

BRÄNDÖ TANKESMEDJA

Tankar och förslag för näringslivsutveckling i kommunen

**Sammanställt av
Jan-Åke Törnroos, ordf.**

Medlemmar:

**Emelie Bergendahl
Anna-Lena Eriksson
Karl-Johan Henriksson
Matti Purasjoki
Risto Kalske
John Wrede, sekr**



Brändö i augusti 2011

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Om uppdraget	s. 3
En analys av nuläget i kommunen	s. 4
Styrkor	s. 7
Svagheter	s. 10
Möjligheter	s. 14
Hot	s. 15
Kommunens roll och näringslivets utveckling	s. 18
Företagande och näringsliv	s. 19
Marknad och marknadsföring	s.19
Näringsutveckling och nya affärskoncept	s. 20
ENERGI AB	s. 21
MARINA AB	s. 23
VÄXTHUS AB	s. 24
TURISM AB	s. 25
FISK AB	s. 26
Närmare presentation av två affärsmodeller och alternativ	s. 27
Några avslutande reflektioner	s. 30
Källor och relevant litteratur	s. 32

Om uppdraget

Tankesmedjan har som uppgift att till kommunen och företagarna i Brändö föra fram olika synpunkter och tankar för näringslivets utveckling. Tankesmedjan är inte ett verkställande organ utan rapporten görs på beställning av kommunen. Gruppen har hållit många lördagsmöten och utvecklat frågorna gemensamt sedan starten i september 2009. Ett gemensamt näringslivsseminarium under hösten 2010 hölls och planerades i Smedjans regi med över 30 deltagare där näringsfrågorna ventilerades gemensamt¹. Den här rapporten ska föra fram tankarna och hoppeligen utgöra en springbräda för vidare utveckling, initiativ och investeringar i Brändö.

Tankesmedjan har koncentrerat sina ansträngningar på att bygga upp konkreta och gångbara affärsidéer för företagare i kommunen. Det här kan också gälla nya företagare som ser Brändö som ett intressant alternativ för nyföretagande. Det här förs fram som den centrala målsättningen i rapporten. En hel del frågor har utvecklats eller framskridit under arbetets gång och rapporten ska i görligaste mån beakta nuläget (sommaren 2011).

En lättillgänglig, konkret och genomförbar grund för en positiv näringsutveckling kan förhoppningsvis fås till stånd. Vilka centrala tankar man kunde följa för att få igång en positiv befolknings- och näringsutveckling baserat på kommunens strategi är en central fråga. Utmaningarna är mycket stora och den kritiska massan för att utveckla kommunens näringsliv är i dagsläget rätt svag. Många pågående och angelägna projekt är också för närvarande i startfasen eller håller på att förverkligas. Viktiga frågor i sammanhanget gäller planeringen av mark för bostads- och näringsverksamhet nära Brändö by och den redan fungerande men ännu delvis oavslutade bredbandsanslutningen. Båda de här initiativen visar på vilken sikt man arbetar med gällande grundfrågor av den här typen.

Rapportens disposition är följande:

Inledningsvis ventileras problemen utgående från kommunens strategi och vision för en utveckling och inflyttning med beaktande av de problem som finns idag. Det finns till viss del en stämning av handlingsförlamning och initiativlöshet som framkom genom iakttagelser bland smedjans medlemmar. En aktivering skulle därför behövas på många håll.

En konkretisering av vårt uppdrag tar upp följande punkter:

1. Att göra en nulägesanalys av kommunens näringsliv speciellt med hänsyn till dess förutsättningar idag. Det här utgör grunden för rapporten.
2. Att beakta och utveckla kommunens roll i arbetet med näringslivets förutsättningar och att göra Brändö mera känt dvs. utveckla Brändö som "brand"² bland turister, företagare och potentiella inflyttare speciellt.

¹ Se: <http://www.alandstidningen.ax/article.con?iPage=7&id=24539> och tidningen den 15.11.2010 för att ta del av hela artikeln.

² Begreppet "brand" används som ett begrepp som ger en förställning om ett objekt medan begreppet "varumärke" är en mera juridisk term som inte fångar det som vi eftersträvar här.

Marknadsföringen bör också beakta de luckor som de följande punkterna upptar.

3. Planeringen inom kommunen och tillgången på mark för bosättning och inflyttning samt näringsverksamhet och infrastruktur för denna verksamhet.
4. Utveckling och användning av bredbandsinfrastruktur som en nödvändig förutsättning och hur den kunde användas i framtiden gällande affärsverksamhet, distansarbete, marknadsföring och som en kommunikations- och informationskanal för företagare och befolkningen i övrigt.
5. En lansering av företagsverksamheten genom a) en utveckling av nya affärsidéer och b) en revitalisering och nytänkande gällande nuvarande tjänstekoncept och produktiva satsningar/företag. Här ingår också en utveckling av 2 mer konkreta affärsplaner för företagare/konsortier med relevanta affärsidéer som grund.
6. Att skapa ett samarbete på lokalplan mellan olika aktörer och med utomstående expertis/företag för en framgångsrik utveckling. Skapandet av vi-anda, samarbete och en gemensam syn på utveckling utgör en annan central fråga.

Smedjan kommer att i rapporten främst beakta punkterna 4-6 medan de första tre punkterna utgör grundförutsättningar på sikt för att utveckla näringsaktiviteter i en gynnsam riktning.

En analys av nuläget i kommunen

Stadssamhällena växer ytterligare både i relation till fasta Åland och speciellt Mariehamn och delvis Sverige och Stockholmsregionen. Vi kan vidkänna samma trend i den Åboländska skärgården som fortsatt har tappat befolkning till Pargas, Åbo och inte minst till Helsingforsregionen. Centrum-periferiproblematiken har fortsatt ett stadigt grepp om samhällsutvecklingen. Distansarbetet är ännu inte särskilt utbrett och nya det är inte lätt att få nya företagare intresserade av att etablera sig i kommunen (men undantag finns!). Företagarna som verkar inom kommunerna ser i många fall inte heller alltid ljust på framtiden. De unga människor som studerar utanför kommunen flyttar ut i många fall, speciellt de Ålänningar som studerar i Sverige.

Kommunens strategi och vision har framlagts i slutet av år 2010 och har följande konkreta utformning:

Huvudmålsättning:

Befolkningsminskningen "stoppas" definitivt under planperioden dvs. Brändöborna blir aldrig färre än 482 (oktober 2010, 482 invånare) personer. Siffran är justerad neråt från 2010 års vision om 490 personer. Under perioden 2011 – 2023 förändras även befolkningsstrukturen så att pyramiden mot slutet av perioden motsvarar en normalfördelning (idag oproportionellt många personer i kategorin + 65 år). År 2014 har trenden vänt, invånarantalet är minst 530 och ökar årligen med minst 10 personer (tre-fyra hushåll) och år 2023 är antalet Brändöbor minst

620 personer. Antalet elever per klass/årgång i kommunens skolor är minst 7 med en ambition på 10 elever. Många Brändöbor är fortfarande engagerade i traditionella näringar d.v.s. sjöfart och anpassad fiskodling men också nya näringar som bl.a. bygger på distansarbete samt även traditionellt fiske, EU-anpassad grönsaksodling och serviceyrken bl.a. inom turismnäringen. Brändö är fortfarande relativt glesbefolkat och invånarna har tillgång till stora fria ytor något som skiljer kommunen till fördel från ex. skärgårdskommunerna på andra sidan Skiftet.

Medel:

Kommunens roll i nämnda huvudmålsättning vad gäller befolkningsutvecklingen är ytterst central och koncentreras, för ökad inflyttning och trevnad för nuvarande invånare, framförallt på att arbeta med att:

- det finns attraktiva (strandnära/söderlägen) markområden/tomter till salu/för långtidsarrende samt bostäder i radhus att hyra. Helst planerade områden med kommunal teknik m.m. Områden tillhanda för i första hand privatpersoner/familjer men även företagare. Markplaneringen sker i regel i samarbete med privata markägare.
- fibernätet (distributionsnätet som ägs av BKF-fiber) byggs ut anefter behov och när så behövs kompletteras med moderna kommunikationslösningar (trådlöst) i första hand för den bofasta befolkningen men även för fritidsbosatta och turister.
- servicen (kommunal/landskaps/privat) inom framförallt undervisning, dagvård, åldringsvård, ungdomsverksamhet, hälsovård och fysiska kommunikationer (=fungerande färjtrafik - minst dagens nivå) hålls på en minst lika hög nivå som omgivande regioners.

Där kommunen själv inte är huvudman agerar kommunen aktiv intressebevakare om möjligt i samarbete i första hand med de andra skärgårdskommunerna.

- stöda och uppmuntra invånarnas och företagarnas satsningar i kommunen. I första hand mentalt/personellt men även ekonomiskt när möjlighet finns.
- i sin egen verksamhet och överhuvudtaget all mänsklig verksamhet inom kommunen uppmuntra till att det ageras utgående från devisen "Hållbar utveckling" ex. i samarbete med Agenda-21.

Kommunen bör lokalt samarbeta intimt med närings- och föreningslivet inom Brändö kommun samt regionalt med grannkommunerna (även på östra sidan om Skiftet) och landskapet.

Kommunen bör satsa på och uppmuntra till byarnas fortbestånd/utveckling med attraktivt boende (se ovan). Kommunen bör också uppmuntra till aktivt föreningsliv så. att föreningarna kan hålla verksamheten igång med hjälp av fungerande interna förbindelser (såväl färjor som kollektivtrafik) samt tillgång till lokaler m.m.

SIST MEN INTE MINST

Kommunens hela organisation, såväl förtroendevalda som anställda, bör genomsyras av visionen och detta bör märkas i dagliga handlingar och kontakter med framförallt invånarna i kommunen. I all verkställighet och planering m.m. bör visionens huvudmålsättning dvs. en ökning av befolkningen vägas in.

Kommunfullmäktige i Brändö kommun den 16.12 2010

Den välkända SWOT-analysen utgår från fyrfältet **Styrkor**, **Svagheter**, **Möjligheter** och **Hotbilder**. Smedjan gick igenom punkterna och gjorde följande iakttagelser gällande Brändö och dess utveckling. Fyrfältet kompletterades och jämfördes med en analys som gjordes under ett möte inom Skärgårdsdelegationen på Föglö år 2008. Man kan säga att analysen långt utgör en språngbräda för potentiella möjligheter för att utveckla näringsaktiviteter i kommunen och peka på svagheter och styrkor på samma gång. Ett problem med modellen är att svagheter och exv. möjligheter kan överlappa varandra.

