



Regeringens Vækstmarkeds- strategi



Maj 2012

Regeringen

Indhold

Danske løsninger på vækstmarkedernes udfordringer	4
Målsætninger	6
1. Udbygning af forbindelserne med vækstmarkederne – styrkelse af netværk i Danmark	8
2. Eksportfremme	10
3. Finansiering	11
4. Nedbrydelse af barrierer	12
5. Markedsføring af danske styrkepositioner	13
6. Investeringsfremme	15
7. Samarbejde om forskning, innovation og uddannelse	16
Opfølgning	17

Danske løsninger på vækstmarkedernes udfordringer

Forskydningen af det globale, økonomiske tyngdepunkt mod BRIK-landene og andre vækstøkonomier medfører, at rammebetingelserne for Danmarks økonomiske vækst og velstand ændrer karakter. Allerede omkring 2025-30 ventes de fire BRIK-økonomier (Brasilien, Rusland, Indien og Kina) at have overhalet G7-økonomierne. De fire lande ventes sammen med USA og Japan at være verdens seks største økonomier i 2050. I 1990 var ingen af de fire BRIK-lande blandt verdens fem største.

De traditionelle markeder og samarbejdspartnere i Europa og USA vil fortsat spille en dominerende rolle for dansk udenrigshandel. I 2011 var den danske vareeksport til EU-landene og USA på 426 mia. kr., mens vareeksporten til BRIK og øvrige vækstmarkeder var på 57,5 mia. kr. Dansk eksport af varer til BRIK og øvrige vækstmarkeder udgør dermed 13,5 pct. af vareeksporten til EU og USA i 2011. Derfor vil regeringen også fortsat holde fokus på Danmarks nærmarkeder.

Men de hastigt fremvoksende økonomier - først og fremmest i Asien - vil få stadigt voksende betydning: Som afsætningsmarkeder, som konkurrenter, som samarbejdspartnere inden for uddannelse, forskning og udvikling, og som kilde til viden og investeringer. For at opnå høj vækst og beskæftigelse, som er forudsætninger for fremtidssikring af det danske velfærdssamfund, skal Danmark forholde sig aktivt til denne udvikling.

Regeringen ønsker, at vi skal op i et endnu højere gear hvad angår indsatsen på vækstmarkederne. Denne ambition indebærer, at Danmark skal være blandt de bedste til at udnytte de muligheder, som internationaliseringen giver til gavn for langsigtet, bæredygtig vækst og beskæftigelse. Samtidig skal vi være med til at påvirke den globale udvikling i en grøn, ressource-effektiv retning.

Vækstmarkedsstrategien anviser konkrete handlinger, hvor indsatsen fremover vil blive styrket til gavn for dansk eksport, samarbejde med vækstlandene og tiltrækning af investeringer. Strategien suppleres i første omgang af konkrete strategier for indsatserne i Brasilien, Rusland, Indien og Kina. I de kommende år vil regeringen fremlægge yderligere handlingsplaner for øvrige vækstmarkeder, som kræver en forstærket indsats.

Grundlæggende afspejler regeringens målsætning en erkendelse af, at Danmark – ligesom andre europæiske lande – bør gennemføre et strukturelt skift i sin udenrigsøkonomiske orientering: Økonomisk samarbejde, samhandel, forsknings- og innovationssamarbejde og investeringer med vækstmarkederne skal øges. Globaliseringen i form af billigere og hurtigere kommunikation og transport, handelsliberaliseringer og øget markedskonformitet gør denne ambition realistisk. Høj vækst giver i sig selv nye muligheder for udbygning af det økonomiske samarbejde, men høj vækst ledsages også af nye udfordringer på vækstmarkederne. Vandringen fra land til by kræver enorme investeringer i byggeri og infrastruktur, udfordrer vandforsyning, affaldsbehandling og energiproduktion. Og for at bremse de negative konsekvenser af klimaforandringerne stilles der bl.a. krav til øget energieffektivitet og en større satsning på vedvarende energi. Her har Danmark meget at tilbyde, idet danske styrkepositioner i vid udstrækning matcher vækstmarkedernes udfordringer.

Derfor vil regeringen i sin satsning prioritere en række områder, hvor Danmark har særlige kompetencer, og hvor der er særlige potentialer. Det gælder vand-, bio- og andre miljøløsninger, energi og klima, bæredygtige fødevarer, sundheds- og velfærdsløsninger, *Det Blå Danmark*, det kreative erhverv samt turisme og oplevelsesøkonomi. Også rådgiverbranchen og eksport af viden spiller en vigtig rolle på vækstmarkederne. På disse områder forventes efterspørgselen på vækstmarkederne at opleve kraftig vækst.

¹ Øvrige vækstmarkeder defineres i første omgang som Mexico, Sydafrika, Vietnam, Indonesien, Sydkorea og Tyrkiet, men andre vil kunne blive valgt til.

Vækstmarkederne får også gradvist større betydning for de internationale investeringer. Hidtil har investeringsstrømmene overvejende gået fra de udviklede økonomier til vækstmarkederne, men i takt med vægtforskydninger i den globale økonomi vil virksomheder fra vækstmarkerne også øge investeringer og opkøb i de avancerede økonomier. Regeringen vil sikre, at der kommer øget fokus på de muligheder og udfordringer, det skaber for Danmark. Formålet er at tiltrække øgede investeringer og kapital, som bidrager til at skabe vækst og beskæftigelse til Danmark.

