

## ERHVERVS- VÆKST- OG EKSPORTUDVALGET

### STUDIEREJSE TIL MÜNCHEN

**Tid:** 7. – 9. januar 2015  
**Sted:** München, Tyskland  
**Deltagere:** Karin Gaardsted (S), formand, Kim Andersen (V), Jakob Engel-Schmidt (V) og Hans Kristian Skibby (DF)  
**Ledsaget af:** Signe Draabe Bruunsgaard, Annemette Ross og Liza Christensen, Udvalgssekretariatet

3. februar 2015

#### 1. Formål

Program for studierejsen er vedlagt. Baggrundsmateriale er omdelt på alm. del – bilag 126.

Ref. 14-000934-24

Formålet med studierejsen var at få belyst, hvordan situationen ser ud for danske eksportvirksomheder i sydtyskland, herunder at få afdækket uudnyttede muligheder, og hvad der kan gøres fra politisk og anden side for en større udnyttelse af potentialer, så Danmark kan få større andel i væksten i det sydtyske. Udvalget skulle også se på entreprenørskab, og hvordan samhandlen med Tyskland kan bruges til at fremme investeringer i Danmark.

#### 2. Hovedpunkter fra studierejsen

##### Virksomheder og entreprenørskab i München/Bayern

München/Bayern udgør et attraktivt kommercielt marked, ikke mindst for danske virksomheder. 11 af verdens største virksomheder er tyske, flere med hovedsæde i München (Bl.a. Siemens og BMW, som udvalget besøgte). Arbejdsløsheden er lav i området (ca. 4 pct.), og indkomsten, væksten og købekraften er høj. München/Bayern har stærke kompetenceklynger inden for bl.a. robotteknologi, biotek, medico, clenatech, vedvarende energi, og elektromobilitet. München/Bayern har endvidere et veletableret og modent innovations- og forskningsmiljø, som er kendetegnet ved et tæt samarbejde med industrien.

Vigtige brancheområder er automobilindustri, maskiner og produktionsudstyr, luft- og rumfartsteknologi, energiteknologi (vandkraft, bioenergi, geometri), sundheds- og velfærdsteknologi, kemi, pharma, biotek samt informations- og kommunikationsteknologi.

UnternehmerTUM GmbH, Centre for Innovation and Business Creation, er associeret med Technische Universität i München. Centret blev oprettet i 2002 og er privat finansieret uden økonomisk tilknytning til universitet. Centret er i gennemsnit i kontakt med 50 start-up-projekter årligt. Formålet med

centret er at matche ideer, talent, kapital og marked ved at fokusere på at udvikle de studerendes, forskernes og de professionelles egenskaber inden for entreprenørskab, og således at de studerende får grundlag for at udvikle realistiske forretningsplaner. **UnternehmerTUM** støtter højteknologiske start-up virksomheder inden for informations- og kommunikationsteknologi, medicinsk teknologi og Clean Tech, og der stilles venturekapital til rådighed gennem **UnternehmerTUM Fund**. **UnternehmerTUM** hjælper også med at finde virksomheder til udførelse af mindre opgaver, som større virksomheder ønsker udliciteret, og hjælper nye og små virksomheder med bl.a. rådgivning, kontaktnet og finansieringsmuligheder.

I 2015 åbner man et nyt center for Techshop, som er åbent 7-22. Formålet er at skabe et samlingssted for talenter spottet på Universitetet og hjælpe dem på vej, herunder ønsker man også at tiltrække og motivere de talenter, som ikke umiddelbart er "iværksættertyper", så også disse talenter kan udnyttes til at få kommerciel succes og starte egen virksomhed op. Der tilbydes et særligt 18 måneders program for de meget talentfulde, hvor de får tilknyttet professionelle coach og mentorer og får mulighed for at kombinere deres studieprojekter med "live-projekter" med rigtige kunder. Udgangspunktet er tidlige prototyper og tidlige kontakter til potentielle kunder og eksperter, så de studerende hurtigt får kontakt med "verden uden for". I arbejdet med de talentfulde studenter er det vigtigt, at lærer og mentorer har personlig praktisk erfaring fra erhvervslivet og opstart af virksomhed.