Styrkor

- Lokaliseringsfördel m h t finska fastlandet
- Kvalitet, unikheter, renhet, litenhet
- Ett oexploaterat område för olika verksamheter
- Ny kommunal infrastruktur (Skolan, åldringsvården, barndagvården, reningsverket, Hallen, inköpt mark för nybyggnation)
- Skärgårdsnaturen, tystnaden
- Tryggheten

Svagheter

- Hög mental distans till fastlandet och Mariehamn
- Okänt som boplatser och ort för boende och näringsverksamhet
- Tillräckligt med planerad mark saknas idag för nybyggnation
- Brändö är idag en genomfartsled för korta besök
- Samarbetet mellan näringsidkare
- Unika och svårt tillgängliga rättigheter till markinnehav
- Nya och kvalitativa serviceformer saknas
- Vi-andan och eldsjälarna för hela kommunen och historiska barlastar
- Befolkningsstrukturen
- Delvis sliten infrastruktur

Möjligheter

- Bättre och synligare marknadsföring ger möjligheter!
- Utveckla 'Välmående-sektorn' och välmående-tjänster
- Tillräcklig tillgång till mark för planeringsändamål (se också "svagheter")
- 'Ramsholm-boende' konceptets utveckling och marknadsföring
- Möjlig lansering av konkreta affärsidéer (se senare i rapporten)
- Deltidsboende och distansarbete: dess paketering och marknadsföring
- Utveckling av nuvarande anläggningar och kringtjänster utgående från lokala förutsättningar
- Affärs- och familjefiske utvecklas på ett organiserat sätt
- Öka förädlingsgraden inom fiskerinäringen och utveckla andra s.k. lokala närmatkoncept
- "Nypaketering" av olika turism-produkter och tjänster i samverkan med samtliga aktörer
- Utnyttja och omsätta olika fastigheter och hemman i Brändö för nyinflyttade och deltidboende för att vitalisera byarna
- Utveckla samarbetet mellan turism-producenter och företagare inom hela kommunen
- Unika evenemang & platser kunde utnyttjas mera
- Nya grupper för olika aktiviteter kan nås. (exv. småföretag, geologer, fågelskådare, Akademiker, olika föreningar, skolor m.fl.)
- Kombinera och paketera unika evenemang & platser inom turistnäringen

Hotbilder

- Minskad förståelse av skärgårdens specifika problem i Landskapet (Lr i Mariehamn)
- Ålders- och befolkningsstrukturen
- Kommunikationerna
- Brändö förblir okänt även i framtiden
- Potentialen för utveckling och kapaciteten till förnyelse, variation kringskärs ytterligare
- Entreprenörskapsandan tynar bort ytterligare
- Fortsatt utflyttning och snävtare befolkningsstruktur
- Tillgången på mark för produktiva och bostadsändamål kringskärs ytterligare
- Brist på kunnig arbetskraft och arbetsplatser

Tabell 1. En skissering av nuläget i Brändö genom den s.k. SWOT-modellen

I det följande går de här punkterna kort igenom med kommentarer. En analys av det här slaget är inte på något sätt uttömmande men anger tonen för hur man kan se på utveckling och hur framförhållningen kan utvecklas m h t kommunens näringsstrategi.

STYRKOR

- Lokaliseringsfördelar - närheten till fastlandet

Den här lokaliseringsfördelen har Brändö gentemot det finska fastlandet och Åbo- och Nystadsregionerna framför allt jämfört med många andra skärgårdsregioner. Fördelen ska kunna utnyttjas och inverka positivt på både inflyttning och näringsutveckling. Det finns många vänner av skärgården på fastlandet och det är dessa Brändö helst ska nå. Personerna ifråga bör kunna ta språk- och sedvänjorna till sig för att utveckla lokalsamhället. Man har ändå i riket ofta en föreställning om att det är nästan omöjligt att kunna bosätta sig i Landskapet pga. hembygdsrätten och andra regelverk. Man har, dessvärre, i många fall inte ens tagit reda på möjligheterna som finns. Det gäller för Brändö att kunna delge rätt information om möjligheterna men samtidigt måste man komma ihåg att i så fall också ska kunna infria de löften som man ger till potentiella inflyttare. Hanteringen av nya människor är en viktig del i den här processen.

- Miljön – naturen

Det här utgör en klar styrka för Brändö också i jämförelse med andra skärgårdskommuner. Norra och inre Brändö är innerskärgårdar medan de södra byarna ligger längre ut mot havet med större fjärdar. De olika öarna ger unika upplevelser som dessvärre inte ännu är väldokumenterade och tillgängliga för exv. turister och andra intresserade.

- 'Jungfruligt', ostört och unikt område

Det här är till stora delar en klar sanning och kopplar till det föregående. I Brändö finns fina orörda områden som saknar motstycke. Här kan upplevelseturismen, s.k. välmående-tjänster och nya boendeformer ha unika fördelar att ge – ifall de kan förverkligas. Här finns också platser som definitivt kräver uppsnygning och genomgående revitalisering!

Rent, tyst, men nära är en devis som man fört fram gällande Brändö som bostadsort. Närheten till fastlandet och kontakten till naturen och stillheten och de fyra årstidernas växlingar ger ett unikt mervärde för den som kan upptäcka och uppskatta det här. Hur tillgänglig görs det här för potentiella inflyttare och grupper av människor? Pendlingsavståndet till Åbo är en klar fördel plus möjligheten till bredbandsanslutning. Här borde man få fram detta genom publicitet i dagstidningar och inrednings- och livsstilsorienterade publikationer.

- Unika färdvägar i skärgård

Brändö har flere farleder som genomkorsar kommunen från både öst som väst – söder och norr för småbåtsfolket och färdstråk finns i mängder för exv. långfärdsbåtar eller skridskoåkning på långfärd under vintern. Här kunde man bygga ut nya färdvägar med utsiktsplatser och holmbesök mm.

Kvalitet som Brändö har är en mångsidig fråga (här ser vi på det i form av livskvalitet). Några ord för att få fram kvalitetsdimensioner i fråga om Brändö är följande: den unika naturen, årstidens växlingar, våren, sommaren och hösten

speciellt. Brändös unika färdvägar och hur de kan upplevas kunde utvecklas under en längre tid än vad som nu är fallet.

- Fibernätet, hemsidan på WWW

Kommunens digitala nät (BKF) är utbyggd och fungerar med mindre "barnsjukdomar" och finns i alla hushåll som abonnerat på fibernätskontakt³. Det här blir en livsnödvändighet och ska kunna utnyttjas av distansarbetare, företagare och kommunen och alla individer som vill utnyttja exv. sociala medier och skapa "fjärrnärvaro" med andra, speciellt så kallade "in-grupper" i förskingringen. Sociala medier fungerar som kontaktskapande – men gör de det på sikt? Alla företagare bör få synlighet genom hemsidor på nätet och de bör också naturligt finnas med i kommunens nya hemsida. Också byarna ska kunna bygga upp egen synlighet på webben och i form av sociala medier. Så har redan skett i viss mån, se exv.

<http://213.204.44.2/asterholma/index2.html?lang=1&cat=100&subcat=1000>
<http://www.lappo.net/> <http://www.jurmo.ax/>.

Hur fibernätet konkret kan gagna och utveckla kommunen är en fråga som behöver ventileras och utvecklas skilt. För vem och hur det här låter sig göras är idag en viktig angelägenhet, dvs. hur gör man kommunen känd och tillgänglig för de grupper som man önskar nå? Marknadsföringen av kommunen är delvis med via en koppling till den nya hemsidan och har bearbetats under 2010. En hel del kunde göras för att skapa mera synlighet i media för att göra kommunen känd. (Se mera nedan i avsnittet om svagheter i analysen och kapitlet om marknadsföring). Publicitet i media är ett sätt att hitta Brändö på nätet bland de potentiella intressenterna.

- Litenhet och närhet till service

'Litenhetens litenhet' är både en styrka och en svaghet i kommunen. De som bott och verkat i området en tid känner alla och alla känner en. Nya personer borde kunna flytta in och mera möjligheter för att göra inflyttningen praktiskt möjlig bör utvecklas. (Tomtmark för nybyggnation, Fastighetsbolag med aktier och hyreslägenheter med inlösningsrätt i framtiden). Den nämnda sociala dimensionen ska inte heller glömmas bort och nya inflyttare ska känna sig välkomna. Närheten till kommunal service är en fördel för de flesta - ifall kommunikationerna fungerar mellan byarna. Hur det så kallade sociala kapitalet byggs upp och hanteras är mycket viktigt.

- Nya hallen, skolan, barndagvården, biblioteket, åldringsvården och sjukvården

Dessa är relativt välbyggda i Brändö i jämförelse med många andra skärgårdskommuner. Sjukvården upplevs som ett visst orosmoment för den äldre befolkningen speciellt. Hur infrastrukturen kan utvecklas är en viktig fråga. Den privata servicen kräver mera möjligheter och utveckling speciellt under höst-vår och lågsäsong.

³ <http://www.bkfiber.ax/>

Fritidsaktiviteterna är viktiga för människor idag men är de tillräckliga? Hallen ger ett lyft för aktiviteter under vinterhalvåret speciellt, men med litet befolkningsunderlag som är spritt skapar svårigheter för utnyttjandegraden och aktiviteter för intresserade från andra håll.

I följande ruta har vi konkretiserat några av styrkorna och positiva förhållandena och utvecklingspotentialen på ett allmänt plan.

- *Lokaliseringen m h t fastlandet*
- *"Small is beautiful"- dvs. smått är vackert*
- *Naturen, rent, tyst, unikt – måste upplevas*
- *Närhet, trygghet, grundtjänster och kringtjänster*
- *Människa, hav och natur i samspel*
- *Lång livstid*
- *Långsammare livsrytm "slow" ger möjligheter till ett mindre stressat liv*
- *Potentiell utveckling av bya-anda*
- *Unika platser och färdvägar och en stark kontrast mot stadssamhället*
- *Traditioner som ännu existerar*

SVAGHETER

- Det finns en psykisk (mental) och fysisk distans hos många på finska fastlandet (och lokalt) som skapar problem för potentiell inflyttning.