Udviklingen nødvendiggør, at Danmark strategisk og konkret arbejder med at udnytte potentialerne på vækstmarkederne. Regeringen har i 2012-2013 afsat yderligere 50 mio. kr. til målrettede initiativer inden for eksport- og investeringsfremme, som skal føre til konkrete resultater for danske virksomheder på vækstmarkederne og i form af udenlandske investeringer fra disse markeder til Danmark.

Udviklingen i den samlede danske eksport bestemmes af faktorer i dansk økonomi, herunder virksomhedernes generelle rammebetingelser for erhvervsudøvelse, konkurrenceevne og evne til innovation, samt faktorer i udlandet, herunder den samlede efterspørgsel, graden af barrierer for indtrængning på markedet, danske virksomheders erfaringer og kontaktnet på markederne m.v. Særligt i forhold til vækstmarkederne, hvor staterne er involveret i økonomierne, spiller relationsopbygning samt statslige kontakter og eksport-fremme en rolle.

Regeringens vækstmarkedsstrategi er dog kun ét element i arbejdet med at styrke erhvervslivets indsats på vækstmarkederne. Sideløbende har regeringen lanceret Udviklingspakken, der adresserer de finansieringsudfordringer som bl.a. SMVer står overfor. Derudover har regeringen iværksat en ny offensiv erhvervs- og vækstpolitik, som skal bidrage til at styrke vækst og beskæftigelse i Danmark og dermed bidrage til at styrke samspillet mellem hjemlige forudsætninger og internationale udfordringer. Regeringen har desuden igangsat arbejdet med en innovationsstrategi, der skal styrke danske virksomheders innovationskapacitet samt en uddannelsesinternationaliseringsstrategi, der bl.a. skal fremme studentermobiliteten mellem Danmark og BRIK-landene. Samlet skal disse tiltag få Danmark tilbage som en konkurrencedygtig spiller på de globale markeder og sikre, at Danmark er et attraktivt investerings-, udviklings-

og produktionsland i Europa samt en attraktiv partner inden for forskning og udvikling.

Regeringen lægger vægt på, at aktiviteterne i Vækstmarkeds- og BRIK-strategierne gennemføres koordineret og i en løbende dialog med dansk erhvervsliv, forskningsverdenen og andre aktører om, hvordan deres aktiviteter bedst kan videreudvikles og understøttes for at opnå størst mulig gennemslagskraft på vækstmarkederne. De aktiviteter, som regeringen finansierer i forlængelse af strategien, skal koordineres bedst muligt med virksomhedernes investeringer – og gerne inden for rammen af innovative partnerskaber, hvor virksomheder og myndigheder sammen tilrettelægger og finansierer konkrete eksportfremmeaktiviteter. Dermed kan sikres bedre sammenhæng i indsatsen, så kvaliteten hæves, og et større udbytte af virksomhedernes og det offentliges investeringer sikres.

Danmark er en relativt åben økonomi, og udviklingen i eksporten har derfor stor betydning for landet. Nærmarkederne og USA udgør størstedelen af dansk vareeksport, mens vækstmarkederne kun udgør godt 9 pct. Danmark risikerer dermed at miste en del af den fremgang, som den store efterspørgsel på vækstmarkederne medfører i de kommende år.

Danmarks samarbejde med vækstlandene rækker naturligvis videre end samarbejde om udviklingen af de kommercielle relationer. For alle vækstlande gælder, at der derudover er en omfattende politisk dialog om alle spørgsmål, herunder menneskerettigheder, globale spørgsmål om den økonomiske og finansielle udvikling, sikkerhed, terrorbekæmpelse og klimaforandringer. Og også her har vi med vores lange tradition for folkestyre, respekt for menneskerettigheder og social ansvarlighed noget at byde på i forhold til den udvikling, vækstlandene går igennem.

Danske virksomheder er gode til at arbejde ansvarligt og overholde internationale retningslinjer som f.eks. menneskerettighederne som en naturlig og integreret del af deres forretning. Regeringen har med sin handlingsplan for virksomheders samfundsansvar - Ansvarlig Vækst - understreget ambitionen om, at danske virksomheder fortsat skal være i front som drivkraft, når det gælder global ansvarlighed overfor arbejdstager- og menneskerettigheder, miljøstandarder og i kampen mod korruption. På mange vækstmarkeder har danske virksomheder været i stand til at udnytte disse høje standarder som et positivt konkurrenceparameter.

Målsætninger

I et tæt samspil med dansk erhvervsliv og andre aktører vil regeringen over de kommende fem år (2012-2016) arbejde for:

- At vareeksporten til vækstmarkederne øges med mere end 50 pct. i perioden 2011 til 2016.
- At væksten i dansk vareeksport til vækstmarkederne mellem 2011-2016 kommer på niveau med de bedste EU-lande² således, at Danmark bevarer sin relative markedsandel i forhold til de bedste EU-lande.
- At Danmark bevarer og udbygger sin førerposition inden for serviceeksport til vækstmarkederne.
- At vækstmarkederne i perioden 2011-2016 investerer mindst dobbelt så meget i Danmark som i den foregående femårsperiode, 2005-2010³.

