

Senter for opplevelsesøkonomi

avd. BI Kristiansand



TYNGDEN DU TRENGER

BI

Hva er opplevelsesøkonomi

- Opplevelsesøkonomi handler om produksjon, distribusjon og konsum av opplevelsesbaserte produkter. Begrepet omfatter:
 - Kultur og opplevelsesbaserte varer og tjenester (f.eks film, dataspill, bøker, festivaler, turisme)
 - Hvordan gjører varer og tjenester (og regioner) mer attraktive (skape merverdi) gjennom å tilføre estetikk og opplevelser (f.eks designe kameramobiler med spill, opplevelser, etc)
 - *Opplevelsesindustri som en sektor*



Visjon

- Forskning på "Place making"
 - Kultur, forretning og opplevelses produksjon i en global konkurranse
 - Dette betyr for vår forskning:
 - Undersøke et gitt sted (place) og dets atmosfære
 - Utvikle og skape i tråd med "Nordic awareness on quality, design, sustainability and cultural and natural heritage"
 - Følge "*A Creative Green Paper for the Nordic Region*" Nordic Innovation Centre (November 2007).
 - Vi mener at sosial og kulturell balanse/stabilitet er avgjørende for økonomisk balanse og vekst.



Mål

- Forskningsbasert kunnskap og praksis skal være med å utforme handlingene.
- Kort tid fra forskning til handling ved å jobbe direkte mot aktører i næringslivet



Faglig fokus/Strategi

- Globalt
 - Nordisk og internasjonal inspirasjon (fritid, forretningsog turisme trender, stiler, marked, konkurranse, differensiering og sammenlikning)
- Omgivelser
 - Kulturell og industrielle omgivelser (museum, historie, etnologi, autensitet/"spirit" til et sted (place))
- Markedsføring
 - "Marketing aesthetics" – markedsestetikk
- Innovasjon ("co creation", forretningsmodeller, "recycling"/gjenbruk, hybridisering/allianser/relasjoner, attraksjones- produkt utvikling, "place making")
- Vår tid skal disponeres med:
 - 80 % forskning
 - 20 % formidling av resultater



Kompetanse

- **Sarah Holst Kjær**
 - Kursdesign, foredrag, undervisning, deltagerobservasjon og etnografi, attraksjonsutvikling, brukerstyret innovasjon, mellomromskomptanse næring og kultur, følgeforskning
- **Per Strömberg**
 - Forskning, utredning, undervisning, og guiding innenfor kunst, kultur, design og arkitektur, turisme og destinationsutvikling, kultur och näring
- **Tor Geir Kvinen**
 - Organisasjon, ledelse, Human Resource Management, prosjektledelse, coaching, co-creation
- **Kjetil Aukland**
 - Markedsføring, Merkevarer, Metode, Statistikk, Opplevelse, Kurs designe, undervisning, seminar designe, forskning/undersøkelser



Forskningsprosjekter

- Sarah
 - Seaports and Soft Values in the Experience Economy
- Per
 - "The Experience Economy of Ready-Made Spaces"
- Tor Geir
 - Co-creation en suksessfaktor i opplevelsesparker
- Kjetil
 - Opplevelse som virkemiddel for å differensiere og posisjonere en merkevare