På det finska fastlandet känns Åland och dess skärgårdsområden avlägsna och bilden av öriket, speciellt hos majoritetsbefolkningen, är inte alltid positiv. De här frågorna kopplas dels till Ålands särställning i juridisk mening. Den andra förhindrande faktorn kan vara synen på Åland som en enklav som är omöjlig att etablera sig inom som företagare eller fast bosatt pga. det regelverk som existerar gällande näringsrätt, hembygdsrätt och språkliga färdigheter hos fastlandsbefolkningen. Det finns därför både mentala, juridiska och kulturella barriärer att överbrygga för att få igång en positiv möjlighet till inflyttning från fastlandet. Den här distansen kräver mycket arbete både på fastlandshåll som inom Lr i Mariehamn. Brändö hamnar därför att bekämpa flere fronter samtidigt. Det här kräver god relationshantering och att använda goda förebilder av exv. nöjda inflyttare. Dagens ekonomiska läge försvårar olika satsningar från centralt håll i kommunerna i skärgården. En annan viktig fråga gäller personer som flyttat till Sverige och tänker på återflyttning och de unga vuxna som ser sig om efter en boplatz och en framtid.

- "Brändö som brand" är inte alls ännu utvecklad

Relaterat till det som skrivits ovan kan man säga att det inte finns klara föreställningar dvs. något "brand" gällande kommunen Brändö på Åland i Finland, på fasta Åland eller i Sverige. Det finns mycket att göra med att bygga upp en slogan för kommunen, hemsidor som uppgraderas kontinuerligt,

synlighet i media, evenemang av typen "stads- och mässbesök" m.m., m.m. En del goda verksamheter finns redan och har delvis gett resultat som kan vara goda förebilder. Det gäller till exempel de besök man gjort på mässor och i Åbo tillsammans med Kumlinge kommun.

- Tillgång till mark för bostäder och planering för tillbyggnader

Avsaknaden av tomtmark, fastigheter som kan köpas eller uthyras samt bristen på bostäder av god kvalitet är en svaghet som f.n. bör noteras. Det är en grundförutsättning för en positiv utveckling gällande befolkningen och näringslivet. Eftersom verksamheten nu är i gång ska vi hoppas att markplaneringen i det nyköpta markområdet i Brändö kunde föras snarast i hamn. Tidtabellen är att området är planerat år 2012. Det här är en viktig grundförutsättning som kommunen lyckats med och Brändö ligger därför steget före många andra skärgårdskommuner. Privata initiativ gällande investeringar i bostäder ska också på alla vis uppmuntras.

- Möjligheternas struktur kunde utvecklas m h t näringsaktiviteter

Med det här avses att förbättra planeringen för affärsaktiviteter (kontor för nyföretagare, industrierhallar el. dyl. på planerat område [eller utnyttjande av faciliteter som nu står outnyttjade], stödsystem och nätverk för nyföretagare osv.). Detsamma gäller användningen av bredbandet och hemsidans och sociala mediernas existens. En del åtgärder som bäst men är i ett förberedande skede. Affärsidéerna kunde läggas fram tydligare på den nya hemsidan med informationsruta till potentiella företagare (se vidare senare i rapporten).

- Brändö är en genomfartsled – folk stannar inte för övernattnig och längre vistelser i högre grad

Det här är säkert en sanning som kräver åtgärder. Man kan direkt påverka det här genom bättre information om övernattningsmöjligheter och evenemang för turister och besökare. Planerade dagsprogram i hela Brändö och utvecklande av nya aktiviteter och framtona alla evenemang som går av stapeln genom effektivare information och marknadsföring borde tas fram på ett mera synligt och klart sätt. Det skulle gälla att utveckla och paketera "produkterna" på Brändö bland turistföretagarna och skapa mera konkret samarbete. Gemensamma broschyrer är knappast tillräckligt för att få fram de möjligheter som finns. Hemsidan kunde återigen användas på ett effektivare sätt. Här har man t.ex. i Jurmo gjort vissa insatser (Djurmo turism) men frågan tarvar mera aktivitet bland de som påverkas. Det här leder direkt till följande punkt.

- Samarbetet mellan näringsaktörer är inte utvecklad (speciellt gällande kompletterande aktiviteter)

Smedjan anser att det finns ett uttalat behov av samarbete mellan företagarna inom olika branscher i Brändö. Företagarna träffas sällan, förutom då det finns släkt och/eller vänskapsband. Ramsholm i Baggholma är ju en form av samarbete av det här slaget som har lyckats rätt väl. Företagare (från olika byar – familjer) kan ses när kommunen ett par gånger i året arrangerar någon form av

tillställningar och möten som rör företagsamhet men sedan går företagarna igen sina egna vägar. Givetvis byts åsikter och olika möjligheter men något samarbete där de beslutar sig för att nå ett gemensamt mål existerar knappast ännu. Den s.k. tredje sektorns representanter som ex. Folkhälsan och Röda korset kan ibland arrangera gemensamma jippon o.s.v. Det kan också finnas belägg för att kvinnorna har lägre tröskel för samarbete och är inte så låsta i bya- och släkttänkande. Konkret och bra samarbete kan plockas fram som exempel för företagarna från olika byar och olika familjer i kommunen. Smedjans näringslivsmöte som gick av stapeln 2010 kunde arrangeras årligen.

- Vi-andan för HELA kommunen, historiska barlastar och framtidens utmaningar

Den här frågan är en central och problematisk fråga för hela Brändö. Det är ett verkligt dilemma med uppdelningen av vad man kunde kalla för "Laget Nord" vs. "Laget Syd". Litenheten kommer här fram som en gordisk knut som kan vara svår att lösa. Kommunens representanter i Lagtinget och i Lr. borde samarbeta närmare både i lagtinget och i kommunen. Detsamma nämndes redan angående företagarna. Samverkan med andra skärgårdsaktörer är också viktigt.

Det här förekommer redan exv. inom organisationen Företagsam skärgård (<http://www.skargarden.ax/index.html>) eller inom "Tians medvind" (<http://www.skargarden.ax/tiansmedv.html>). En gemensam vision för kommunen kan inte fås till stånd med den oenighet som nu råder. Man måste agera starkt för att bearbeta de frågor som orsakat den rådande situationen både gällande historiska barlastar som dagens problematik. Hur ska vi agera för att kunna skapa en Brändö-anda som skulle behövas? Det gäller att lyfta katten på bordet och sedan diskutera sig fram till en ärlig samarbetsanda. Ett konkret förslag från smedjan är att berörda parter ska sammankallas till ett möte (på både Fullmäktige och Kommunstyrelse nivå) där behovet av en ärlig gemensam anda diskuteras.

Frågan är av känslig natur och måste hanteras med varsam men s.a.s. synlig hand. Det finns hos många en känsla av hopplöshet när det här kommer på tal. Man kan lätt komma fram till att det här inte i det långa loppet gynnar kommunen. Det sägs att de yngre (unga vuxna) inte är lika låsta men ibland kan man också tvivla på det här. Projektet med evenemanget "Island in the Sun" (<http://www.islandinthesun.nu/>) i Jurmo de senaste åren är en hoppingivande aktivitet där flere av de yngre från byarna är involverade.

Starka och livskraftiga byar är ju också en tillgång vilket inte heller ska glömmas bort och ingår som en central ingrediens i kommunens strategi. Hur denna strategi utformas mera konkret borde kommunen bearbeta.

- Lokala, närproducerade livsmedel och produkter saknas till stor del

Det finns en aldrig förut skådat intresse för mat, matlagning och livsmedel i de västerländska samhällena. Närproducerat är ett honnörsord liksom ren och miljövänligt producerad mat. En av de bästa krogarna i Köpenhamn med två Michelinstjärnor använder sig enbart av lokala nordiska och närproducerade livsmedel (<http://www.noma.dk/main.php?lang=dk>). Det finns därför en god grogrund för närproducerat och kvalitativt högklassiska produkter från

skärgården. Ju mer kända restauranger som anlitar lokala producenter dess bättre rykte får man. Men vem vill mera satsa på jordbruk, djurskötsel, mjölkproduktion och förädling eller växthusodling? En uppbackare av typ Mikael Björklund lagande Brändöproducerade livsmedel kunde vara en intressant idé att utveckla. Den tidigare näringslivsaktören på Åland T. Pohjakallio har öppnat en livsmedelsbutik (FINSKA) i Åbo med direkt kontakt med närproducenterna runt Åbo och Västaboland för att bryta delvis de två dominerande kedjornas dominans och specialisera sig på den här typen av produkter. En marknad finns (eller är under uppbyggnad) men den måste skapas genom aktiva kontakter med marknaden (potentiella kunder) och genom att bygga upp affärsverksamheten. Det här är en nisch på kommande där Brändö har naturliga förutsättningar (se också nedan kring affärsidéerna).

- Högre förädlingsgrad inom fiskerinäringen

En klassisk gren i skärgården är fiske och fiskförädling som kunde komplettera och bredda den massiva odlingen av regnbåge och sik. Man satsar just nu i riket på att utveckla den inhemska fiskerinäringen när endast ca 30 % av hela branschens avsättning består av inhemsk fisk (och endast ca 7 % av vild fisk) medan importen har ökat väldigt kraftigt under de senaste 20 åren. Odlingen av blåmussla kunde utvecklas dito vid odlingar i Brändö, liksom redan sker i mindre skala i Kumlinge. Miljöfrågorna har en viktig roll att spela inom näringen. Kopplingen till nuvarande transportinfrastruktur och arbetstillfällen är en annan viktig fråga att begrunda. (Se närmare nedan om Fisk Ab.)

- Sliten infrastruktur

I vissa delar av kommunen borde vägarna få en genomgående sanering. Marinan i Lappo borde uppgraderas och saneras och byggas med mera service. Detsamma gäller Gullvivan och även andra turistanläggningar i kommunen. En kvalitativ höjning av standard och tjänster krävs av de flesta av dagens konsumenter.

Kommunen har en viktig uppgift i att försöka framhäva sina intressen gentemot Landskapsregeringen gällande tillräckliga medel för att trafiklederna hålls i skick och att transporterna fungerar. Speciellt gäller det att få en trygg färjtrafik med tillräcklig kapacitet (tonnage m.m.) och en garanterad "lägsta" nivå.

Man bör aktualisera möjligheten att bygga ihop Lappo med kommunens övriga vägnät. Jurmo och Åva planeras ju redan (det finns medel för planering i årets budget i Lr) och dragningen är relativt klar.