Potentialet for at øge dansk eksport til vækstmarkederne er betydeligt. Set over de seneste seks år, fra 2005-2011, er den danske eksport til disse lande øget fra ca. 31 mia. kr. til ca. 57,5 mia. kr., svarende til en vækst på godt 80 pct., hvor den samlede danske vareeksport til sammenligning kun steg ca. 20 pct. Hermed udgjorde vareeksporten til vækstlandene i 2011 ca. 9½ pct. af den samlede danske vareeksport i forhold til ca. 6 pct. i 2005 og 5¼ pct. i 2001. På trods af denne betydelige stigning har Danmark ikke været i stand til at fastholde sin markedsandel på vækstmarkederne set i forhold til de bedste EU-lande: Hvor Danmark i 2001 stod for ca. 3,1 pct. af de bedste EU-landes eksport til vækstmarkederne, var denne andel faldet til 2,6 pct. i 2011. Målsætningen om, at vækstraterne i Danmarks eksport til vækstmarkederne skal komme på niveau med de bedste EU-lande, er derfor udtryk for en ændring af en 10-årig tendens til tab af markedsandele i forhold til de bedste EU-lande. Afhængig af eksportvæksten til Danmarks øvrige eksportmarkeder indebærer målsætningen, at Danmarks vareeksport til vækstlandene vil øges fra at udgøre 9½ pct. i 2011 af Danmarks samlede vareeksport til at udgøre omkring 11 pct. i 2016⁴ og være vokset til omkring 85-90 mia. kr.

I den udstrækning dansk eksport til nærmarkederne er udtryk for underleverancer til udenlandske eksportørers eksport til vækstmarkederne, er der endvidere tale om indirekte dansk eksport til vækstmarkederne. Denne indirekte danske eksport indgår dog ikke i opgørelsen ovenfor.

For så vidt angår serviceeksporten, herunder især søfart, har Danmark en betydelig førerposition i forhold til de bedste EU-lande. Regeringen prioriterer, at denne førerposition bevares og udbygges.

Endvidere vil regeringen prioritere at tiltrække direkte investeringer fra vækstmarkederne. I perioden 2005 til 2010 blev vækstmarkedernes investeringer i Danmark øget med ca. 43 pct., men udgjorde alligevel i 2010 alene ca. 1,5 pct. af

² Østrig, Belgien, Tyskland, Finland, Nederlandene og Sverige.

³ Der er alene tilgængeligt data til og med 2010.

⁴ Det forudsættes her, at væksten i den øvrige eksport er 4 pct. årligt.

de samlede indgående FDI til Danmark. Det er målet i den kommende 5-årsperiode at fordoble investeringerne.

Målsætningerne er ambitiøse, men vurderes at være mulige at indfri, da efterspørgslen fra vækstøkonomierne forventes at stige markant. Samtidig forventes efterspørgsleens sammensætning gradvist at komme i bedre overensstemmelse med danske styrkepositioner, efterhånden som BRIK-økonomierne bliver mere avancerede, velstands-niveauet øges og kravet om bæredygtighed bliver mere dominerende.

De løsninger, som danske virksomheder og andre aktører i forskningsverdenen og den offentlige sektor har udviklet til brug for avancerede økonomier og kritiske forbrugere i Europa og USA, vil gradvist også blive mere efterspurgt i BRIK-landene. Energi- og velfærdsteknologi, fødevarer og agroindustri, avancerede maskiner og styringssystemer, vand- og miljøteknologier, logistik og søfart m.v. er åbenlyse indsatsområder. Hertil kommer nicheprodukter og nicheservices, som kan have en særlig målgruppe. Det giver bedre muligheder for at afsætte høj kvalitetsprodukter og avanceret teknologi, men udnyttelse af markedspotentialet kræver specifik markedsforståelse, og forudsætter ofte produkttilpasning og nye forretningsmodeller.

Konkret omfatter regeringens tilgang til en forstærket indsats på vækstmarkederne følgende områder, som er identificeret i dialog med danske aktører på markederne:

- Udbygning af forbindelserne med vækstmarkederne - styrkelse af netværk i Danmark
- Eksportfremme
- Finansiering
- Nedbrydelse af barrierer
- Markedsføring af danske styrkepositioner
- Investeringsfremme
- Samarbejde om forskning, innovation og uddannelse

1. Udbygning af forbindelserne med vækstmarkederne – styrkelse af netværk i Danmark

Et gennemgående træk ved mange vækstlande er en stor statslig involvering og styring. Danmark har både nationalt og i kraft af EU et stærkt og bredt favnende samarbejde med vækstlandene, som udover det kommercielle samarbejde omfatter politisk dialog og samarbejde. Udbygningen heraf – hvad enten det drejer sig om samarbejde om fremme af retsstatsprincipper, bekæmpelse af terror og pirater eller sikkerhedspolitisk dialog – har en stor betydning for forholdet til landet og dermed indirekte for mulighederne for at videreudvikle også de kommercielle forbindelser. Omvendt indebærer det også, at tiltag i Danmark kan få negativ indflydelse på mulighederne for at udvikle samarbejdet.

