



Regeringens strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati

Mere handel. Nye job.



Maj 2014

Regeringen



Regeringens strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati

Mere handel. Nye job.

Indhold

Regeringens strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati	6
Tiltag 1	
Strømning og koordinering af eksportfremmetilbud samt lettere navigation for virksomheder.....	9
Tiltag 2	
Styrket interministerielt arbejde for danske økonomiske interesser globalt	12
Tiltag 3	
Styrkelse af udenrigstjenestens bidrag til vækst og beskæftigelse	16
Tiltag 4	
Optimering af Eksportrådets indsatser i samspil med erhvervslivet.....	20
Tiltag 5	
Global tilstedeværelse med fokus på vækst- og volumenmarkeder	23
Tiltag 6	
Bedre samspil mellem udviklingsbistand og kommerciel indsats.....	26
Tiltag 7	
Lette virksomheders adgang til finansiering	28
Tiltag 8	
Flere SMV'er skal internationalisere og eksportere mere.....	30
Tiltag 9	
Bedre rammer for effektive erhvervsfremstød med virksomhederne i centrum	33

Regeringens strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati

Danmarks stærke udgangspunkt

Danmark er en af verdens førende eksportnationer, og dansk erhvervsliv har gennem århundreder været dygtige til at udnytte mulighederne på udenlandske markeder. For et lille land med begrænsede afsætningsmuligheder på hjemmemarkedet giver handel med omverdenen adgang til et stort marked. International handel er dermed en af de grundlæggende mekanismer til højere produktivitet og øget velstand for Danmark.

International handels effekt på dansk produktivitet og velstand sker gennem en række kanaler, herunder særligt 1) øget konkurrence så danske virksomheder bliver mere produktive, 2) bedre muligheder for specialisering inden for områder, hvor danske virksomheder har styrkepositioner og 3) bedre adgang til ny viden og udvikling.

Den danske eksport af varer og tjenesteydelser var i 2013 ca. 1.021 mia. kr., eller ca. 55 pct. målt ift. Danmarks BNP. Omkring hvert fjerde job i Danmark er direkte eller indirekte knyttet til eksportsektoren, hvilket konkret betyder, at omkring 725.000 danske job afhænger af de danske virksomheders evne til at afsætte produkter, serviceydelser m.v. i udlandet.

Nye udfordringer og nye muligheder

Danmarks udenrigsøkonomiske vilkår er under forandring. Særligt forskydningen af verdens økonomiske tyngdepunkt imod især Asien har ændret Danmarks udenrigsøkonomiske rammebetingelser. Kombinationen af øget konkurrence på det videnintensive område, relativt højere produktionsomkostninger og relativt vanskeligere adgang til voksende afsætningsmarkeder længere væk, giver Danmark udfordringer. Samtidig opererer danske virksomheder i stigende grad i internationale værdikæder, hvor en stigende del af Danmarks økonomiske aktivitet foregår internationalt.

Dansk erhvervsliv kan imidlertid drage fordel af den øgede globalisering, der også skaber nye muligheder for at knytte udviklingspolitiske målsætninger som fattigdomsbekæmpelse og bæredygtig udvikling sammen med danske kommercielle interesser. Bedre og billigere kommunikations- og transportmidler giver virksomhederne mulighed for at koble sig tættere til de nye globale vækstcentre. De globale produktmarkeder er blevet mere ensartede, og ofte efterspørges samme type varer og tjenester på tværs af kontinenter, hvilket øger markedet for danske produkter. Tilsvarende er forskning og innovation i stigende grad grænseoverskridende, hvor danske virksomheder og institutioner kan få adgang til miljøer i andre lande, og herigennem skabe nye produkter, processer og øge produktiviteten.

Den øgede velstand i vækstlandene fører endvidere til voksende middelklasser. Danske virksomheder har en række styrkepositioner inden for netop dette markedssegment, hvilket åbner væsentlige globale vækstmuligheder.