Ännu har kommunen inte hört att något konkret har hänt. Givetvis måste också vägen till Fiskö ytbeläggas så att den inte fortsätter att vara mer eller mindre repellerande för cyklisterna m.m.

Färjan till Houtskär Näsby är en viktig länk för att knyta ihop direkt med skärgårdens ringväg (som hoppeligen snart blir farbar året runt). Det finns hopp om att rutten kommer att bearbetas genom att projektet Arkipedalo har lanserats i samråd med Västaboland och andra skärgårdskommuner på fastlandet plus ett antal turistaktörer. På sikt, i en antagligen avlägsen framtid, borde också "Ströömin" (Kivimaa strömmen) i Gustavs få en bro. Det finns ju också vissa idéer om att flytta Alfågelns ändhamn i kommunen väster om Björkö. En fråga som också har aktualiserats är att MS Viggen kunde åka från Parattula och ta i hamn i Djurholm i Brändö i stället för i Åva? Då slipper man den lilla

färjan över Ströömin och kommer längre in i Brändö. (Djurholm eller näraliggande område borde byggas då ut ordentligt för att inrymma tillräckliga parkerings- och lastningsområden).

Kommunens ekonomi har varit stabil de senaste åren och visat på överskott. Så behöver det inte vara inom den nära framtiden. Kommunen anser ändå att markaffärerna och bredbandet ses först över och sedan kanske delta som part i EU-Leader o.a. projekt och bygga behövliga hallar/kontor för potentiella företagare. Det här är en förutsättning för att locka nya företagare utifrån (och även inifrån) kommunen för att uppstarta nya näringsverksamheter.

En ruta med svagheter är följande:

- *Den mentala distansen till Brändö och interna problem i kommunen*
- *Fiskerinäringens ensidiga produktion och marknadsföring*
- *Samarbetet mellan näringslivsaktörer är svagt*
- *Brändö enbart en genomfartsled för många besökare*
- *En del av infrastrukturen är i behov av investeringar*
- *Outnyttjad potential för närproducerad mat för marknaden*
- *Kritiska massan för näringsverksamhet och investeringar*

MÖJLIGHETER

Marknadsföring är en aktivitet som skapar och ger möjligheter för att framhäva och synliggöra Brändö! Det finns ingen uttänkt strategi för marknadsföringen av hela Kommunen och dess kvaliteter och möjligheter i dagsläget. Frågan har varit på tal men inte kommit loss på allvar. Kommunen kan marknadsföra sig själv som vilken annan organisation som helst. Det är platsen som ska marknadsföras⁴. Dagens marknadsföring ska skapa relationer och nätverk som kan gynna flere parter. Det behövs också marknadsföring inom kommunen (se också ovan sektionen om Brändö som brand).

○ Välmående-sektorn

Välmåendetjänsterna i vårt samhälle ökar hela tiden. Badhotell, skidcentra, gym, olika typer välmående-kurser mm. är ett uttryck av den här trenden. Andra former är olika Retreat-centra för stressade stadsbor (som väl kunde komma till sin rätt i skärgården). Pellas gästhem i Lappo och dess kurser i målning, yoga m.m. är exempel på det här och kunde definitivt utvecklas vidare och/eller som delar i större paket för turister och olika organisationer. Det här skulle förlänga säsongen om man kan få paketeringen att fungera. Utnyttjandet av natur, hav och tjänster/eventemang till hela händelse- och upplevelsekedjor och kanske i samråd med flere aktörer kunde definitivt utvecklas. Möjligheterna kompletteras genom de affärsidéer som tas fram senare i rapporten.

○ Utveckling av nuvarande anläggningar och kringtjänster

Gullvivan och Lappo gästhamn.

⁴ En bok om tematiken är exv. "Plats som produkt" av R. Ek & J. Hultman (red.) Studentlitteratur, Lund.

De är kommunens största och viktigaste anläggningar inom respektive segment (Hotell och småbåtshamn med restaurang och kringtjänster). Anläggningarna går båda idag på mindre än 50 % av sin maximala potential. De borde vara centra för respektive segment och fundera på att utöka på säsongen och erbjuda olika alternativ för att kunna stå på flere ben. Gullvivan kunde stå för logi och konferens och Lappo för båtlivet d.v.s. gästhamnen och Restaurangen, Skärgårdsmuséet och det nya Caféet plus Pellas gästhem. De större anläggningarna borde inte bara vara nav utan även bära ett visst ansvar för att samarbetet fungerar med alla mindre aktörer inom respektive segment. Nu leds respektive verksamhet utan något större intresse av att agera mentorer, inspiratörer m.m. för de andra/mindre aktörerna inom turismen.

Både Gullvivan och Lappo gästhamn kräver nästan akut nyinvesteringar av sina serviceanläggningar. Ofta besöks de av endags- eller halvdagsbesökare under en kort säsong under sommaren. Behovet av kunnig och engagerad arbetskraft är en viktig fråga. Exv. höst- och vårsäsongerna är båda mest i dvala, vilket kunde åtgärdas med lämpliga paketeringar för kurser, skolor, mindre seminarier och symposier, mm. till väldefinierade målgrupper. (Se mera motiv ovan gällande svagheten med samarbete och nedan mera gällande TURISM Ab).

Brändö Lax (BL) och deras ägare.

BL sysslar idag enbart med bulkproduktion av odlad fisk och verkar fast övertygade om att det är det enda som lönar sig. En storskalig verksamhet har sina risker gällande produktionen, miljöproblem, avsättning mm. Verksamheten och aktörerna borde fundera på att utveckla sin verksamhet med en ökad förädling. En förädlingsverksamhet skulle ha sysselsättande effekt, vilket är en viktig förutsättning för utveckling av näringen och arbetstillfällen. Stora utmaningar finns naturligtvis för att få både avsättning och lönsamhet på sikt.

På något längre sikt kan den här orörligheten ändå leda till näringens "död" (den kan flytta till något annat ställe eller övertas av andra exempelvis). Brändö Lax har idag vissa finansiella muskler som borde kunna utnyttjas lokalt. Man kunde tänka på att utveckla den egna potentialen eller att satsa också delvis på turismnäringen och på närproducerade livsmedel (se nedan gällande FISK Ab).

Växthusnäringen

Näringen kopplar till livsmedelsdiskussionen ovan och har goda lokala grundförutsättningar. Gällande näringens möjligheter skrevs det stort i lokaltidningen ÅU om Isakssons i Väståboland som bara ökar sin växthusareal (nu senast i Wattrast på Korpo) och investerar för att de säger att det finns efterfrågan (mera om dessa i de konkreta idéer vi bollar med senare i slutrapporten).

Följande förslag kan föras fram utgående från framställningen:

- *En utveckling av nya turismanläggningar och sanering av nuvarande anläggningar och kringtjänster*
- *Utveckling av affärsidéer inom turismsektorn i hela kommunen: nypaketering, veckoprogram, mera åretrunt-aktiviteter, marknadsföring av evenemang och nytänkande överlag i samverkan med företagarna*
- *Lansering av nya affärsidéer inom turism, jordbruk och växthusnäringen, välmående-sektorn mm. (se nedan om affärskoncept-avsnittet i rapporten)*

- *Deltidsboende och distansarbete och dess paketering och marknadsföring till väl genomtänkta yrkesgrupper i 'Riket' och i Sverige speciellt*
- *Affärs- och fritidsfiske utvecklas organiserat*
- *Öka förädlingsgraden inom fiskenäringen (både odlad och vildfisk)*
- *Utnyttja och omsätta olika fastigheter och hemman i Brändö för nyinflyttade och deltidboende för att vitalisera byarna*
- *Utveckla unika evenemang & platser mera (av typen Island in the sun och annat)*

HOT

- Förhållningssättet till skärgården hos Landskapets högre tjänstemän och politiker i Mariehamn

Den centrala förvaltningen i Landskapet har inte kunnat ge all den uppbackning som en utveckling av skärgårdskommunerna skulle kräva. Den politik som förs upplevs snarast bidra till en nedmontering av skärgården genom att ställa väldigt strikta krav för inflyttning, näringstillstånd, jordförvärv och andra omständigheter som försvårar eller tillintetgör planer och utveckling för en levande skärgård. Trafikens upprätthållande är en central angelägenhet för hela Landskapet som har utvecklats kraftigt sedan 1970-talet. Förbindelserna är ännu rätt goda jämfört med många andra skärgårdsområden, men har naggats i kanterna. Frågan är mångfacetterad och komplex och ventileras inte mera detaljerat här.

- Ålders- och befolkningsstrukturen och underlaget

Källa: Ålands statistik- och utredningsbyrå

Invånarantalet i byar 2000, 2009 och 2010

Kommun By/stadsdel	Invånare 31.12			Förändring	
	2000	2009	2010	2000-2010	2009-2010
Åland	25 776	27 734	28 007	2 231	273
Brändö	514	498	488	-26	-10
Asterholma	11	8	10	-1	2
Baggholma	9	7	12	3	5
Björnholma	19	14	14	-5	-
Brändö	113	116	113	-	-3
Fiskö	46	44	42	-4	-2
Jurmo	51	47	49	-2	2
Korsö	26	20	19	-7	-1
Lappo	67	56	51	-16	-5
Torsholma	89	93	90	1	-3
Åva	77	89	84	7	-5
Övriga	6	4	4	-2	-

Tabell 2. Befolkningsutvecklingen i Brändö 2000 – 2010 (Källa: ÅSUB)

Befolkningsunderlaget i Brändö har nått sin lägsta nivå sedan mannaminne på med under 500 personer år 2010. Det här skulle kräva kraftiga åtgärder också från Landskapets sida för att kunna vända på den mycket oroväckande trenden. Den ekonomiska nedgången med sparkrav gör ekvationen ytterligare mera svårlöslig. Hotbilderna är många och överhängande. Nedan listas olika centrala frågor som utgör ytterligare hot.

- Kommunikationerna

Problemen och potentiell utveckling togs upp redan angående SWOT analysens "möjligheter". Det är en livsnerv att kommunikationerna fungerar och utvecklas för en levande skärgård. Genom fjärrnärvaro på Internet försvinner inte person- och godstrafikens kritiska roll gällande en fortlevnad och utveckling. Alla här framtagna utvecklingsmöjligheterna bygger på fortsatta fungerande trafikförbindelser till Brändö och den övriga Åländska skärgården. Landskapsregeringen roll är absolut avgörande för detta.

