabelse og vedligeholdelse af kollektive goder er en forudsætning for initiativets succes. Det er vigtigt at formidle, at det kræver et støttende og værdsættende miljø, og en høj grad af kollektiv tænkning, også udenfor styregruppen, at opretholde dette. Det er særlig vigtigt i forhold til aktører, der er nye på øen, eller ikke har den samme tradition for at tænke kollektivt, som ACAB'erne fx har skabt igennem de 20 år, foreningen har eksisteret. Dette gælder både i forhold til betydningen af styregruppe-medlemmers koordinerende og forberedende indsatser, men der er også en række konkrete initiativer, der kan nævnes, hvor det store bagvedliggende arbejde risikerer usynlighed:

- I løbet af evaluerings-interviews er det blevet fremhævet flere gange, at det er vigtigt at *Bornholms Center for kunsthåndværk, Grønbechs Gård* ikke må gemmes eller tages for givet. Det har eksisteret så længe, at man måske glemmer, hvor (økonomisk) skrøbelig institutionen er, og hvor unikt det er med en fælles præsentation af hele kunsthåndværkeruniverset på øen. Dette nævnes bl.a. i forbindelse med kommunens afslag på at forhøje grundbevillingen til Grønbechs Gård i efteråret 2021.
- *Destination Bornholms, Maker's Islands og ACABs arbejde med formidling af kunsthåndværk.* Særligt for den ældre gruppe kunsthåndværkere virker det, som om formidling, og særligt den digitale formidling, har det med at blive lidt usynligt. Derfor kan det være vigtigt at præsentere indsatsen og resultater af formidlingsindsatser (som det f.eks. blev gjort i forbindelse med Bornholm Craft Weeks evalueringsmøde 2022) mere direkte overfor en større gruppe kunsthåndværkere.
- *Betydningen af kontinuerligt at melde tilbage til det politiske system/BRK* kan ikke understreges nok. Det kan være gennem evalueringsrapporter som denne, der viser håndgribelige resultater som vækst i arbejdspladser og i kunsthåndværkets betydning for turister; men også fremadrettet at fortsætte med at synliggøre World Craft Region-raison d'être gennem fotostandere på Folkemøder, med skilte, omtale i lokale medier, osv. Indsamlingen af reaktioner fra internationale aktører indenfor kunsthåndværk kan også overvejes, da Bornholms unikke styre ofte synes at blive værdsat mere i et internationalt perspektiv, end på øen.

Maker's Island indsatsens imponerende resultater giver mulighed for at synliggøre endnu mere af det, der er gjort og opnået. For eksempel kunne nævnes:

- **Selve samarbejdet** omkring kunsthåndværk indenfor et komplet og velfungerende økosystem (med uddannelser, virksomheder, kulturinstitutioner, erhvervs- og lokalt udviklingsaktører, støtte fra kommunen, tværsektorielle samarbejder og formidling). Dette samarbejde er unikt og nyskabende og fremhæves i svarene fra centrale aktører indenfor europæisk kunsthåndværk som er kontaktet i forbindelse med slutevalueringen. Det er noget, aktører på europæisk plan er interesserede i at høre mere om – altså ikke bare resultaterne af samarbejdet, men selve måden, man samarbejder på. Senere i 2023 udkommer en publikation fra Center for Regional- og Turismeforskning med fokus på netop dette med (arbejds-)titlen "Kunsthåndværkernes Ø – Fortællingen om erhvervs- og stedsudvikling, der går hånd i hånd" som en del et samarbejdsprojekt med ACAB og Maker's Island sekretariatet.
- **Kvaliteten:** at Bornholm er en ø, hvor kunsthåndværkerne får optimale rammer til at arbejde og forbedre sig fagligt, fordi Maker's Island sekretariatet og det tætte og tillidsfulde samarbejde mellem en række aktører, også udenfor kunsthåndværket, muliggør at kunsthåndværkerne kan fordybe sig i det, de er bedst til, samtidig med at der sker en masse formidling, fornyelse og kryds-befrugtning.