### **Tysklands udfordringer**

Aktuelt står Tyskland overfor disse større udfordringer:

Den demografiske udvikling hen i mod en aldrende befolkning fører til en voksende sundhedsbranche, med stigende efterspørgelse efter kompetencer, ydelser og varer inden for velfærdsteknologi, sundhedsinnovation, telemedicin.

Tyskland har truffet beslutning om, at atomkraften udfases frem mod 2022 – (Energiewende). Det betyder, at Tyskland har stor fokus på klima- og energiområdet, herunder især omstilling til vedvarende energi, nye energiløsninger, fjernvarme, vindenergi og bioenergi.

Industrie 4.0 – den fjerde industrielle revolution, som skal digitalisere industrien ved IT-styret koordination af maskiner, processer, produktionskæder/-netværk, logistik.

Infrastruktur vedr. trafik og internet. Der er stor fokus på elektromobilitet, da den tyske regerings målsætning er at have 1 mio. elbiler på de tyske veje i 2020. Tyskland har også behov for forbedringer og udvikling i forhold til

internettet, da internetdækningen er dårlig, og offentlige myndigheder stort set ikke er på nettet.

### **Danmarks eksport til og samhandel med Tyskland**

Tyskland er Danmarks største handelspartner og et meget væsentligt marked for danske virksomheder. Ca. en femtedel af både den danske import og eksport sker inden for rammerne af den dansk-tyske samhandel, og Tyskland er ubetinget Danmarks største eksportmarked (udgjorde i 2013 16,38 pct. af den samlede danske vareeksport).

Størstedelen af den danske eksport går til Nordtyskland, der er begrænset eksport til den østlige region og relativt begrænset eksport til de sydtyske delstater. Sammenholdt med efterspørgslen efter danske kompetencer og efterspørgslen og købekraften m.v. i det sydtyske er der derfor et stort uudnyttet potentiale for dansk eksport og erobring af markedsandele i det sydtyske. Vækst i eksporten til Tyskland kan derfor give stor effekt på den absolutte størrelse af både eksporten og beskæftigelsen.

### **Potentialet for danske virksomheder, og hvordan de kan profitere af et samarbejde med globale tyske virksomheder**

De nævnte store udfordringer, som Tyskland står over for de kommende år, giver muligheder for danske virksomheder, da Danmark på flere områder har styrkekompetencer, der matcher den tyske efterspørgsel inden for bl.a. robotteknologi, biotek, medico, clenatech, vedvarende energi og elektricitet.

Som eksempel kan nævnes, at den tyske udfasning af atomkraften åbner muligheder for danske virksomheder, der kan levere produkter og know-how inden for bl.a. fjernvarme, kraftværker og vindmøller.

Med den ambitiøse plan om 1 mio. elbiler på de tyske veje i 2020 og Tysklands kraftige investering i ny teknologi, forskning og udvikling og uddannelse, er der tillige store muligheder for danske innovationsdrevne informations- og kommunikationsteknologiske virksomheder.

Danmark har stor viden og ekspertise inden for ny energi og har i forhold til vindmøllemarkedet i øvrigt en god location, ligesom vi også har relevant viden og ekspertise indenfor velfærds- og sundhedsområdet.

Den store købekraft i sydtyskland har endvidere medført god efterspørgsel efter danske designprodukter, møbler og brugskunst.

Det blev påpeget, at ingeniører/teknikere bliver en meget vigtig faggruppe i fremtiden, og at det er vigtigt at sikre sig, at man har tilstrækkelig af denne arbejdskraft i fremtiden, og at uddannelserne er af højt niveau.

Under mødet hos Siemens blev historien med Siemens Wind Power i Danmark nævnt som et eksempel på, hvordan danske virksomheder kan profitere af at være underleverandør til en global koncern. Henning Larsen Architects står endvidere bag opførelsen af Siemens nye hovedsæde i München, som bl.a. er baseret på inspiration fra arkitektfirmaets opførelse af Viborg Rådhus.

Danske virksomheder har også vigtige forcer i samhandlen med tyske virksomheder set i sammenligning med samarbejdspartnere og produktionsforhold i bl.a. Kina. Danmark er et veludviklet samfund med en stabil virksomhedspolitik, og et arbejdsmarked bestående af stabile, loyale, veluddannede og højt kvalificerede arbejdstagere, som kan levere høj produktivitet og kvalitet samt overholde deadlines.