- Brändö förblir okänt även i framtiden

Frågan upptogs redan till behandling gällande marknadsföringen av kommunen. Nya grepp på publicitet i media, aktivt bloggande och synlighet och aktivt fotarbete (exv. besök på mässor och utställningar, stadsbesök och evenemang där man marknadsför kommunen). Det som redan gjorts är viktiga instrument för att skapa en bild hos potentiella målgrupper av människor som vill flytta till skärgården och vissa på möjligheterna. Men möjligheterna är nog flera.

- Potentialen för utveckling och kapaciteten till förnyelse och variation kringskärs ytterligare

Genom kommunens sakta tynande befolkningsmängd och åldersstruktur kommer potentialen för näringsliv och utveckling i stöpsleven. Nyinflyttning och/eller återflyttning på sätt eller annat ska ses som ett måste. Åtgärder för detta har gjorts genom investeringar i infrastrukturen (Skolan, Hallen, barn- och åldringsvården, biblioteket mm.) vilket är en grundförutsättning för ett kvalitativt boende. En annan är att finna lösningar för bostadsbristen som nu pågår. Att skapa initiativ för företagande och nyinvesteringar är en kvistigare fråga men underlättas av de andra åtgärderna som nämnts. Grunden finns men hur ska själva verksamhetens förutsättningar aktiveras är en grundfråga.

- Entreprenörskapsandan tynar bort ytterligare

Genom att antalet företagare uppnår pensionering och nya inte ersätter alla de som faller ut och genom att nyföretagandet inte heller ersätter den lucka som bortfallet genererar står man inför ett seriöst problem. Unga vuxna och nya inflyttare plus tron på en framtid och initiativ och kreativitet och finansiella satsningar behövs. Det behövs segt virke för att kunna överbygga alla de här kraven men att också samtidigt se möjligheterna som finns.

- Fortsatt utflyttning och snävare befolkningsstruktur

Se tabellen ovan som talar sitt tydliga språk. Det gäller att bryta trenden som är en krävande process. De frågor vi behandlar i hela rapporten utgående från kommunens vision om en positiv brytning av den sedan länge nedåtgående spiralen är utgångspunkten. Hotet är överhängande och måste bearbetas på alla vis. Smedjans utgångsläge är att trenden kan byta kurs ifall man kan mobilisera flera av de problem som här tas upp samtidigt.

- Tillgången på mark för produktiva och bostadsändamål och kunnig arbetskraft kringskärs ytterligare

Också den här frågan berördes redan. Markfrågan är ett hot ifall de återkommande diskussionerna om hembygdsrätt, markförvärv och näringsrätt omöjliggör eller försvårar en sund inflyttning och näringsverksamhet för att skärgården kan utvecklas och överleva. Det är kanske en from förhoppning att man från politiskt håll ger skärgårdskommunerna vissa frihetsgrader härvidlag. Man kan också ibland anse att lagen kanske inte är riktigt lika för alla. Ifall det inte finns incentiv och möjligheter till investeringar så uteblir de också nästan säkert.

Också bristen på kunnig arbetskraft lider av det faktum att en etablering för att bosätta sig och idka näringar är krävande, tidsödande och en byråkrati och ett myndighetsutövande som kan te sig hartnär omöjligt att bemästra och utgör tydliga stötestenar för en driftig samhälls- och näringsutveckling i skärgården på Åland. Frågan här är inte enbart Landskapspolitisk och avgörs centralt utan kan delvis åtgärdas också på lokalplan.

- *Kommunikationerna och deras centrala roll*
- *Att Brändö förblir okänt även framdeles*
- *Potentialen, kapaciteten att agera och utveckla kommunens näringsliv*
- *Tillräcklig entreprenörskapsanda*
- *Utflyttning och svag inflyttning – obalans i befolkningsstrukturen*
- *Tillgången på mark för produktiva och bostadsändamål*
- *Brist på kunnig arbetskraft och arbetsplatser*
- *Fortsatt centralstyrning som hindrar lokal utveckling*
- *Lokal osämja, tvister och bristande kommunikation*

Kommunens roll och näringslivets utveckling

Brändö kommun har nu egna tomter som kan planeras och ett markköp har genomförts med församlingen i Brändö-Kumlinge. Attraktiva strandnära tomter ingår i det tilltänkta markköpet. Markköpet och planeringen bygger en viktig grund för inflyttning. Bostadsbeståndet och planeringen i övriga byar bör också utvecklas för att attrahera nya invånare. Andra privata initiativ gällande den här centrala frågan ska på alla vis uppmuntras, ifall de är genomförbara och väl planerade.

Kommunens investeringar på bl.a. Brändöhallen, Milan, skolan, biblioteket och äldreomsorgen kan noteras som bra samhällsinvesteringar för ett växande intresse att bosätta sig i Brändö. Kommunen borde också agera gentemot nuvarande ägare för att hyresbostäderna i de södra byarna kunde istandsättas och marknadsföras på ett mera effektivt sätt än hittills.

Speciella satsningar för företagare och områden för utbyggnad av olika service- och egenföretagare på för ändamålet planerad mark för nybyggnation och/eller förändring av nuvarande byggnader till exv. kontorsutrymmen med utrustning för kommunikation och moderna kontorsfaciliteter *saknas*. (Det kan vara av vikt att ha utrymmen för nyföretagare och att ge service för turister). Det är en svår process att kunna locka företagare - men lokaliteter är en nödvändig satsning inför framtiden.

Privata bostadsaktiebolag med fina lägen för åretrunt- boende har aktualiserats. Ramsholm på Baggholma är ett exempel som kommit långt. Bostäder har också uppförts för hyresmarknaden på olika håll. Behovet torde vara större ifall man lyckas attrahera nya boare. Saneringen av bostadsbeståndet för hyresbostäder är på vissa håll ett dilemma gällande kvalitet och skick. Den här frågan kunde ventileras mycket mera men vi kan konstatera att standarden på hyresbostäderna borde förbättras. Likaså är flera gamla fastigheter stadda i förfall i kommunen när de står tomma och inte används eller hyrs ut.

Brändös läge i förhållande till det finska fastlandet med det s.k. Vakka-Finland och Åbos influensområden bör kunna tillvaratas mera. Hela Svenskfinland är ett annat centralt område att bevaka när det gäller inflyttning och potentiell utveckling av kommunen. Brändöbor i "förskingringen" är en annan viktig målgrupp liksom ungdomar som är i studieåldern. Man ska heller inte glömma bort personer med rötter och släktband i kommunen, speciellt i Sverige.

Bredbandet och infrastruktur i dagens läge är en grundförutsättning för en utveckling och nyetablering av företag och inflyttning. Hemsidans aktualitet och kontinuerliga uppdatering med relevanta länkar mm. bör matcha bredbandets användning och utnyttjande som informationskälla. Social media ska kunna utvecklas också. De har visat sig vara i rätt flitig användning redan nu bland en stor del av Brändöborna.

Företagande och näringsliv

Företagandet kan uppmuntras på många sätt. Det finns ett behov att utveckla olika tjänster och produktiva investeringar som har efterfrågan och en stabil kundkrets. Offentliga tjänster kan inte växa mera utan banbrytande nytänkande inom nuvarande och nya näringsgrenar ska uppmuntras och göras möjliga.

Det kan än en gång påpekas att en uppgradering kunde med fördel ske exv. gällande anläggningar för fritidsbåtar, övriga turistanläggningar och exv. potentiell vidareförädling av fisk och att skapa marknader för nya produkter samt nätverkssamarbete mellan aktörerna i kommunen. Detsamma gäller för växthusnäringen, djurhushållning och frilandsodlingen som har gamla anor i kommunen (se närmare i den senare delen i den här rapporten).

Marknad och marknadsföring

Kommunen sörjer för en utveckling och uppdatering av hemsidan, dess innehåll och spridningen av hemsidan till relevanta intressenter, grupper av människor och olika samhällsaktörer. Det här sker naturligtvis i samråd med de som är näringslivsaktiva i kommunen (<http://www.brando.ax/>).

Kommunen och de kontakter som finns till massmedia kan bättre än idag tillvaratas och utnyttjas när olika kvaliteter eller begivenheter i kommunen vill föras fram – samtidigt som man med fördel kan få fram det unika och fina i Brändö skärgård. På fastlandet är de finlandssvenska medierna centrala. Synligheten i lokala Åländska media är rätt god. Större finska tidningar kan utnyttjas för att föra fram möjligheterna för boende och företagande på det finska fastlandet som Åland kan erbjuda. Man ska inte skygga för de problem

som finns heller. Tomtmark och klara spelregler för flyttning och möjligheter måste beaktas. I sammanhanget borde man utveckla mera idéer för distansarbete och dess möjligheter. Lokaliseringen som Brändö har och de naturvärden och fungerande offentlig service är definitiva fördelar.

Kommunen sörjer också för att kontinuerligt uppgradera informationen på Internet. Brändö Info kan med fördel också anges som en källa för information till småbåtsföreningar och exv. olika organisationer inom de mest intressanta influensområden som beskrevs ovan.

Som sagt är Brändö ännu är rätt okänt i Finland och i Sverige och att det finns mycket att göra för att kunna föra fram kommunen som en potentiell bostadsort med livskvalitet och möjligheter. Det lönar sig att fundera över marknadsstrategin och användningen av bredbandet och hemsidorna på ett mera synligt sätt. En media-strategi med en identifiering av målgrupper, kommunikation och uppföljning skulle kunna ge ett lyft åt den bild av Brändö som är positiv och sprids till rätta grupper. Också de problem som man just nu konfronteras med gällande hugade inflyttare bör beaktas.

Naturligt är att företagen själva sörjer för marknadsföringen av den egna organisationen till den marknad man betjänar. Det här kan med fördel också göra tillsammans med andra relevanta samarbetspartners. Marknadsanalys och uppföljning är en viktig del i processen. Följande steg kunde finnas:

1. att konkretisera hur marknaden och efterfrågan ser ut för de tjänster och produkter man saluför: finns det en marknad? Var och hur når man den?
2. planera marknads- och kommunikationsstrategi (media, inkl. www, logo, brand, image, produktsynlighet för lokala tjänster och aktörer och skapa kontakter)
3. budgetera, finansiera och genomföra marknadsföringsprogram
4. paketera och genomföra, uppleva responsen och kommunicera
5. uppfölja och utveckla utgående från marknadens respons och behov

Näringsutveckling och nya affärskoncept

De fem potentiella affärsidéer för Brändö som skisserades som gångbara alternativ är följande:

Energi Ab

Marina Ab

Växthus Ab

Turism Ab

Fisk Ab

Av de här ansågs de tre sistnämnda mest lämpade i dagsläget för utveckling gällande marknader, kunnande, sysselsättning och lokal potential. Idéerna behandlas närmare senare i rapporten.