Der er stadig arbejde at gøre på de indre linjer omkring kendskab til World Craft Region og Maker's Island, selv om der generelt er en et stort kendskab til og omfavnelser af titlen. Titlen og den øgede opmærksomhed om og formidling af kunsthåndværk skaber stolthed hos kunsthåndværkerne, og det er et gennemgående træk i interviews at der beskrives en (positiv) følelse af at "være en del af noget meget større". Imidlertid italesætter enkelte virksomheder på øen en tvivl om hvor meget "den fælles markedsføring" (inklusive Bornholm Craft Weeks) betyder for søgningen til netop deres (velansete) virksomhed. Evaluator oplever dette som konsekvens af en manglende forståelse af såvel størrelse som betydningen af det kollektive løft. Det er vores vurdering at dette bunder i et manglende kendskab til den mangfoldighed af aktiviteter, formidlings- og berøringsflader, der aktiveres i Maker's Island fællesskabet, og som rækker langt ud over de konkrete brochurer eller hjemmesider, som produceres. Særligt den form for formidling, der ikke kan købes for penge, som er de personlige anbefaling og udmærkelser for faglige præstationer, ser ud til at blive undervurderet af ovennævnte type virksomhedsejere, sandsynligvis fordi de ikke er fuldt klar over viften af aktiviteter og deres tårnhøje niveau indenfor andre materialer. Det kan lyde mærkeligt for aktører, der er helt inde i maskinrummet af Maker's Island, men der ser ud til at være en vigtig opgave i stadig at synliggøre for aktører på Bornholm, hvad og hvor meget Maker's Island samarbejdet har skabt. Forhåbentlig kan nærværende slutevaluering bruges i denne sammenhæng. Yderligere oplever flere et behov for at genbesøge de engelsksprogede "nøgleord" i formidlingen af det bornholmske kunsthåndværk. Kan betydningen af World Craft Region og Maker's Island forklares enklere og kan deres sammenhæng gøres tydeligere?

Sikre den lokale videns-udveksling mellem kunsthåndværkerne selv. Flere interviews peger på at man selv som kunsthåndværker måske ikke altid lige ved, hvad der sker eller hvor meget der sker på Bornholm eller for bornholmske kunsthåndværkere i andre dele af verden. Interviews peger på at det trykte program for Bornholm Craft Weeks har været en god informationskilde til lokale kunsthåndværkere. Den interne kommunikation kan være noget, hvis betydning let overses. Imidlertid peger interviews på, at udøvende kunsthåndværkere, der ikke deltager i bestyrelses- eller styregrupperarbejde, har et meget lavere informationsniveau end de sidstnævnte. På sin vis er det naturligt; samtidig tyder interviews dog på, at styregruppen arbejder med ting, som kunsthåndværkere efterspørger, men ikke ved, at styregruppen er i gang med lange, seje træk med at realisere. Det er f.eks. tilfældet med arbejdet med at etablere efter- og videreuddannelse for etablerede kunsthåndværkere.

Igennem interviewene til slutevalueringen er der fremkommet en lang række **forslag om fremadrettede udviklingsmuligheder** i regi af det fortsatte Maker's Island samarbejde. Evaluatorene samler de vigtigste af dem her:

- Afsøgning af muligheder for tværfagligt udviklingsprojekt om betydning af kunsthåndværk/kunst i kommunale velfærdsopgaver – afsøgning i samarbejde med statsligt program.
- Yderligere udbygning af kunsthåndværk i den bornholmske folkeskole/ grundskole/ ungdomsuddannelser, ligesom det stærke kunsthåndværk-økosystem med fordel kan anvendes mere aktivt i lokal udvikling, f.eks. medtænkes som en styrke i lokale udviklingsplaner.
- Videre afsøgning af behovet og mulighederne for at etablere en pottemageruddannelse (der aktuelt ikke findes i Danmark) på Bornholm, for yderligere at styrke 'det første led' i fødekæden.
- Sikre eller udbygge mulighederne for kollektive værkstedsmuligheder for unge kunsthåndværkere i opstartsfasen (a la Møbelfabrikken i Nexø). Artist-in-Residence-mulighederne fremhæves også som noget der ud over at styrke udveksling og faglighed indenfor kunsthåndværket, kan tiltrække kunsthåndværkere til Bornholm. Interviews viser, at flere er flyttet til øen efter et ophold som Artist-in-Residence, men så vidt vides, er det ikke noget, der er undersøgt systematisk.
- Afsøge mulighederne for (på sigt) at udvikle et 'Maker's Island Akademi' - et samarbejde Maker's Island sekretariat, Det Kongelige Akademis designskole på Bornholm, Business Center Bornholm, Campus og Residential College, om uddannelse, iværksætterkurser og kurser i virksomhedsudvikling målrettet kunsthåndværkere, og samarbejder med andre uddannelser for at opnå krydsbestøvning mellem kunsthåndværk og andre fagligheder? Det spørges, om det på længere sigt kunne være en mulig finansieringsmodel for Maker's Island sekretariatsdriften, samtidig med at det ville styrke "fødekæden" ind i øens kunsthåndværkermiljø.
- Der tales om udbyggede samarbejder indenfor kunsthåndværk og turisme. Fx nævnes yderligere udvikling af samarbejder mellem fx fødevarer virksomheder/gourmet restauranter og kunsthåndværkere (a la tidligere initiativ ved Matter og Stammershalle). Der nævnes et ønske om at udvikle eller formidle Maker's Island materiale målrettet til krydstogsgæster, gerne inden de ankommer til øen; og Bornholm Craft Weeks' samlede præsentation af aktiviteter indenfor kunsthåndværk inspirerer til ideer om at lave en lignende præsentation af aktiviteter og oplevelsesmuligheder indenfor lokale fødevarer og kunsthåndværk, sammen, med fokus på hovedsæsonen.
- Sikre mere agil koordinering mellem aktørerne i kunsthåndværk-økosystemet, for at aflaste sekretariatet mest muligt og skabe en endnu tættere sammenbinding af hele økosystemet.
- Arbejde mere strategisk og bevidst med den "interne synlighed" og den "faglige synlighed". Dette kunne f.eks. indeholde at man samler det, der er lavet i forhold til kommerciel synlighed, bruger det til at engagere flere lokale aktører, og samtidig målretter en formidling af det for at sikre politisk synlighed. Dette handler også om at kulturområdet i stadig højere grad forstås som arbejdspladser, virksomheder der skaber BNP, branding-nøgle-elementer, tilflyttere, m.v., der ikke er råd til ikke at investere i, snarere end at det ses som "topping på kagen", en luksus, der må skæres væk i krisetider.
- Afsøge muligheder for at indstifte World Craft Region eller Maker's Island legater: Arbejdslegater (så de bornholmske kunsthåndværkere kan få endnu bedre vilkår for fordybelse og faglig udvikling), og rejse-legater (så de kan hente inspiration og dygtiggøre sig yderligere). Dette foreslås af flere aktører både som et mål i sig selv, og som et signal med stærk brandingværdi om at Bornholm anerkender vigtigheden af at kunsthåndværkerne kan koncentrere sig om deres fag og videreudvikle det.

- Videreudvikle det internationale samarbejde. Flere udtrykker, at "vi kun har set begyndelsen". Der er et stort potentiale for internationale samarbejder, international opmærksomhed og udvikling af internationale samarbejdsprojekter gennem World Craft Region-titlen og med ACABs stærke internationale netværk og repræsentation, og i kraft af Maker's Island sekretariat et og den velfungerende og meget engagerede styregruppe.