Det uudnyttede potentiale i det sydtyske marked er især interessant for små og mellemstore virksomheder. Trods kulturforskelle og den større afstand i forhold til det mere traditionelle nordtyske marked er der stadig tale om et nærmarked, der er væsentligt nemmere tilgængeligt for mange små og mellemstore virksomheder end de store fjernmarkeder som bl.a. Kina og USA.

På møder blev det nævnt, at der er et udtømmeligt potentiale for danske virksomheder i det sydtyske – men for at udnytte potentialet og få succes er det afgørende, at man sætter sig godt ind i de sydtyske forhold og normer.

### **Kulturforskelle**

Der er ikke bare forskel på kulturen mellem Danmark og Tyskland men også på kulturen mellem nordtyskland og sydtyskland. Sydtyskland har en høflighedskultur, der er kendetegnet ved distance, tålmodighed, respekt, formaliteter, kølighed, præcision, hierarki, detaljeorienteret, kvalitet, kontrol og sikkerhed, hvorimod den danske kultur oftest er mere uhøjtidelig, demokratisk, forhandlende og knap så detaljeorienteret.

Den sydtyske kultur viser sig i bl.a. mødekultur, påklædningsnormer, etablering af kontakt, indgåelse af forretningsaftaler, kontraktudarbejdelse, m.v.

Skal man ind på og opnå succes på det sydtyske marked er forståelse af den sydtyske kultur sammen med tålmodighed, kvalitet, præcision, grundighed og gode tyskkundskaber et must.

Ved møder med danske virksomheder i sydtyskland blev følgende konkrete forhold anbefalet, hvis man som dansk virksomheder vil ind på det sydtyske marked med succes: vær selv tilstede, find en tysk partner, der kan styre

bogholderi, jura o.lign., ansæt tyskere, der kender kulturen og kan sproget, vær grundig, detaljeret og præcis, og forstå, at det tager tid at oparbejde tillid og få aftaler i stand med virksomheder i det sydtyske.

Mange danske små og mellemstore virksomheder er ressourcemæssigt pressede, og har svært ved at få fulgt op mulige nye forretningsforbindelser, selv om interessen er der fra tysk side. Da man i den sydtyske forretningsverden ikke får en ny chance, hvis ikke man fra start af "leverer varen" er det vigtigt, at virksomhederne – inden de kaster sig ud i det sydtyske marked - har stillet sig selv det spørgsmål, om de på det givne tidspunkt er klar med de ressourcer, som det kræver. Man skal også være opmærksom på, at de store tyske virksomheder normalt ikke indgår aftaler med nystartede virksomheder (typisk under 4 år gamle).

### **Danmark i München**

Innovation Centre Denmark har været i München siden 2008 og er oprettet i et samarbejde mellem Eksportrådet, Udenrigsministeriet og Uddannelses- og Forskningsministeriet. Centret er placeret i München på grund af områdets stærke forsknings- og udviklingsmiljøer, klynger, netværk, finansieringsaktører m.v. Centret har samme location som det danske konsulat i München og har til fælles opgave at sikre danske virksomheder og forskningsinstitutioner adgang til udenlandsk viden, netværk, teknologi, kapital og markeder – både tidligt i forløbet, og når danske virksomheder har et færdigt produkt. Fokus er rettet mod den lokale efterspørgsel.

Et vigtigt indsatsområde er at få relevante interesserede danske virksomheder på besøgsrejser til det sydtyske for at introducere dem til det sydtyske marked og den sydtyske forretningskultur, og etablere møder med danske virksomheder, der allerede er etableret i sydtyskland, og møder med potentielle sydtyske kunder.

Invest in Denmark er en del af Innovationscentret og har fokus på at tiltrække investeringer fra de tysktalende lande til Danmark. Invest in Denmark bidrager med information og analyse, som er relevant for kunder, der overvejer etablering af virksomhed i Danmark, og yder også praktisk bistand.

### **3. Opfølgning på studierejsen**

Udvalget vil løbende følge udviklingen i samhandlen med og eksporten til sydtyskland, bl.a. ved udvalgets løbende møder med handels- og udviklingsministeren. Efter studierejsens gennemførelse har udvalget holdt møde med ministeren den 27. januar 2015.