Man dryftade alternativen men kunde också konstatera att de delvis sammankopplar till varandra. Följande konkreta frågor bör man fokusera på speciellt vid byggande av verksamheterna ifråga:

1. Vilka konkreta affärsidéer och intjäningslogiker bygger verksamheten på?

2. Vilka specifika marknader och segment skulle verksamheten erbjuda sina produkter och tjänster till? Vem är våra kunder, var finns de och hur ska de nås?
3. Vilka centrala aktörer ska ingå och utveckla verksamheten och hur ska samarbetet organiseras?
4. Hur skapar man samarbete och utvecklar tankarna och affärsidéerna för praktiskt genomförande? Hur ska riskerna fördelas?
5. Vem är villig och har intresse att starta, planera och finansiera affärsverksamheten ifråga?

De alternativa affärsidéerna bygger på olika *lokala förutsättningar* och på det faktum att det *existerar en redan befintlig och en allt växande potentiell MARKNAD* för de här verksamheterna. Marknadsorientering (dvs. att sätta kunderna i fokus) är en grundförutsättning för att småföretag kan lyckas i sin verksamhet. Inom servicesektorerna har relationsmarknadsföringen fått fotfäste liksom inom exv. livsmedelsdistribution och försäljning. Trogna kunder är det bästa man kan ha. Man ska kunna göra sina erbjudanden/produkter/tjänster bättre synliga och "paketerade" till den efterfrågan som finns på dagens marknader för exempelvis fritid, energi, närproducerade livsmedel och/eller välmåendetjänster och turism. Kvalitet är ett honnörsord idag (både s.k. relationskvalitet (nöjda kunder efter besök) liksom kvalitet på produkter, dvs. tjänster, logi, kost och kringtjänster. Det här gäller service överhuvud och turisttjänsterna borde utvecklas mera för att skapa mervärde i högre grad än idag. En annan fråga gäller samarbete mellan olika aktörer som finns i kommunen exv. inom turism och livsmedelsproduktion. Gemensam marknadsföring och speciellt gemensamma nätverk för att skapa större produktpaket och distribution mm. kunde med fördel utvecklas.

Hjälp till företagare bör kunna konkretiseras och skräddarsys tydligare än nu är fallet. Genom att det finns en (eller flere) personliga och kunniga individer som kunde sparra företag i sina affärs-, finans-, och marknadsplanering vore mycket viktigt att få till stånd. Hur kan Företagsam skärgård och andra organ i Landskapet bistå? Kan man anhålla om medel för anställning av en kompetent företagsombudman el. dyl.? Kan man "hyra" kunniga personer för en kortare intensiv period är också ett alternativ att begrunda. Vilken roll kunde potentiella affärsänglar (dvs. villiga investerare i lokala företag) spela? Allt det här borde göras mera synligt på exv. Brändö kommuns webbportal.

ENERGI AB.



Stora kommersiella vindkraftverk utgör ett problem för en liten skärgårdskommun. Det konstaterades att Brändö ligger mindre bra till när det gäller möjligheten att mata in stora mängder elektricitet till befintligt nät. Ett projekt med "offshore" baserad vindkraft som konsortium i Asterholma/Lappo kontaktade kommunen år 2009. Ett av initiativets största problem var bristen på kabel med tillräcklig inmatningskapacitet. Kabeln som går genom kommunen har endast en kapacitet på 10 kv. och är otillräcklig d.v.s. kan inte ta emot den produktion som en större offshore park kan producera. Landskapet planerar att dra en 45 kv. ledning, den s.k. Finlands kabeln, så att den som närmast, i förhållande till Brändö, skulle komma "i land" på Kumlinge. Kostnaderna att "koppla in sig" så avlägset som Kumlinge är dock mycket höga. Nu verkar planen bli verklighet med dragningen nära Kumlinge.

En möjlighet att skapa lösningar för lokala förhållanden (småskaliga lösningar) utgående från vindkraft men också i kombination med andra mera hållbara energilösningar som luft-, vatten-, sol- och jordvärme kunde föras fram. ENERGI Ab kunde bygga sin affärsidé genom att i främsta hand bygga upp alternativa energilösningar som "paket" för olika system och hushåll. Speciellt skulle man specialisera sig på skärgård och glesbygd. I ett senare skede kunde verksamheten byggas ut för att utveckla energilösningar för företag och organisationer (koppling bl.a. till Växthus Ab) eller turismen och dess utveckling. Modell ex. Tunhamn som i praktiken långt klarar sin energiförsörjning genom förnybar energi och närmast i form av vindkraft.

Se http://web.abo.fi/meddelanden/forskning/2004_16_hybridkraftverk.sht
Tanken bygger på en "utveckling från gräsrötterna" som sedan kan skapa nya affärsidéer inom energiområdet. Exempel finns bl.a. från Skottland om hur man paketerat och byggt upp "s.k. tool kits" (energipaket) för smarta energilösningar för småhus och företagare.

Smedjan ansåg storskaliga projekt i skärgårdsmiljön vara riskfyllda finansiellt i det här skedet. För den som specialiserar sig och ligger på vågens framkant vad det gäller småskaliga "hållbara" energilösning för ex. egnahemshus och fritidsbostäder men också småindustrier, turistanläggningar m.m. så kan det finnas en nisch. Även växthusfrågan kräver energikunnande och lösningar. En tanke på att exv. hela Lappo by skulle få energi från en återbyggd "mölla" med

modell av Erhards kvarn i Finvik. Tanken skulle vidare paketera turism och energi på ett intressant sätt. Man kunde tänka sig Leader-finansiering från EU eller som i fallet Tunhamn teknologicentralen TEKES-medel för planering och utbyggnad.

Man kan med fördel kalla till ett seminarium där experter som professor Jouko Korpi-Tommola och representanter från Motiva (arbets- och näringsministeriet) samt projektansvariga från byggnaden av Tunhamn träffar lokala med intresse för ex. vindkraft som nämnda konsortium, (med vertikala vindkraftverk på gång) och branschkunniga (exv. inom sjöfarten) och andra intresserade från kommunen.

MARINA AB



Genom sin lokalisering kunde speciellt norra byar i Brändö vara goda lägen för båtturesterna att vinterförvara sina segel- och motorbåtar och få dem underhållna. Man kunde först försöka nå båtägarna i närområdet och på det finska fastlandet för att senare utöka marknaden längre bort.

Brändö har låtit Handelskammaren på Åland göra en analys av möjligheterna att etablera en lönsam verksamhet med den här affärsverksamheten men svaret blev negativt. Frågan har sålunda inte i större utsträckning utvecklats i den här rapporten. Vissa fördelar kan nämnas gällande verksamheten och Brändö:

- Den unika skärgården och naturen kan locka till sig seglingsentusiaster och motorbåtsägare.
- Genom motorleden till Helsingfors och goda förbindelser till St. Petersburg kunde nya intressanta kunder finnas. I förlängning kunde hela Östersjöområdet ses som en potentiell marknad.
- Man ligger nära Skiftet och längs flera vackra farleder i skärgården med medelpunkt i Brändö.
- De lokala förutsättningarna för verksamheten borde också finnas.
- Många båt- och sjökunniga och tekniskt bevandrade personer finns i kommunen och förutsättningar finns för en snabb start

- Personer som jobbar i veckoskift eller längre perioder på sjön har en del fritid för verksamheten lokalt under den lediga tiden för att sköta affärerna och tjänsterna. Någon person bör dock finnas tillgänglig på plats speciellt under våren och hösten under den aktivaste tiden.
- Det finns några lämpliga områden för verksamheten
- Paketering och heltidsservice för nya kundgrupper (Östeuropa, Mellaneuropa exv. fördes fram)

Problemen gäller närmast marknaden, dvs. att kunna nå potentiella båtägare och väcka deras intresse. Kanske en mjuk start kunde vara en springbräda för den här idén?

VÄXTHUS AB.



Utgångspunkten bygger på att utnyttja befintliga växthus i kommunen för nya ändamål. Det konstaterades att det fortfarande finns en del växthusareal spridda runt i kommunen. Få av husen används idag för växthusodling och ännu färre för vad de var avsedda för när det byggdes d.v.s. för odling av tomater. Den sammanlagda arealen är så liten att sedvanlig tomatodling (som dock något kommit "tillbaka" under de senaste åren) knappast blir lönsam. En specialisering och nytänkande är en nödvändig förutsättning för ett lyckat koncept. Ett koncentrerat växthusområde skulle ha stora fördelar liksom ny teknik.

Idéer som framfördes var:

- att odla "nya" grönsaker d.v.s. exotiska grödor som kunderna idag börjar få ögon och gom för. Grönsaker som idag är dyra och t.o.m. sällsynta i grönsaksdiskarna utgör en potentiell möjlighet.
- kunder kunde hyra ut "areal" i växthus för grönsaker enligt önskemål d.v.s. modell "hyra/köpa vinranka som sedan förvandlas till vin, den s.k. vinanalogin. Köparna kan få besöka anläggningen och följa med

- tillväxten per webbkamera på datorn t.ex.
- direkt försäljning över nätet (vilket går att kombinera med föregående förslag och idéer).

I samtliga fall borde odlingen ske ekologiskt, uppvärmningen och belysningen vara "hållbar" och betonas de miljövänliga transporterna d.v.s. korta avstånden till fastlandet och att produkterna är närproducerade och under kända/kontrollerade förhållanden.

Ytterligare nämndes förädling om möjligt. Förädling är alltid intressant när det gäller produkter från skärgården eftersom det av nödvändighet ofta blir frågan om rätt små mängder.

Försäljning och marknadsföring genom s.k. "relationsmarknadsföring" med branding m.m. kunde med fördel samordnas i kommunen. Tanken här kunde kopplas ihop med idén om närproducerade livsmedel och internet-baserade beställnings- och distributionssystem. Också tanken om att aktivt söka marknader för livsmedel för distribution direkt till restauranger i exv. Åbo kunde vara en intressant marknad (här kan man ta lärdom av liknande det system som finns i Gotland och deras relationer med krogarna i Stockholm).