I forhold til at **udvikle en strategi for Maker's Island indsatsen i de kommende tre år** nævnes der følgende fokuspunkter i løbet af interviewene:

- At skabe en bæredygtig konstruktion for Maker's Island sekretariats fremadrettede finansiering (efter de indeværende tre år). En konstruktion, hvor der fremadrettet er finansiering til aflønning af sekretariatsmedarbejder(e), da styregruppen ikke ville kunne skabe det, den gør, uden en person til at koordinere og 'tage ting videre'. Dette fremhæves som en kerneydelse. En kerneydelse, der dog ikke kan stå alene, da det kræver yderligere (med-)finansiering at løfte konkrete udviklingsprojekter som videreudvikling og afvikling af Bornholm Craft Weeks, internationale samarbejder, m.v.
- Flere kunsthåndværkere foreslår at der formuleres succes-kriterier for Maker's Island der supplerer det nuværende mål om økonomiske udvikling indenfor sektoren. Ifølge flere interviewede kunsthåndværkere skaber det store fokus på økonomisk udvikling en risiko for at aktiviteter under Maker's Island kan forfladige og udvande kvaliteten af kunsthåndværket. "Hvis kvaliteten er der, skal økonomien nok også komme", siger en ejer af en af øens største kunsthåndværkervirksomheder. Forslag til andre succes-kriterier er fx "faglig udvikling" og "at kunsthåndværkerne har fået mere tid på deres værksteder" (dvs. at kunsthåndværkerne i mindre grad er nødt til at tage andre jobs for at kunne ernære sig, noget der også muliggøres af det koordinerede samarbejde mellem forskellige aktører, der styrker formidlingen af kunsthåndværket, uden at det hviler alene på kunsthåndværkernes skuldrer).
- I forhold til at sikre en politisk opbakning til at Maker's Island indsatsen bliver en fast driftsopgave i BRK anbefales det, at der i løbende tilbagemeldinger til det politiske bagland (så vel som i andre rapporteringer fra Maker's Island indsatsen) også lægges vægt på kunsthåndværket som en række erhverv, der bidrager til værdi- og jobskabelse på øen – både indenfor og udenfor kunsthåndværk-økosystemet selv. Konkret anbefales det, at der igen på et senere tidspunkt udarbejdes **analyser af udviklingen i beskæftigelse og løn/indtjeningsforhold indenfor kunsthåndværk, virksomhedsetableringer og tilflytninger, og tilflytninger til øen relateret til kunsthåndværk**. Da de foreløbige resultater fra estimatet i denne evaluering peger på at kunsthåndværket medfører mange arbejdspladser indenfor turismen, anbefales det, at der på et senere tidspunkt igen udarbejdes et **estimat for kunsthåndværkets betydning for det lokale turisterhverv**. Det kunne også være ønskeligt at udvikle såvel den metodiske tilgang, som data, for at give et endnu mere robust estimat. Internationale samarbejder om netop evaluering og måling af kunsthåndværk-sektorens bidrag til stedsudvikling i bred forstand, synes oplagte i regi af europæiske World Craft Region samarbejder eller i samarbejde med Michelangelo Foundation.

11 Referencer og data

Skriftlige kilder:

Broegaard, R. B & Hedetoft, A. (2022): Maker's Island Bornholm. Midtvejsevaluering 2021. Hasle, Center for Regional- og Turismeforskning. 53 sider. https://crt.dk/wp-content/uploads/Makers-Island-Bornholm-Midtvejsevaluering-2021_.pdf

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. https://crt.dk/media/99185/World-Craft-Region-Title-som-aktiv-for-Bornholms-kunsthandaendvaerk-og-turisme_24102018.pdf

Destination Bornholm (2022): Turismebarmeter 2022, uge 36. Danske og tyske gæster. <https://bornholm.info/erhverv/wp-content/media/sites/3/2022/09/destination-bornholm-turismebarmeter-2022-uge-36.pdf>

Destination Bornholm (2022): Undersøgelse om Craft Weeks. Februar 22. Produceret af InZights for Destination Bornholm. 13. sider.

Engsig, Torsten: Noter fra Evalueringsmøde Bornholm Craft Weeks 2022 (Diskussion i grupper). Møbelfabrikken, Nexø, 17. november 2022. 1 side.

Evaluering af kompetenceprogram for bornholmske kunsthåndværkervirksomheder 2020. Maker's Island, Øernes Kunstfond, Bornholms Regionskommune. 11 sider.

Kommissorium for styregruppe for World Craft Region, Bornholm. Vedtaget af KBU den 28. januar 2019 (og siden revideret i 2021). 3 sider.