En anden væsentlig konsekvens af statens rolle i disse lande er betydningen af en markant officiel dansk tilstedeværelse dels gennem besøg af kongehuset og danske ministre dels den permanente tilstedeværelse af danske repræsentationer for at sikre dansk erhvervsliv og andre aktører adgang, kontakter og gode vilkår. For at opnå det fulde potentiale og et godt fodfæste for danske virksomheder og andre aktører vil regeringen prioritere en markant tilstedeværelse både i form af tætte kontakter og hyppig besøgsudveksling og permanent tilstedeværelse i form af repræsentationer på vækstmarkederne. Der vil blive anlagt en strategisk tilgang til afvikling af besøg med det mål at sikre, at besøgene kan bidrage til konkrete resultater for danske aktører, og at vækstmarkederne bliver dækket bredt.

Prioriteringen af sådanne tiltag fra den danske regerings side bygger på en stærk efterspørgsel fra danske aktørers side, først og fremmest danske virksomheder, der ofte har stor gavn af formelle erhvervsfremstød og veletablerede mellemstatslige aftaler, som kan anvendes som grundlag for at overkomme konkrete markedshindringer og udfordringer. Styrkelsen af de statslige forbindelser vil skulle suppleres af tiltag, som skaber direkte kontakter/matchmaking mellem danske aktører, herunder SMVer, og deres counterparts på vækstmarkederne.

Regeringens indsats vil skulle understøtte og give nye muligheder for virksomhedernes, forskningsverdenens og andre aktørers indsatser. Der er i de senere år indgået strategiske partnerskabsaftaler på ministerniveau med BRIK-landene og enkelte andre lande. Disse er i nogen udstrækning suppleret af sektorspecifikke aftaler mellem ministerier og statslige institutioner. For flere af landene er oprettet konkrete samarbejdsfora under forsæde af ministre fra Danmark og vækstlandet, som arbejder på at udbygge relationerne og løse konkrete problemer.

Opbygningen af stærke relationer med vækstmarkederne vil kræve en aktiv politisk indsats, da der er stor konkurrence om vækstmarkedernes opmærksomhed. Fokus skal derfor være på de områder, hvor Danmark har noget at byde på, og som gør Danmark til en interessant samarbejdspartner.

Sideløbende vil der være behov for at udbygge samarbejdet i Danmark mellem danske aktører for at kunne udveksle erfaringer og tilbyde bredt sammensatte løsninger på tværs af virksomheder og forskningsindsatser.

Endelig er der behov for generelt at bidrage til at styrke alle aktørers viden om muligheder og forretningstilgange på vækstmarkederne.

Regeringen vil:

- gennemføre hyppige besøg af ministre på vækstmarkederne med det formål at styrke relationsopbygningen gennem dialog med beslutningstagere og synliggørelse af danske kompetencer og styrker. Der vil blive anlagt en strategisk tilgang til afvikling af besøgene med det mål at sikre, at vækstmarkederne bliver dækket bredt.
- indgå strategiske partnerskabsaftaler på regeringsniveau, som grundlag for udbygning af relationerne, hvor det ikke allerede er sket, og understøtte disse med samarbejdsaftaler på specifikke områder, hvor der er danske interesser på spil, f.eks. aftaler om samarbejde inden for sektorer eller mellem forskningsinstitutioner.
- etablere samarbejdsfora på regeringsniveau for at styrke dialogen, understøtte samarbejdet og løse konkrete udfordringer.
- understøtte udviklingen af netværk og partnerskaber mellem aktører i Danmark og vækstlandene – det være sig erhvervslivet, forskningsverdenen, universiteter og uddannelsesinstitutioner, decentrale myndigheder osv. med henblik på konkret samarbejde f.eks. gennem indgåelse af aftaler.
- tiltrække flere udenlandske ministre, indflydelsesrige erhvervsfolk og medier for at gøre opmærksom på dansk viden og løsninger.
- understøtte etableringen af netværk i Danmark eller på vækstmarkedet mellem forskellige danske aktører, som kan udveksle erfaringer og samarbejde om tiltag til vækstmarkederne som f.eks. Danish Chinese Business Forum.

2. Eksportfremme

Eksporten er i høj grad grundlaget for vores velfærdssamfund. Eksporten svarer i dag til 50 pct. af Danmarks BNP og er grundlaget for omkring 700.000 arbejdspladser. Den danske eksport gør det altså godt, men regeringen ønsker, at den i de kommende år skal op i et endnu højere gear. Derfor tager regeringen en række målrettede initiativer, som fører til konkrete resultater for danske virksomheder.

Den danske eksport til vækstmarkederne genereres i dag i høj grad af de større danske virksomheder. Regeringen vil arbejde for, at flere små og mellemstore virksomheder også tager skridtet ud på vækstmarkederne.

Regeringen ønsker endvidere, at endnu flere virksomheder deltager i de fælles eksportfremstød, som bidrager til at åbne døre på vækstmarkederne. I dag er andelen af SMV-deltagere i fremstødene 60 pct. Disse fremstød skal fremover udvikles yderligere, så de i højere grad målrettes de danske styrkepositioner og vækstmarkederne.