I kommunens byar finns utöver växthus också kylrum, kunskap att odla lokalt och logistiken fungerar idag mycket tack vare fiskodlingarna. Det finns kanske t.o.m. möjligheter att transportera mindre mängder "ända fram" till kundens dörr. Ett gott exempel utgörs av företag som säljer fisk över nätet och distribuerar olika fiskpaket direkt från dörr till dörr (se nedan om FISK AB). Det finns viss erfarenhet av att sälja grönsaker eftersom det inte är så länge sedan Brändö grönsaker var en relativt stor aktör i branschen.

Kopplingen till andra lokala aktörer inom livsmedel bör poängteras: Highland-cattle produkter på Jurmo, lamm på näraliggande Björkö plus fisket och dess möjligheter.

TURISM AB



Turismen kunde ha en stor potential i framtiden inom Brändö. Nuläget och de huvudsakliga "bristerna" gäller de segment (målgrupper) som turismen i kommunen idag riktar sig till d.v.s. egentligen är enbart fisketuristerna och

småbåtsseglarna någorlunda klart definierade⁵. I andra hand handlar det om ströbesökare och andra (ex. busslaster med pensionärer) som i praktiken besöker kommunen för en kort tid d.v.s. en övernattnings och sedan fortsätter annanstans. Orsaken till att målgrupperna är rätt vaga och framförallt "olönsamma" och i vissa avseende t.o.m. allmänt impopulära (vissa fisketurister i första hand) är främst anläggningarnas låga "nivå" (i relation till vad intressanta målgrupper som ex. företag, utlännningar m.m. önskar/förväntar sig) och avsaknaden av aktiviteter (t.ex. för målgruppen barnfamiljer) och färdiga paket (bygger på att det finns hyfsat högklassiga anläggningar och olika aktiviteter). Ytterligare nämndes tänkbara målgrupper som studerande, forskare, korplag, geologer, scouter och olika organisationer m.m. Att ringa in och fokusera sig på vissa segment/målgrupper är synnerligen viktigt. Hur man sedan kommunicerar och bygger relevanta paket med övernattnings, bespisning, evenemang och upplevelser kunde på många vis vidareutvecklas i samarbete mera än idag. En framgångsfaktor som saknas är just förmågan till dialog och skapande verksamhet mellan aktörerna inom branschen i kommunen.

Målgruppen fritidsfiskare uppfattas som ointressant som sådan med tanke på vad målgruppen lämnar efter sig i pengar (och väldigt blandade känslor hos lokalbefolkningen). Däremot är fiske som aktivitet intressant och bör utvecklas och då i högre grad mot fiske med fiskeguider och i samband med tidsmässigt längre familjerelaterad turism.

Som exempel nämndes Lappland där turismen på 20 år har förvandlats från enskild stuguthyrning och inte så mycket mer till ett positivt sammelsurium av högklassiga anläggningar och stort utbud av aktiviteter. Allt är idag dessutom paketerat på ett attraktivt sätt.

Exempel på "lyckade" turismsatsningar finns också främst i grannskärgårdarna d.v.s. Roslagen och Åboland där man allmänt har lyckats bättre än i Ålands skärgård. Silverskär är ett exempel på en lyckad satsning på Åland se (<http://www.silverskar.ax/>). Storskaliga lösningar är ekonomiskt svåra att genomföra, miljömässigt diskutabla och finansiellt riskfyllda och kräver åretrunt-verksamhet och täta transporter.

Många projekt pågår gällande en utveckling av turismen i skärgården i Östersjöområdet. Det nytt initiativ är Skandinaviska öar – Scandinavian Islands <http://scandinavianislands.com/sv/fakta#scandinavian-islands-ett-eu-projekt>.

FISK AB

Fisket har gamla anor i Brändö med strömmingsfiske under hösten och gäddfiske under våren som skeppades levande i stora sumpseglare till Stockholm och Åbo. Fiske med nät har varit ännu på 60-talet vanligt liksom trålfiske i viss mån. Mindre försök har gjorts med förädling under 1980- och 1990-talen med olika produkter från odlad regnbåge. Försöken har lagts ner och affärsidén för Brändö lax bygger på bulkproduktion av regnbåge och sik.

⁵ Pellas i Lappo har fokuserat marknadsföringen också på olika kundgrupper och idéer (akvarellmålningskurser, yogakurser, speciella grupper och olika hantverks- o.a. teman för att locka besökare). Viktiga relationer har då uppstått för återkommande besök.

Det nya intresset för närproducerad mat är en nisch som man kunde försöka utnyttja. Restaurangerna kunde man försöka nå direkt i stället för försäljning till starka kedjorna som kan hålla priserna låga. Nya distributionssätt via nätet och från dörr-till-dörr kunde man se på. Miljöfrågorna är viktiga och hur fisken fångas, transporteras produceras och förädlas. Viss regelbundenhet i leveranserna är nödvändiga. Det hela kräver kunnande om marknaden, tillgång på arbetskraft, investeringar och hanteringen av avfall och restprodukter på ett miljömässigt godtagbart sätt. En viktig del är kopplingen till produktionen och tillgången på vild fisk under året. Utmaningarna är betydande, men en marknad finns idag för exv. närfångad fisk. Också avfallshanteringen kan lösas idag på ett mera miljömässigt sätt.

Man bör starta med att se på potentiella marknader och kundsegment. De ovan nämnda "fiskbils"- och nätmarknadskoncepten har dykt upp i Norden i samtliga länder. Norge har varit en föregångare. Mest handlar det om importerad och djupfryst fisk från Ishavet, men de har ändå hittat kunderna.

Koppling till turismen och lokala näringsställen plus direkt marknadsföring till turister och lokalbefolkningen under lågsäsong ger en bas för avsättning året runt. Nätet som marknadsplats är av stor betydelse idag.

Ett 'Brändö-varumärke' för produkter lokalt kunde övervägas också. Mycket fotarbete på marknaden borde göras. Städerna runt Östersjön är främsta målet. Speciellt i närområdena Åbo, Helsingfors och Stockholm i främsta hand ska marknaden skapas.

Följande sidor visar på konceptet med köp via Internet:

<http://www.fiskxpressen.se/?p=9&s=42>

<http://www.kala-auto.fi/?page=&lang=swe>

Konceptet bygger långt på distribution till enskilda hushåll via direkt transport. Många produkter är definitivt inte lokalt producerade. Här kunde man nå en nisch ifall man kunde få tillgång till vild sik och abborre exempelvis.

<http://www.fiskbasen.se/>

Gällande den odlade fisken skulle en viss förädling vara något man borde testa och se på marknadspotentialen och prisförhållanden. Direkt distribution i samband med den närfångade och filerade fisken skulle då kunna komplettera varandra.

Närmare presentation av två affärsmodeller och alternativ

Två projekt som med fördel kunde konkretiseras i form av affärskoncept för framtiden bland kommunens företagare läggs fram. Alternativt kunde de här tankarna ge en gnista för nya företagare som vill etablera sig. Vissa **grundfrågor** bör först ställas upp och ges svar på konkret för att en affärsidé kunde låta sig göras:

- Vilket kunnande har vi eller hur ska den skapas gällande affärsidén ifråga?
- Vem tar ansvar för verksamheten och hur ska ansvaret fördelas gällande ett projekt?
- Hur väl behärskar aktörerna projektet och affärerna inom den (ledarförmåga)? Hur mycket behövs det stöd och utomstående hjälp?

- Hur mäts effektivitet och lönsamhet på kort och längre sikt?
- Vilken trovärdighet har projektet? Kan man göra affärer och skapa lönsamhet på sikt?
- Vilket samarbete krävs och ska skapas för projektet ifråga?

Till det här ska läggas tidsdimensionen, dvs. när och hur kan ett projekt genomföras och vilka steg ska ingå i den processen (d.v.s. en konkret affärsplan inklusive tidsplan, marknadsplan, organisations- och finansplan)? Det finns vissa områden som kommunen bör ta ansvar för och andra områden som (centralt) entreprenören/företagarna ska stå och ansvara för⁶.

Kommunen - ansvarsområden

- Näringslivsstrategin
- Näringslivspolitik
- Samarbete i skärgården och till centrala beslutsfattare
- Allmänna finansieringsfrågor och alternativ (EU, Landskapsregeringen, TEM, dvs. Arbetskrafts- och näringsministeriet i Finland <http://www.tem.fi/?l=sv&s=2571>, mm.)
- Skapa och utveckla möjligheter för utbildning och skolning av företagare och företagsverksamheten

Företagarna

- Skapa egna samlingsnätverk sinsemellan – en fungerande företagarförening är ett första steg
 - Diskutera gemensamma intressen och ansvarsfördelning, samarbete med andra företagarföreningar, lära goda praktiker mm.
 - Utöka och skapa samarbete inom kommunen
 - Nätverka med andra aktörer inom olika näringsgrenar och ta modell av vinnande koncept mm.
 - Utveckla pilotprojekt inom näringslivet dvs. nyskapa verkliga projekt
 - SAMARBETA också inom den egna branschen och mellan byarnas aktörer
 - Var med och skapa en riktig och positiv Brändö-bild på marknaden (dvs. ett eget synligt "ansikte")

En av nyckelfrågorna skulle vara att kunna utveckla mera samarbete och nätverk för att skapa värde i stället för att alla företagare skulle vara s.k. 'ensamma vargar' som arbetar på med sitt. Gemenskap skapar styrka på många sätt. Dito ges nya möjligheter med en dialog mellan andra regioner och företag och stöd från kommunen. Företagarnas eget ansvar är ändå centralt i den här processen.

⁶ De här presenterade modellerna kan med också till tillämpliga delar användas ifråga om de andra affärsidéerna som tagits fram.

AKTÖRERNA/ Projekt	Projekt A	Projekt B	Projekt C
Kommunen			
Företagarföreningen			
Företagarna			
• Pilotprojekt			
• Realisering			

Tabell 3. Ett förslag till en generell ansvarsfördelning mellan aktörer i kommunen inom olika näringslivsprojekt

VÄXTHUS Ab

	Växthus
Kommunen	'Branding av Brändö' Energieffektiviteten Skolning av företagare Undersöka marknaden (fokuserat) Ge ramarna för allmänna finansieringsmöjligheter
Mål 2013	Skapa 20-30 nya arbetsplatser
Företagaren (pilotfasen 2011-13)	Bygga ett/två modellväxthus (1000 m ²) (med berg-/havsvärme, LED belysning, sol/vindkraft,...) Provmarknadsföreläsning (kort distributionskedja, fokuserade segment/marknader) Pilotföretagare Finansieringen (egen, Lr, Handels och näringsministeriet, EU, andra..)
Realisering 2012 -14	15 företagare Affärsplanen Investeringsplanen Marknadsplanen Bygga ut kapacitet (15 x 2500 m ²) Finansiering

Tabell 4. Ett växthusprojekt – en grov skissering

Exemplet visar på arbetsdelning mellan aktörerna i kommunen. Företagarföreningens roll kunde vara central och kommunen kunde spela en aktivare roll för att skapa en grund för företagandet. Marknaden för Växthus Ab kunde vara gurka, paprika, tomat, andra växthusgrödor eller exv. blommor. Marknaden kan räknas ut först för hela marknaden i Finland (per ton + pris) för att få en helhetsbild.