Paulsen, D. M. & Engsig, T. 2022: Evalueringsmøde, Bornholm Craft Weeks 2022. Oplæg fra sekretariatsleder Dorthe Møller Paulsen og forretningsudvikler for Destination Bornholm, Torsten Engsig. Møbelfabrikken, Nexø, 17. november 2022. 28 slides.

Hedetoft, Anders: Noter fra Evalueringsmøde Bornholm Craft Weeks 2022. Møbelfabrikken, Nexø, 17. november 2022. 3 sider.

Hedetoft, Anders & Broegaard, Rikke Brandt. 2022: Evaluering af LAG/FLAG Bornholm. Programperioden 2015-2021. Hasle: Center for Regional- og Turismeforskning. 76 sider. <https://crt.dk/wp-content/uploads/Evaluering-LAG-FLAG-Bornholm.pdf>

Koncept-beskrivelse: "Bornholm_Craft_Weeks_05maj". Koncept udviklet i 2021 i samarbejde mellem Maker's Island sekretariatet og Co-Creation (Søren Femmer Jensen) og Allan Funder Kaas. 22 sider.

Maker's Island Bornholm strategi 2020-2022. Opdateret januar 2021. 6 sider. https://www.brk.dk/Erhverv/Documents/Strategi%202020_FINAL_opd.%20januar%202021.pdf#search=World%20Craft%20Region

Paulsen, Dorthe Møller: Noter fra Evalueringsmøde Bornholm Craft Weeks 2022 (Diskussion i grupper). Møbelfabrikken, Nexø, 17. november 2022. 2 sider.

Reglab /Oxford Research (2021): Hvorfor vokser steder? En analyse af, hvad der kendetegner succesfulde regionale og lokale udviklingstiltag. RegLab/Oxford Research, 57 sider. <http://reglab.dk/wordpress/wp-content/uploads/2021/08/fokusanalyse-hvorfor-vokser-steder.pdf>

World Craft Council Europe (2017): WCCE Crafts City Jury Report. Jury-medlemmer: Louise Allen, Hege Henriksen, Clive Fiddis & Susanne Joker Johnsen. 2 pages.

World Craft Council Craft City questionnaire report. Bornholm. December 2019. 34 sider.

Kilder til indsamlet data:

Besvarelser fra spørgeskema til deltagere i Makers Island og ACAB. 76 spørgeskemaer sendt ud, op til 40 besvarelser af spørgsmål om BCW.

Besvarelser på summe-spørgsmål til arrangører af events i Bornholm Craft Weeks 2022 ved evalueringsmøde i Nexø, 17. november 2022. 6 spørgeskema-besvarelser samt 2 skriftlige kommentarer fra andre arrangører.

Gruppeinterview med 'ældre' kunsthåndværkere, 14. december 2022. Fire deltagere. CRT, Hasle. 6 sider noter.

Gruppeinterview med 'yngre' kunsthåndværkere, 15. december 2022. Tre deltagere ud af fire inviterede. Online. 10 sider noter.

Gruppeinterview med 'store kunsthåndværkervirksomheder', 3. januar 2023. To deltagere ud af fire inviterede. Online. 11 sider noter.

Gruppeinterview med styregruppemedlemmer for Maker's Island, (eksklusive sekretær), 18. januar 2023. Syv ud af otte mulige deltagere. Snorrebakken, Rønne. 14 sider noter.

Interview med initiativtager til WCR-ansøgning og ACABs repræsentant i WCC-E, Timmi B. Kromann. Svaneke, 23. januar. 7 sider noter.

Interview med direktør for Destination Bornholm om Bornholms styrkepositioner og Destination Bornholms rolle i udviklingssamarbejder (i forbindelse med evaluering af LAG-Bornholm). Rønne, 5. maj 2022. 6 sider noter.

British Craft Council, Learning & Skills Director, Nicky Dewar. Skriftlig besvarelse af e-mail med fem nøglespørgsmål om forandringen i kunsthåndværkets rolle på Bornholm og i Bornholms position som "kunsthåndværker ø" i europæisk perspektiv. 30. januar 2023.