En væsentlig fælles barriere i BRIK-landene er den tætte sammenvævning af politik og handel, som vi ikke er vant til på Danmarks nærmarkeder. Det stiller større krav til lokalkendskab, både for virksomhederne og for eksportfremmeindsatsen inden for bl.a. barrierenedbrydning, markedskendskab, sektorekspertise, finansiering, økonomisk risiciminimering og public affairs indsatser, herunder intellektuel ejendomsret (IPR) og virksomhedsansvarlighed (CSR). Regeringen vil på udvalgte markeder styrke den lokale rådgivning til de danske virksomheder.

Endelig savner danske virksomheder ofte redskaber, der sætter dem i stand til i fællesskab at sælge store projekter på vækstmarkederne. Der er behov for at skabe alliancer, som sætter virksomhederne i stand til at vinde store projekter på vækstmarkederne. Målet er at reducere omkostningerne for virksomhederne, samt at skabe synlighed og synergi i de fælles indsatser.

Regeringen vil:

- øremærke 50 pct. af eksportfremstødsmidlerne til BRIK-markederne og nye vækstmarkeder, ligesom fremstødene i højere grad vil blive prioriteret i forhold til regeringens satsningsområder.
- i dialog med virksomheder og organisationer arbejde for, at andelen af SMV'er, som benytter sig af fremstødsordningen, øges.
- videreudvikle Eksportrådets programmer Eksportstart Vækst og Vitus Vækst, således at endnu flere SMV'er får succes på vækstmarkederne.
- styrke Udenrigstjenestens tilstedeværelse på udvalgte vækstmarkeder med fokus på barrierenedbrydning, markedskendskab, sektorekspertise og public affairs indsatser, herunder IPR og CSR.
- udvikle tiltag, der understøtter fælles salgsindsatser målrettet konkrete forretningsmuligheder på vækstmarkederne.

3.

Finansiering

Adgang til eksportfinansiering og risikovillig kapital spiller en stadig større rolle som konkurrenceparameter. Det gælder både på nær- og vækstmarkederne. I en situation hvor det private marked er mere tilbageholdende, er det særligt vigtigt, at der er alternative muligheder for virksomhederne. Derfor blev Udviklingspakken vedtaget i marts 2012. Pakken indebærer, at eksportlåneordningen, som administreres af Eksport Kredit Fonden (EKF), udvides med 15 mia. kr. til en samlet ramme på i alt 35 mia. kr. Samtidig styrkes EKF's muligheder for at yde eksportgarantier og dermed understøtte eksportordre for danske virksomheder, herunder også danske SMVer, for mindst 20 mia. kr. Initiativerne vil bidrage til en markant styrkelse af eksportfinansieringen for danske virksomheder, og samtidig bidrage til, at flere virksomheder kan udnytte de nye vækstmuligheder, der findes på alle vækstmarkederne. Endvidere har regeringen via EKF's aftale med PensionDanmark om tilvejebringelse af kapital til eksportfinansiering sikret yderligere eksportfinansiering for 10 mia. kr.

Der er blandt virksomhederne og deres kunder et manglende kendskab til, hvilke finansieringsmuligheder, herunder til eksport og investeringer, de reelt har adgang til fra Danmark samt lokalt og internationalt, herunder løsninger inden for eksportkredit, kreditforsikring, joint venture aktiekapital, bistand, multilaterale kilder og garanti af investeringer. Øget kendskab til finansieringsløsninger samt viden om, hvordan de kan spille sammen med virksomhedernes normale bankforbindelser kan hjælpe til at styrke finansieringsmulighederne og dermed konkurrenceevnen på vækstmarkederne.

Det kan være afgørende for virksomhedernes langsigtede vækstmuligheder, f.eks. af hensyn til afsætning eller indgåelse af forsknings- og udviklingssamarbejde, at virksomhederne kan etablere sig på vækstmarkederne. Industrialiseringsfonden for Udviklingslandene (IFU) har mulighed for at bistå med aktie- og lånekapital samt rådgivning i joint ventureprojekter med danske partnere på vækstmarkeder med en pr. capita indkomst på op til 6.138 USD. Disse muligheder er blevet udvidet fra marts 2012 med dannelsen af

en ny fond "IFU Investment Partners", hvor private institutionelle investorer har indskudt kapital til co-finansiering af IFU-projekter. Denne fond, som administreres af IFU, skal således investere aktiekapital i projekter, som danske virksomheder etablerer i samarbejde med IFU.

GoGlobal, som er et samarbejde mellem Danida, Eksportrådet, Industrialiseringsfonden for Udviklingslandene (IFU) og Eksport Kredit Fonden (EKF), har netop til formål at tilbyde rådgivning om og finansieringsmuligheder til danske virksomheder, der ønsker at eksportere eller etablere sig i udlandet, herunder i vækstmarkederne.

