

DET BEDSTE SKUM, DEN BEDSTE OPLEVELSE

Innovation i oplevelsesøkonomi kan handle om de mest banale dagligvarer

På Bornholm findes ApEx' søsterorganisation Danvifo – Dansk Videnscenter for Oplevelsesøkonomi. Som ApEx er Danvifo et regionalt teknologicenter finansieret af Videnskabsministeriet. Fokus er virksomheders muligheder inden for oplevelsesøkonomien i Danmark, at hjælpe de mange danske småøer og geografiske udkantsområder med at få styr på oplevelsesøkonomien – til gavn for vækst.

Med faglig forankring på Bornholm er Danvifos mål at binde alle de små øsamfund og geografiske udkantsområder til centret og optræde som nationalt center for vidensspredning for den danske oplevelsesindustri med særligt fokus på små og mellemstore virksomheder, øer og udkantsområder.

Danvifo er for tiden ved at overføre opnåede resultater til en række udkantsområder. Bl.a. udvikles der i oplevelsesværdikæder i Kronjylland og Nordsjælland, hvor flere forskelligartede virksomheder i samarbejde kan komme til at løfte områdernes tilbud til turisme, kunst, kultur og natur.

Danvifo er støttet af Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling samt af Bornholms Regionskommune.

Se mere på www.danvifo.dk

Af // Andy J.S. Madsen

Den bedste mælk til Caffè Latte er ikke længere fed sødmælk. Den bedste mælk er biodynamisk og baseret på en mindre fedtholdig letmælk. Denne nye mælketype giver en god struktur og konsistens på mælkeskummet, som lægges oven på kaffen i koppen eller bruges i en Caffè Latte. Det rigtige skum – men nu mere fedtfattigt! Oplevelsen gøres mulig som led i afprøvningen af nye metoder til udvikling af produkter i en såkaldt innovationsproces i Innovationslaboratoriet under Danvifo – Dansk Videnscenter for Oplevelsesøkonomi.

– Biodynamisk naturmælk i kaffen er et eksempel på, at innovation i oplevelsesøkonomi kan handle om de mest banale daglige varer og varer, bare de bliver sat i en oplevelsesramme, fortæller Georg Julin, leder af Danvifo. – Teknisk set er det en ny mælketype, som er særligt egnet til at skumme og komme oven på kaffen. Den egentlige oplevelsesmæssige værdi sker, når kunden i en café får serveret og nyder sin kaffe med flot skummende mælk på toppen.

Café Europa, som ligger i hjertet af København, har gennem tiden jagtet kvalitet. Personalet uddannes inden for kaffebrygningens kunst og har vundet guldmedaljer i flere internationale baristakonkurrencer (en barista er en tjener, der

laver kaffe, som regel på en cafe, kaffebar eller restaurant). Café Europa har egen kaffeimport og -risteri med specielle udspecificerede kaffesorter på menukortet. I jagten på den bedste mælk deltog caféen i Danvifos Innovationslaboratorium. Formålet var i et konkret procesforløb at udvikle nye oplevelsesprodukter, der kan bruges som udgangspunkt for flere andre lignende situationer. Et af forsøgene førte til den biodynamiske naturmælk.

Værdien af skummende mælk

Det hele blev styret af forskere, der ikke har forstand på mælk og kaffe, men på økonomi og sociologi, og som er eksperter i organisering af en innovationsproces.

– Det er ikke forskerne, der har udviklet den biodynamiske naturmælk. Men de har påbegyndt, kørt og fastholdt en innovationsproces og gjort det muligt, at den måske i forvejen latente idé blev til virkelighed, forklarer Georg Julin. Han fortsætter: – Det her er en historie om, at oplevelsesinnovation ikke bare handler om selve oplevelsesvirksomheden, men kan være innovation i hele værdikæden fra råvare over industri og service til oplevelsen. Vores erfaring er i bund og grund her, at forskerne kan bidrage til innovation i virksomheder – samtidig med at de bliver klogere.

Det har krævet en ny mejeriteknik at give mælken den karakter, som gør den egnet til skum på kaffe. Man har også måttet finde landmænd, som kan levere den rigtige biodynamiske mælk. Biodynamiske produkter er økologisk dyrket, og der er krav i hele dyrkningen til korrekt gødning, så- og høsttidspunkter. En "værdi" der yderligere gør mælken interessant for Café Europas gæster, som i forvejen efterspørger god kvalitet og særlige oplevelser. Gæsterne kan nyde den fedtfattige mælk, mens den rette struktur er i skummet. Mælken giver oplevelsesværdi for "Caffè Latte-generationen" og den giver økonomisk værdi for caféen. #

Danvifo

Danvifo har arbejdet med flere projekter og cases med udgangspunkt i udkantsområdet Bornholm. Aktiviteterne strækker sig over teknologisk vidensoverførsel, IT-baserede løsninger til offentlige og private attraktioner, oplevelser med mobiltelefonen, transportsektorens muligheder for innovation, en masteruddannelse i oplevelsesledelse til vækstgrupper og klynger, som styrker små og mellemstore virksomheder på tværs af brancher, herunder Innovationslaboratoriet – biodynamisk letmælk til kaffe er et eksempel herpå.