

## **LIVSSTILMAGASIN PÅ BORNHOLM**

***af Jørgen Hammer, formand for Bornholmske Borgerforeningers Samvirke og den lokale aktionsgruppe under Leader+på Bornholm***

Den 29. oktober udkommer Bornholms første livsstilmagasin på initiativ af Bornholmske Borgerforeningers Samvirke og Leader+. Magasinet vil fremover udkomme to gange årligt og vil i ord og billeder fokusere på den kulturelle egenart og regionale identitet, der stadig er tydelig på Bornholm. Magasinet henvender sig dels indad i et forsøg på at gøre os bevidste om kvaliteterne i det bornholmske samfund, dels mod vore mange gæster, der gennem Magasinet kan få en dybere forståelse af "tilstanden Bornholm" og vil endelig blive brugt som led i Bornholms tilflytterkampagner.

Internationalisering, koncentration, stordrift, urbanisering og pendling er nøgleord i den aktuelle udvikling vi oplever i Danmark, og som præger store dele af den vestlige verden. De afledte konsekvenser har været økonomisk vækst. Men prisen har været en affolkning af mange landdistrikter. Og i de mindre byer og landsbyer er udbudet af privat og offentlig service og arbejdspladser mange steder blevet så stærkt reduceret, at man ofte må udenbys for at få sine behov tilgodeset og pendle langt til sit arbejde. På det nye danmarkskort er de førhen så tydelige træk af landsdelenes regional kultur og identitet derfor som en naturlig følge heraf ved at blive udvisket.

Lige som andre landsdele i "det skæve Danmark" har heller ikke Bornholm oplevet en økonomisk vækst som den man oplever i vækstområderne og har de sidste 20 år mistet 10% af sine indbyggere. Men på grund af sin beliggenhed og størrelse og takket været turismen har Bornholm ikke oplevet nær den samme dramatiske ændring af det kulturelle landskab. Det vil vi på Bornholm søge at gøre til et aktiv.

På den baggrund søgte Bornholmske Borgerforeningers Samvirke i 2002 støtte fra Indenrigs- og Sundhedsministeriets Landdistriktspulje til udgivelsen af et livsstilmagasin. Ministeriet bevilgede 125.000 kr. og sammen med 200.000 kr. i støtte fra Leader+ har det skabt det økonomiske grundlag for udgivelsen af et halvårligt magasin, der sætter fokus på den kulturelle identitet på Bornholm.

Den praktiske del af opgaven blev lagt i hænderne på Konnect, et nystartet bornholmsk reklame- og kommunikationsbureau med en meget moderne grafisk linie. Beskrivelsen af den regionale kulturelle identitet skulle ikke være retrospektiv men pege fremad og beskrive en kvalitet, der i takt med at den forsvinder andre steder, vil nyde større og større bevågenhed. Vi har på Bornholm i dag noget vore gæster efterlyser og måske savner hjemme. Vi skal således være opmærksomme på og værne om nogle kvaliteter, vi måske ikke i dagligdagen selv er nok opmærksomme på.

Den redaktionelle linie blev lagt i hænderne på en redaktionskomité, hvori borgerforeningerne er repræsenteret ved tre medlemmer, Leader+ ved et medlem, Bornholms Landøkonomiske Forening ved et medlem, Bornholms Regionskommune

ved et medlem, Bornholms Museum ved et medlem foruden en af Bornholms ypperste journalister samt medarbejdere ved Konnect.

Første nummer rummer portrætter, artikler om bornholmske fødevarer herunder øl, snaps og vin, opskrifter, kunsthåndværk, bygningskultur og egnsfester. Ikke dækkende men en begyndelse, for stoffet synes mangfoldigt, når Bornholms kulturelle træk skal fanges i ord og billeder. Det skal med, at magasinet også indeholder annoncer, og at redaktionskomitéen kun har godkendt annoncer for virksomheder, med rod på Bornholm. Oplægget er på 12.000 eksemplarer halvårligt. Vinternummeret udkommer alene på dansk, medens sommernummeret både vil udkomme i en dansk, tysk og engelsk sprogversion.

*"Magasin Bornholm" kan bestilles ved [www.bornholmerkompagniet.dk](http://www.bornholmerkompagniet.dk) fra 30.10.2003*