Regeringen vil:

- sikrer med Udviklingspakken et højt niveau for eksportfinansiering i de kommende år. Eksportlåneordningens ramme udvides med 15 mia. kr. til i alt 35 mia. kr., og samtidig får EKF mulighed for at yde eksportgarantier for yderligere mindst 20 mia. kr. i de kommende år.
- vil igennem Eksport Kredit Fonden (EKF) fortsætte bestræbelserne på i fællesskab med pensionssektoren at tilvejebringe yderligere eksportfinansiering til danske virksomheder.
- vil etablere et fælles rådgivningsteam for finansiering i København i et samarbejde mellem Eksport Kredit Fonden (EKF) og Eksportrådet. Initiativet skal styrke danske virksomheders viden om og adgang til eksport- og investeringsfinansiering. Initiativet vil omfatte etablering af et rådgivningsteam for finansiering i København samt et hold af specialiserede eksport- og finansieringsrådgivere på danske repræsentationer på vækstmarkederne.
- vil styrke GoGlobal-samarbejdet, herunder ved at virksomhedernes kendskab til GoGlobal-organisationernes tilbud forbedres. Dette gælder særligt markedsføringen af GoGlobal over for SMV-segmentet.

4

Nedbrydelse af barrierer

Danske virksomheder står overfor en række barrierer på vækstmarkederne. Nogle er specifikke for det enkelte marked. De knytter sig til alt lige fra direkte handelshindringer i form af told og import- og eksportrestriktioner, tekniske handelshindringer, mangelfuld beskyttelse af intellektuelle ejendomsrettigheder samt egentlig diskriminerende foranstaltninger.

Andre går igen fra marked til marked. Det gælder i særdeleshed de generelle udfordringer med komplicerede bureaukratiske processer og vilkårlighed i administrationen samt den ulige implementeringspraksis i forskellige regioner i de enkelte lande. Disse barrierer gælder som udgangspunkt også for andre europæiske virksomheder.

Barriererne har ofte en sådan karakter, at de sjældent afvikles som følge af Danmarks egen ageren i forhold til det enkelte land. For Danmark udgør EU-samarbejdet derfor en særlig ramme for arbejdet med at nedbringe og minimere effekterne af barriererne.

Regeringen vil:

- udvikle og styrke indsatsen for at forbedre markedsadgangen og nedbryde handelsbarrierer. Det sker overordnet via "markedsadgangskomiteen" under EU Kommissionens generaldirektorat for handel, hvor væsentlige barrierer af relevans for danske virksomheder gøres til prioriterede indsatsområder for EUs arbejde.
- styrke brugen af de internationale forhandlinger om frihandelsaftaler og sektoraftaler til at nedbryde de barrierer, som er mest relevante for dansk erhvervsliv. Det indebærer bl.a. en tidlig indsats for at identificere de væsentligste danske interesser i en evt. handelsaftale med høring af erhvervsorganisationerne og aktiv involvering af Eksportrådets Global Public Affairs netværk samt opfølgende indsats.
- anvende bilaterale møder med inddragelse af ressortministre på relevante sektorområder, herunder de blandede komitéer, til at markere de væsentligste barrierer for danske virksomheder og skabe konkrete løsninger.
- styrke rådgivningen om rammebetingelser og barrierer på de enkelte vækstmarkeder.

5

Markedsføring af danske styrkepositioner

Danmark er i hård konkurrence om markedsandele, investeringer, talenter og turister fra vækstmarkederne. En vigtig faktor for at Danmark klarer sig godt i denne konkurrence, er, at vækstlandene har et godt kendskab til Danmark, danske produkter, styrker, kompetencer og værdier.

Hvis Danmark skal udnytte de økonomiske potentialer på vækstmarkederne, er der behov for at styrke kendskabet til Danmarks erhvervsmæssige styrkepositioner, i særdeleshed på de områder, hvor der er et match mellem efterspørgslen på vækstmarkederne og danske styrkepositioner. Her kan der i fremtiden genereres vækst. Mange af de lande, vi normalt sammenligner os med, står med den samme udfordring. Derfor er der udsigt til skarp konkurrence om vækstmarkedernes opmærksomhed i de kommende år.

Den fremadrettede markedsføringsindsats skal have øget målgruppefokus og give mulighed for en endnu skarpere sektorspecificering tilpasset de enkelte vækstlande. Fokus vil være på de instrumenter og kompetencer, der erfaringsmæssigt har vist sig at fungere effektivt, herunder den sektorspecifikke indsats i regi af offentlig-private markedsføringskonsortier (partnerskaber) og tværgående indsatser i regi af eksport- og investeringsfremmearbejdet, public diplomacy og presseindsatsen, der sikrer øget omtale af danske kompetencer og løsninger i internationale medier. Danmarks globale repræsentationsnetværk vil have en vigtig rolle i dette arbejde. Indsatsen skal sikre øget kendskab til netop de løsninger, som Danmark kan tilbyde vækstmarkederne inden for f.eks. grøn vækst, sundheds- og velfærdsløsninger, fødevarer samt de kreative erhverv.

Indsatsen vil tage afsæt i de markedsføringsinitiativer, vi ved virker, og vil resultere i en tætkoordineret aktivitet, der involverer relevante statslige og private aktører, hvor der arbejdes for, at de udførende markedsføringskonsortier i højere grad retter deres fokus på vækstmarkederne. Et vigtigt element vil ligeledes være danske virksomheders arbejde med samfundsansvar på den globale markedsplads. Danske virksomheder er allerede gode til at arbejde ansvarligt og overholde internationale retningslinjer som f.eks. menneskerettighederne som en integreret del af deres forretning. Det er en dansk styrkeposition, som skal udbygges og udnyttes, så Danmark og danske virksomheder er kendt for ansvarlig virksomhedsadfærd, og bruger dette til at skabe ny vækst.