World Craft Council International (rådgiver), tidligere præsident for WCC-E og jury-medlem ved Bornholms ansøgning om at blive World Craft Region, Louise Allen. Skriftlig besvarelse af e-mail med fem nøglespørgsmål om forandringen i kunsthåndværkets rolle på Bornholm og i Bornholms position som "kunsthåndværker ø" i europæisk perspektiv. 1. februar 2023.

12 Bilag 1: Generel erhvervsindkomst på Bornholm, branchefordelt

	Erhvervsindkomst, løn og nettooverskud af selvstændig virksomhed. Kroner pr. person						
Branche	År			Udvikling 2010 til 2020		Udvikling 2015 til 2020	
Bornholm	2010	2015	2020	Absolut	Relativ	Absolut	Relativ
01 Landbrug, skovbrug og fiskeri	161.549	213.909	419.764	258.215	159,8%	205.855	96,2%
02 Industri, råstofudvinding og forsyningsvirksomhed	300.031	342.593	347.829	47.798	15,9%	5.236	1,5%
03 Bygge og anlæg	245.171	294.734	335.329	90.158	36,8%	40.595	13,8%
04 Handel og transport mv.	226.489	239.356	265.937	39.448	17,4%	26.581	11,1%
05 Information og kommunikation	212.357	218.692	272.767	60.411	28,4%	54.075	24,7%
06 Finansiering og forsikring	442.244	472.921	504.853	62.609	14,2%	31.933	6,8%
07 Ejendomshandel og udlejning	213.941	290.099	325.683	111.742	52,2%	35.584	12,3%
08 Erhvervsservice	289.875	317.461	346.637	56.762	19,6%	29.176	9,2%
09 Offentlig administration, undervisning og sundhed	310.473	328.047	374.130	63.657	20,5%	46.083	14,0%
10 Kultur, fritid og anden service	226.812	229.096	260.322	33.510	14,8%	31.225	13,6%
11 Uoplyst aktivitet	169.505	229.927	245.953	76.448	45,1%	16.026	7,0%
I alt	270.310	292.450	335.059	64.749	24,0%	42.609	14,6%
Antal personer (n)	17.807	16.863	16.979	- 828		+116	

13 Bilag 2: Omsætning i 2021 og forventet omsætning i 2022

28 kunsthåndværkere har oplyst omsætning i 2021 samt skønnet omsætning i 2022.

Begge oplysninger foreligger kun som omsætningskategori (der er eksempelvis 6 kunsthåndværkere der oplyser at have mellem 0 og 49.999 kr. i omsætning i både 2021 og 2022). Med den antagelse at alle virksomheder har en omsætning svarende til middelværdien i gruppen kan den gennemsnitlige omsætning i hhv. 2021 og 2022 beregnes. Med disse antagelser falder den samlede omsætning for de 28 virksomheder fra godt 9,9 mio. kr. i 2021 til godt 9,3 mio. kr. i 2022, svarende til et fald på ca. 5,8%.

Omsætning 2021		Forventet omsætning 2022										
	Middelværdi (2021)	0- 49.999 kr.	50-99.999 kr.	100-199.999 kr	200-349.999 kr	350-499.999 kr	500-999.999 kr	Over 1 mio. kr	Uoplyst		Observationer i 2021	Beregnet omsætning
Middelværdi (2022)		25000	75000	150000	275000	425000	750000	1300000				
0- 49.999 kr.	25000	6	1						2		7	175.000
50-99.999 kr	75000	1	2								3	225.000
100-199.999 kr	150000		1	2	2						5	750.000
200- 349.999 kr	275000			1	2						3	825.000
350-499.999 kr	425000					2					2	850.000
500-999.999 kr	750000					2	4				6	4.500.000
Over 1 mio. kr	1300000							2			2	2.600.000
									sum	sum	28	9.925.000
Observationer i 2022		7	4	3	4	4	4	2	28			
Beregnet middelværdi		175.000	300.000	450.000	1.100.000	1.700.000	3.000.000	2.600.000	9.325.000			