TURISM Ab

	TURISM
Kommunen	• 'Branding av Brändö' • Undersöka kongressmarknaden och andra segment

	• Skolning och kompetensutveckling av företagarna • Förändra attityderna och fostra samarbete • Höja kvaliteten på anläggningar och service
Mål 2014	○ Att skapa 20-30 nya arbetsplatser
Företagaren (Fas 1) 2011-12	• Bygga ut flera märkta vandringsleder (minst 3 st. i kommunen) • 3 märkta paddlings-/småbåtsleder • Trycka en "Cyklistens ABC" • Tillgång till kartor via Internet ○ Pilotföretagare ○ Finansieringen (egen, Lr, Handels och näringsministeriet, EU, andra..)
(fas 2) 2012 -13	• Utvecklade Internet-tjänster: a. Fri övernattningskapacitet b. Bokningar och betalning direkt på nätet c. Rådgivning, Helpdesk mm. på olika språk • 5 båthamnar 2 av hög kvalitet/service • 2 Campingplatser för husbilar med mycket god kvalitet • Paketering: familjer, konferensgäster, specialgrupper, högtider och fritidsturister året runt (höstlov, sportlov, jul, påsk) ○ Finansieringen (egen, Lr, Handels- och näringsministeriet, EU-Leader, + andra källor.)

Tabell 5. Ett turistprojekt – exempel på några faser i utveckling från dagens verklighet

Turismprojektet bygger vidare på de lanserade tankarna om uppgradering av dagens turistanläggningar. Det finns flera områden som man kunde utveckla. Dels gäller det infrastrukturen dvs. kvaliteten på anläggningarna (hamnar, vägar, stugor, restauranger, grillplatser, gång-, kajak- och båtleder för olika aktiviteter osv.). För det andra handlar det om att skapa nya idéer för att ge turisterna olika anledningar att stanna längre tider i kommunen. För det tredje kunde Internet-servicen utvecklas på flere områden. För det fjärde kunde man speciellt utveckla konferensturismen med beaktande av universitet och högskolor i Brändös närhet (Speciellt Åboregionen, Vakka-Finland, Mariehamn och Stockholm). Helsingforsregionens attraktivitet som konferensmarknad har ökat genom motorvägen E18 till Åbo tagits i bruk⁷.

Andra potentiella områden har behandlats men inte skissats enligt modellerna ovan. Energiteknik och en Marina med service är tänkbara attraktiva områden för affärsutveckling. Välmående-tjänsterna är en annan med klar koppling till turismen.

Några avslutande reflektioner

Brändös framtid och företagande kunde bygga på mera samarbete och klarare arbetsdelning mellan de olika aktörerna. Ett gemensamt intresse anses ligga i det

⁷ En bok som kan ge mera för turismen är exv. "Utveckla turistdestinationer. Ett svenskt perspektiv" (2011) av M. Bohlin & J. Elber, Liber, Malmö.

här. Följande fyrfält bygger på rapportens anda och förutsättningar för utveckling. De är varandra kompletterande och hörnstenar i resonemanget.

Att skapa relationer mellan olika företagare/aktörer i kommunen som ska utvecklas och upprätthållas inom näringslivet	Kommunens roll är att aktivt skapa förutsättningar för företag att etablera sig och marknadsföra sig till centrala målgrupper
Att hitta vi-anda inom och mellan byarna för att en helhet för ömsesidig nytta kan komma till stånd (bygga s.k. socialt kapital)	Backa upp nya och nuvarande företag, deras affärsplaner och uppgradering/sanering, skolning och pilotering av nya affärsidéer
INFRASTRUKTUR (planerad mark, offentliga och privata tjänster)	

Samarbete

Nyskapande

Tabell 6. Ett fyrfält för en utveckling av näringslivet i Brändö

I generella termer handlar det om ett nytt sätt att tänka, handla och samarbeta än man är van vid. Det gäller hela kommunen från individer till byar och hela administrationen och styrsystemet. Det här kräver resurser från kommunens sida för att utveckla de verksamhetsramar som behövs för en aktiv utveckling. Ett kritiskt konstaterande är följande passus från en av medlemmarna i smedjan i ett E-postmeddelande:

“Vi borde påpeka, att en sådan förändring är möjlig enbart om vi samlar ihop våra styrkor och använder dem gemensamt för att skapa framtidens framgång.”

En stödgrupp (eller nämnda föreslagna företagarförening) för närings- och företagsverksamhet på längre sikt kunde vara ett viktigt steg i rätt riktning.

Förslag till handlingsprogram och slutsatser

1. Att skapa aktivitetsgrupper för konkreta affärsidéer för framtiden för att realisera dem. Det gäller speciellt Växthus Ab, Turism Ab och Fisk Ab. Också Energi Ab kunde dra nytta av Växthusprojektet och behovet av lösningar inom energiområdet i byarna för en eventuell framtida lönsam verksamhet. Smedjan anser dessa ha största potentialen att kunna utvecklas som lönsamma i dagsläget. Växthusproduktionen kan utnyttja kunnande från branschen och aktörer från lokalsamhället. Marknaden kan skapas och utvecklas och ny teknik kan tillvaratas och spara i kostnader under driften. Turismen kan utvecklas på flera punkter och samarbete skapas. Fisket kan utnyttja nuvarande infrastruktur och kunnande och utveckla distribution och marknadsföring. Utmaningarna är många, speciellt gällande produktion och produkter och tillgång på vild fisk. Det finns en klar koppling mellan de här verksamheterna också. En ökad aktivitet sprider sig också till andra branscher (byggnadsbranschen, service, transporter mm.)
2. Kontakten mellan existerande företag och företagare (både enmans- och familjeföretag och företag med flere anställda) i kommunen borde organisera sig och sammankomma regelbundet för att konkretisera problemen och möjligheterna för utveckling. Utan att höra aktörerna

själva blir arbetet svårt, speciellt vad gäller utvecklingen av nuvarande verksamhetsformer.

3. Personer med gediget företagskunnande och hjälp vid startfasen av nya företag saknas på lokalplan och bör göras tillgängliga för de som vill satsa.
4. *Brandet Brändö* bör kunna lanseras för att göra kommunen känd och som en speciell del i produkter, tjänster och verksamheter med upprinnelse i Brändö. Branding skapar s.k. goodwill och kännedom om både verksamheter och var de producerats (d.v.s. om man håller vad man lovat och kvaliteten är god). God kvalitet skapar på sikt god image. Vilka är de centrala byggstenarna i *Brandet Brändö*? (natur, stillhet, trygghet, kvalitet(?), närhet, unikheter?) Kan vi utveckla en god slogan? Logon ska kunna användas mera synligt för att "märka" Brändö speciellt hos intressanta målgrupper och människor.
5. Hållbarhetsaspekterna kan vara en ledstjärna i kommande affärsmodeller där man skapar både socialt, ekonomisk och miljömässigt sunda verksamheter. Det här bygger också att skapa en god bild (image) om näringslivet i kommunen. Också affärsidéerna bör vara hållbara och bärande på sikt.
6. Kvinnornas centrala roll i skärgårdssamhället i Brändö bör poängteras kraftigt. Kvinnligt företagande och kvinnors sociala nätverk borde på alla sätt uppmuntras. I lokasamhället invävs det sociala, ekonomiska och livskvalitet till varandra. Trivsel och relationshanteringen bör beaktas av alla.
7. Laganda, "vi-känsla" och nätverksbyggande inom kommunens gränser, mellan byarna och i skapandet av varumärket Brändö anses vara en viktig förutsättning för att kunna vända trenden och öka inflyttningen, aktiviteterna och trivseln. Historiska barlaster finns ännu kvar att bearbeta. De yngre har delvis föregått med gott exempel genom sitt samarbete. *Intern marknadsföring* (dvs. inom kommunen) behövs sålunda också. Var kan man finna lokala skapare av denna anda? Kan man med olika evenemang bygga laganda?
8. Kommunens aktiva roll i att bygga upp förutsättningarna för företagarna att starta nytt, nyskapa och utveckla och att göra Brändö känt utgör en nödvändig grund för en framgångsrik utveckling.
9. Brändö som en fin bostadsplats och lokalisering för distansarbete som kan utföras genom bredbandskontakt och andra kommunikationsmedel är att uppmuntra. Ett program för det här i samband med bostads- och markplanering och marknadsföring kan vara en trumf. Det här gäller också privata bostadsbolag och deras marknadsföring.

Källor och relevant litteratur

"Plats som produkt" (2007) av R. Ek & J. Hultman (red.) Studentlitteratur, Lund.

"Utveckla turistdestinationer. Ett svenskt perspektiv" (2011) av M. Bohlin & J. Elber, Liber, Malmö.

Internet sidor:

<http://scandinavianislands.com/sv/fakta#scandinavian-islands-ett-eu-projekt>

<http://213.204.44.2/asterholma/index2.html?lang=1&cat=100&subcat=1000>

<http://www.lappo.net/> <http://www.jurmo.ax/> .

http://www.asub.ax/archive.con?iPage=12&art_id=1147

<http://www.bkfiber.ax/>

<http://www.skargarden.ax/index.html>

<http://www.skargarden.ax/tiansmedv.html>

<http://www.islandinthesun.nu/>

<http://www.noma.dk/main.php?lang=dk>

<http://www.brande.ax/>

http://web.abo.fi/meddelanden/forskning/2004_16_hybridkraftverk.sht

<http://www.silverskar.ax/>

<http://scandinavianislands.com/sv/fakta#scandinavian-islands-ett-eu-projekt> .

<http://www.fiskxpressen.se/?p=9&s=42>

<http://www.kala-auto.fi/?page=&lang=swe>

<http://www.fiskbasen.se/>