Derudover vil der være fokus på at tiltrække turister, såvel ferie- som erhvervsturister, idet de høje vækstrater i vækstlandene skaber grobund for øget turisme fra disse lande. Dertil kommer, at turister fra vækstlandene hører til den gruppe, der har det højeste døgnforbrug på deres rejse, når de besøger Danmark. Hver gang en ny flyrute tiltrækkes til Danmark, har det betydning for dansk turisme og dermed også for dansk økonomi.

Mulighederne for at søge om visum til Danmark er en vigtig konkurrenceparameter i kampen om at tiltrække investeringer, handel og turisme fra vækstlandene. For at styrke virksomhedernes forretningsmuligheder og styrke det danske turisterhverv vil regeringen derfor gennemføre en gennemgribende revision af de danske visumregler, der skal sikre, at reglerne bliver tidssvarende og i tråd med reglerne i vores nabolande. Der er i den anledning nedsat en tværministeriel arbejdsgruppe, der med inddragelse af repræsentanter for erhvervslivet skal se nærmere på de danske visumregler i forhold til visumreglerne i vores nabolande, navnlig med henblik på om muligt ad denne vej at styrke danske virksomheders og det danske turisterhvervs konkurrenceevne og understøtte bestræbelserne på at fastholde og tiltrække udenlandske investeringer og internationale organisationers tilstedeværelse i Danmark. Det er endvidere et højtprioriteret mål for regeringen at få løst de aktuelle problemer med de opsagte repræsentationsaftaler på visumområdet med andre lande.

Kendskab til dansk kultur er et led i det arbejde, der skal synliggøre danske kompetencer og værdier i vækstlandene. Regeringen lægger derfor stor vægt på en styrket eksport af dansk kultur til disse markeder. For at understøtte kultureksporten vil der konkret i regi af Det Internationale Kulturpanel blive arbejdet på en strategi for styrket kulturudveksling med først og fremmest BRIK-landene.

Regeringen vil:

- øge vækstlandenes kendskab til danske styrkepositioner, som skal drive fremtidens vækst, herunder grøn vækst, sundheds- og velfærdsteknologi, fødevarer og de kreative erhverv.
- arbejde for, at der via de eksisterende markedsføringskonsortier gennemføres konkrete tiltag rettet mod vækstmarkederne, herunder øge kendskabet til danske produkter og løsninger, Danmark som attraktivt investeringsland, turistmedestination samt uddannelses- og arbejdsland.
- arbejde for at styrke virksomhedernes arbejde med samfundsansvar, så Danmark og danske virksomheder er kendt for ansvarlig virksomhedsadfærd.
- aktivt arbejde for at fremme tilgængeligheden til Danmark, f.eks. ved tiltrækning af nye flyruter til Danmark og fortsatte forbedringer på visumområdet.
- styrke kulturudvekslingen med de enkelte vækstlande som BRIK og Sydafrika.

6. Investeringsfremme

Gennem de seneste syv-otte år er vækstmarkederne begyndt at spille en væsentlig rolle som investorer. Ikke mindst BRIK-landene spiller i dag en markant anden rolle som kilde til udenlandske direkte investeringer (FDI). BRIK-landenes andel af de globale udgående FDI er vokset fra 2 pct. i 2002 til 11 pct. i 2010. Det afgørende nye er Indiens fremkomst som kilde til FDI og ikke mindst Kinas stærkt stigende andel af globale udgående FDI.

For Danmark åbner denne udvikling interessante perspektiver. Invest in Denmark har under Handlingsplanen for Offensiv Global Markedsføring af Danmark siden 2007 styrket investeringsfremmeindsatsen i Kina og Indien, og det har givet positive resultater bl.a. i form af tiltrækning af udenlandske investeringer og dermed arbejdspladser til Danmark.

Mens det generelle niveau for indgående udenlandske investeringer (FDI) stort set har stået stille siden 2003, har Danmark i de senere år formået at tiltrække flere investeringer fra vækstmarkederne. De indgående FDI fra vækstmarkederne ligger dog fortsat på et beskedent niveau. For eksempel udgjorde vækstmarkedsandelen blot ca. 1,5 pct. af de samlede indgående FDI. I 2010 var de indadgående investeringer fra vækstmarkedslandene på 10,7 mia. kr. Det er en stigning på ca. 43 pct. i den femårige periode fra 2005-2010.

Det er regeringens ambition, at Danmark i endnu højere grad drager nytte af vækstmarkedernes stigende investeringsaktivitet. Regeringen vil derfor styrke investeringsfremmeindsatsen på vækstmarkederne, hvor billedet af Danmark og danske styrkepositioner skal markedsføres for at tiltrække udenlandske investorer til at placere forskning og udvikling, produktion og arbejdspladser i Danmark.

