



Klynger under udvikling

I Skive Kommune tager turismeudviklingen udgangspunkt i 7 turisme- og oplevelsesklynger, som er beskrevet i "Skive Kommunes Turisme- og Oplevelsespolitik 2015-2018 - en vækstdrevet klyngopolitik". 4 klynger defineres som potentielle klynger, mens resten er gengangere fra den tidligere turismepolitik og defineres nu som "klynger under udvikling". Arbejdet med potentielle klynger består primært i at afdække potentialet i klyngen og stedets identitet, mens det er tanken, at klynger under udvikling arbejder mere målrettet med samarbejde og videndeling.

Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenters (SETs) rolle er defineret i turismepolitikken, som turismevirksomhedernes samarbejdspartner ift. produktudvikling, pakkeering og markedsføring af nye stedbundne produkter i de af kommunes turisme- og oplevelsesklynger som er "under udvikling". Udviklingsklyngerne er Fur, Spøttrup og Glyngøre. Udgangspunktet her er, at klyngerne har fundet deres egen identitet og derfor er parate til at arbejde videre med nye stedbundne produkter.

I SETs arbejde med oplevelsesklyngerne i 1. halvår 2015 har det vist sig en stor udfordring, at virksomhederne ikke har ressourcer til at arbejde med produktudvikling og samarbejde og i stedet fokuserer på andre emner som fx markedsføring og mindre infrastrukturelle udfordringer. Det er erfaringen, at det manglende arbejde med identitetsafklaring i to af klyngerne har gjort det svært at bringe SETs kompetencer ift. forretnings- og produktudvikling i spil.

Det er en hårdfin balance at understøtte virksomhedernes egne ideer og initiativer, samtidig med at processen styres med fokus på den overordnede strategi, hvor målet er nye stedbundne produkter, der imødekommer efterspørgslen.

For at kunne bringe de rigtige kompetencer i spil ift. det stadie, de tre klynger reelt befinder sig på, ønsker SET ressourcer til at sætte yderligere fokus på klyngeudviklingen i de tre "klynger under udvikling". Det er målet at styrke værdikæden i oplevelsesklyngerne og at udvikle fælles stedbundne produkter, som matcher turisternes efterspørgsel. Effekten vil på sigt være en øget omsætning hos turisterhvervet og flere lokale jobs. Målet med indsatsen er at øge den samlede turismeomsætning med 2 % og tilsvarende øge antallet af turismerelaterede jobs med 2 % over en 2-årig periode.