

UDENRIGSMINISTERIET

Den 21 . juni 2012

Spørgsmål fra Erhvervs-  
Vækst- og Eksportudvalget til  
handels- og  
investeringsministeren.  
Spørgsmålet er stillet under  
handels- og  
investeringsministerens  
samråd i Erhvervs- Vækst – og  
Eksportudvalg den 29. maj  
2012. Til skriftlig besvarelse.

#### Spørgsmål

Ministerens bedes kommentere på Tyskland som eksportmarked samt på DI's seneste analyse af eksportpotentialet på det sydtyske marked (DI Business nr. 14 - 23. april 2012, side 3)

#### Svar

##### Eksportpotentialet i Tyskland

Den geografiske nærhed, de godt 82 mio. indbyggere samt EU-medlemskabets eliminering af handelsbarrierer er åbenlyse forhold, der længe har gjort Tyskland til et interessant eksportmarked for danske virksomheder. Væksten i den tyske økonomi, der både har sat gang i produktionen, privatforbruget og eksporten, er en yderligere faktor, der gør Tyskland attraktiv som eksportmarked. Den positive økonomiske udvikling, der begyndte at tage fart i midten af 00'erne, har åbnet, og åbner stadig, eksportpotentialer for danske virksomheder, der agerer både underleverandører til den tyske produktionssektor og leverandører for den stigende efterspørgsel på det tyske marked.

Selvom også den tyske økonomi blev ramt af den globale finansielle krise i 2009, har den formået at komme sig forholdsvis hurtigt. Siden krisen har realvæksten i det tyske BNP ligget på hhv. 3,7 % og 3,0 % i 2010 og 2011. I 2011 lå den samlede tyske BNP på 2.570,8 mia. euro.

Med en størrelsesorden på 1.060 mia. euro var den tyske vareeksport i 2011 kommet op over niveauet før krisen. Fra 2009 til 2011 var eksporten således steget med hele 24,2 %. Samtidig lå det samlede tyske privatforbrug i 2011 på 1.473 mia. euro. Det er en stigning på 1,4 % ift. 2010. Privatforbruget og eksportstigningen har sat skub i den tyske produktionssektor. Fra kriselavpunktet i april 2009 til de seneste tal fra april 2012 er industriproduktionen steget med 23,8 %. Den tyske produktionssektor omsatte således i 2010 for 1.750.129 mia. euro, hvoraf 56,6 % blev omsat i materialeanskaffelsen, herunder underleverancer.

Disse faktorer er interessante for danske virksomheder, der enten som underleverandører bruger den tyske produktionssektor som springbræt til både det tyske marked og de tyske eksportmarkeder eller direkte eksporterer færdigvarer til de tyske slutforbrugere.

Eksporttallene viser, at danske varer er konkurrencedygtige og efterspurgte på det tyske marked. Tyskland er den største aftager af danske eksportvarer. Eksporten er, efter en tilbagegang under den finansielle krise i 2009, støt stigende. I 2011 steg den danske vareeksport til Tyskland med 8 % og endte med et årsresultat på godt 96,8 mia. kroner. Således ligger eksporten nu tæt på niveauet fra rekordåret 2008, før krisen satte ind. En tilvækst i vareeksporten i januar og februar måned 2012 på 13 % ift. samme periode året før viser, at eksporten også i 2012 er kommet godt fra start.

Dette underbygges yderligere af aktuelle prognoser for den tyske økonomiske udvikling. CESifo-instituttet prognosticerer f.eks. forretningsklimaet i Tyskland på baggrund af virksomheders egen bedømmelse af både deres fremtidige og aktuelle forretningsituation. Deres indeks har siden midten af 2010, på trods af nogle udsving, vist et overordnet positivt billede af forretningsklimaet i Tyskland. Den historisk lave arbejdsløshed på 5,2 % og stigende beskæftigelse stabiliserer samtidig arbejdsmarkedet og skaber således grobund for en stigende indlandsefterspørgsel. Analyseinstituttet GfK regner da også med, at de tyske forbrugere i 2012 vil have 1,8 % flere penge mellem hænderne end i 2011. Inflationskorrigeret må købekraften dermed anses for stabil. Også den økonomiske udvikling ser stabil ud, på trods af at eurozonen befinder sig i en gældskrise. Forbundsregeringen skønner således, at det tyske BNP vil vokse både i 2012 og 2013 med hhv. 0,7 % og 1,6 %.

#### Særlige kendetegn for Sydtyskland

Økonomisk set er der store forskelle mellem forskellige delstater i Tyskland. Det er især nogle urbane centre i det forhenværende Vesttyskland, der er landets økonomiske kraftcentre. Mens store dele af den danske vareeksport til Tyskland i dag går til Slesvig-Holsten, Hamborg, Niedersachsen og Nordrhein-Westfalen, er eksportandelen til de sydlige delstater, Bayern, Baden-Württemberg og Hessen mere beskedne. I økonomisk øjemed er disse delstater dog af stor betydning og yderst interessante som eksportmarkeder.

Bayern, Baden-Württemberg og Hessen er delstaterne med den hhv. 2., 3. og 4. største økonomi, målt på BNP. Tilsammen udgjorde de i 2010 41 % af det tyske BNP. Mens Bayern alene stod for 17,7 %, udgjorde den slesvig-holstenske økonomi til sammenligning blot 3 % af Tysklands samlede BNP.

Industri og handelskammerenes rundspørger blandt virksomhederne i de tre delstater giver et positivt billede af det konjunkturrelle forretningsklima. Om end resultaterne for alle tre delstater i første kvartal 2012 er mere beskedne end i 2011, ser virksomhederne stadig yderst positivt på

både den aktuelle og den fremtidige forretningssituation. Dette har også positiv indflydelse på investeringslysten.

Særligt i forskning og innovation investeres der mere i Syd- end i Nordtyskland. I Bayern investeres ligesom i Danmark rundt 3 % af BNP i forskning og innovation, mens ambitionen er at komme op på en investeringsramme på 3,6 % af BNP. I Baden-Württemberg er investeringsandelen i forskning og innovation allerede oppe på hele 4,2 %. For at udnytte potentialet i disse investeringsrammer for innovative danske virksomheder har Danmark etableret innovationscenteret, Innovation Centre Denmark München, der arbejder på at skabe kontakt mellem dansk og tysk erhvervsliv og agerer sydtysk brohoved for det danske forsknings- og innovationssystem.

Derudover er Bayern, Baden-Württemberg og Hessen de hhv. 2., 3. og 5. mest befolkningsrige delstater. Samtidig med at mere end 35 % af den tyske befolkning bor her, ligger alle tre delstater i top 5 af GfKs indeks over delstaternes købekraft. Så også det store potentiale for dansk vareeksport til tyske privatforbrugere gør sig især gældende her.

Det, der ofte bliver set som en barriere for øget eksport, er kulturelle forskelle til det mere konservativt-katolske Sydtyskland. I andre regionale sammenhænge har undersøgelser dog vist, at de forestillede forskelle ofte er større end de egentligt oplevede. Endvidere hører med til billedet, at Sydtyskland ligger små 1.000 km. længere væk end Nordtyskland, hvorfor det for mange danske SMV'er er lettere "blot at smutte over grænsen" til Nordtyskland og i første omgang udnytte det potentiale, der ligger her. Eksportrådet er til stede i Sydtyskland med en række eksportrådgivere placeret på konsulatet i München, og med sin regionale viden og sit netværk hjælper Eksportrådet her med at formidle kontakten mellem dansk og sydtysk erhvervsliv.