Regeringen vil:

- styrke investeringsfremmeindsatsen i Asien gennem flere opsøgende aktiviteter også på politisk niveau og gennem ansættelse af flere lokale investeringsrådgivere under Invest in Denmark.
- gennemføre en afdækning af investeringsfremmepotentialet på øvrige vækstmarkeder.
- styrke den investeringsfaglige ekspertise i Danmark gennem etablering af en "vækstmarkeds-salgfunktion" i Invest in Denmark, som med udgangspunkt i København og i samarbejde med de danske repræsentationer proaktivt vil opsøge potentielle investorer på de vækstmarkeder, hvor Invest in Denmark ikke er repræsenteret ved egne medarbejdere.

Vækstmarkedspotentialet vil endvidere indgå i Regeringens generelle indsats for at styrke tiltrækningen af udenlandske investorer.

⁵ Den styrkede investeringsfremmeindsats vil fokusere på en bredere landekreds end den øvrige strategi, idet potentialet for tiltrækning af investeringer typisk er størst på de mere modne vækstmarkeder.

7

Samarbejde om forskning, innovation og uddannelse

Hvis Danmark skal have det fulde udbytte af den høje vækst, er det vigtigt, at danske virksomheder har adgang til den rette viden og de rette kompetencer. Vækstlandene investerer generelt kraftigt i forskning og uddannelse, og investeringerne er i absolutte tal på et langt højere niveau end i Danmark. Det er derfor afgørende, at Danmark på forsknings- og uddannelsesområdet får del i den udvikling i form af et øget samarbejde. Et øget samarbejde på forsknings- og uddannelsesområdet vil, udover at bidrage til at styrke danske forsknings- og uddannelsesinstitutioner, have en positiv afsmittende effekt på danske virksomheders innovation, tiltrækning af talent samt markedsføring af produkter og services – og dermed dansk eksport og investeringsfremme.

Regeringen vil derfor sikre, at danske virksomheder har adgang til eksport- og markedsrådgivning på vækstmarkederne og til innovationsrådgivning på udvalgte markeder, der kan give adgang til førende videns-, forsknings- og innovationsmiljøer. De danske innovationscentre tjener som lettilgængelige platforme for adgang til globale innovations-samarbejder med vægt på forskning og udvikling. Innovationscentret i Shanghai og teknologi- og forsknings-attachéen i São Paulo giver dansk erhvervsliv og danske forskere mulighed for at koble sig op på internationale forsknings- og udviklingsnetværk på deres vej "fra viden til vækst".

Et vigtigt aspekt er en styrkelse af forsknings- og uddannelsessamarbejdet mellem Danmark og vækstlandene. En indsats - i form af flere aftaler med udvalgte lande og bedre rammer for udveksling på uddannelsesområdet - og for større mobilitet mellem landene vil kunne understøtte, at flere danske forskere etablerer værdifulde netværk og partnerskaber med udenlandske kolleger, og studerende får kendskab til vækstmarkederne og styrket deres sprogkundskaber. Ligeså udgør internationale studerende, der læser i Danmark, og således allerede har kendskab til dansk samfunds- og arbejdskultur et stort potentiale, hvis de kan fastholdes til gavn for danske virksomheder i og uden for Danmark. Der eksisterer allerede et udbygget samarbejde

med visse vækstlande, f.eks. Kina og Brasilien. I forhold til andre vækstlande, som f.eks. Rusland og Indien, vil regeringen iværksætte en kortlægning af mulighederne og potentialet for et udbygget samarbejde.

Danmark skal gøres endnu mere attraktivt, så vi bliver bedre til at tiltrække internationale talenter og kvalificeret udenlandsk arbejdskraft. Ligesom de danske videregående uddannelsesinstitutioner skal fremstå som attraktive samarbejdspartnere på et tiltagende konkurrencepræget globalt uddannelses- og arbejdsmarked.

Regeringen vil:

- videreudvikle og yderligere målrette innovationsindsatsen i Kina og Brasilien med henblik på at give danske virksomheder adgang til eksport- og markedsrådgivning på vækstmarkederne og til innovationsrådgivning på udvalgte markeder.
- styrke studentermobiliteten mellem Danmark og BRIK-landene.
- styrke fastholdelsen af talent fra vækstmarkederne ved at identificere og søge at udbedre barrierer og ikke mindst opfordre uddannelsesinstitutioner og virksomheder til at samarbejde om f.eks. studiejob og praktikpladser.
- undersøge mulighederne for at igangsætte et Top Talent program i Brasilien, i lighed med det pilotprojekt, der p.t. kører i Kina indtil udgangen af 2012.
- iværksætte en kortlægning af muligheder og potentialet for et udbygget forsknings- og uddannelsessamarbejde med Indien og Rusland.

Opfølgning

Regeringen vil på baggrund af drøftelser med relevante aktører i Danmark hvert år i maj gøre status for gennemførelsen af vækstmarkedsstrategien og de konkrete landestrategier for at vurdere fremskridt og fremlægge evt. yderligere tiltag for at sikre målopfyldelsen.

Regeringens Vækstmarkedsstrategi

2011/2012 : 11

Såfremt spørgsmål kan henvendelse rettes til:

Erhvervs- og Vækstministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf. : +45 33 92 33 50

Udenrigsministeriet
Asiatisk Plads 2
1448 København K
Tlf.: +45 33 92 00 00

Elektronisk publikation

978-87-92727-63-3

Design

e-Types & India

Foto

Visit Denmark

Web

Publikationen kan hentes på
www.um.dk og www.evm.dk