Det er dog vigtigt at holde sig for øje, at forskydningen mod fjerne markeder ikke er et spørgsmål om enten-eller:

Lige så vigtigt det er, at vi indretter os fremsynet på nye globale økonomiske realiteter og muligheder, lige så vigtigt er det, at der sikres de bedste rammebetingelser på traditionelle nærmarkeder som Tyskland, Sverige og Storbritannien samt volumenmarkeder som USA og Japan. Her er fortsat stor købekraft, ligesom mange af Danmarks små og mellemstore virksomheder er afhængige af at kunne tage det første spring ud på nærmarkeder, og mange danske virksomheder fungerer som underleverandører til bl.a. store tyske eksportvirksomheder og eksporterer på denne måde indirekte til de nye vækstmarkeder.



Regeringens eksportfremmeindsats og økonomisk diplomati

Internationalt handlende virksomheder er mere produktive end andre tilsvarende virksomheder og de påvirker andre virksomheder til også at handle internationalt. Virksomheder kan dog stå overfor en række udfordringer, når de træder ind på et nyt udenlandsk marked. Produktivitetskommissionen påpeger, at offentlig støtte til eksport ud fra en samfundsmæssig betragtning primært bør adressere eventuelle markedsfejl og spredningseffekter¹. Det er på disse områder den offentlige indsats for fremme af eksport og internationalisering får størst effekt, fordi indsatsen har et klart fokus på merværdi for både danske virksomheder og dansk økonomi samlet set.

Regeringen ser det derfor som en kerneopgave at styrke handel og eksport ved at bistå danske virksomheder på de globale markeder, hvor det offentlige kan levere en merværdi. Dette skal bidrage til at skabe de bedste betingelser for, at dansk erhvervsliv kan konkurrere internationalt.

Samtidig er det centralt for regeringen at styrke det generelle økonomiske diplomati. Med styrket økonomisk diplomati skal der ydes strategiske og værdiskabende indsatser i udlandet, der understøtter varetagelsen af Danmarks økonomiske interesser internationalt, herunder ved at markedsvilkår påvirkes favorabelt ift. danske interesser.

1. Markedsfejl og spredningseffekter omhandler forhold, som gør, at den eksporterende virksomhed skaber en merværdi for samfundet, der ligger ud over den værdi, som den skaber for sig selv. Det kan eksempelvis være den effekt, at en virksomhed, som etablerer sig på et givet marked, letter adgangen til det marked for andre danske virksomheder. (Produktivitetskommissionen (2013): Konkurrence, internationalisering og regulering)

En ny ambitiøs strategi

Produktivitetskommissionen ser et muligt potentiale for at styrke Danmarks produktivitsudvikling gennem øget international handel. Samtidig har Produktivitetskommissionen peget på, at der ikke findes et samlet overblik over de forskellige offentlige eksportfremmetilbud og effekterne heraf. De mange separate indsatser kan bevirke, at ressourcerne ikke anvendes optimalt, ligesom de kan gøre det vanskeligere for virksomhederne at finde ud af, hvor de skal henvende sig. På den baggrund har Produktivitetskommissionen anbefalet, at der fremlægges forslag til en mere effektiv organisering og koordinering af den samlede danske eksportfremmeindsats.

Regeringen fremlægger på den baggrund denne nye strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati. Strategien skal styrke den direkte danske eksportfremmeindsats og den bredere strategiske indsats for økonomisk diplomati ved at understøtte danske virksomheder på de globale markeder.

Regeringens strategi

Konkret indeholder strategien følgende 9 overordnede tiltag og 40 tilknyttede initiativer:

- 1. Strømlining og koordinering af eksportfremmetilbud og lettere navigation for virksomheder**
- 2. Styrkelse af det interministerielle arbejde for danske økonomiske interesser globalt**
- 3. Styrkelse af udenrigstjenestens bidrag til vækst og beskæftigelse**
- 4. Optimering af Danmarks Eksportråds virksomhed i samspil med erhvervslivet**
- 5. Prioritering af global tilstedeværelse med fokus på vækst- og volumenmarkeder**
- 6. Bedre samspil mellem udviklingsbistand og kommerciel indsats**
- 7. Lette virksomheders adgang til finansiering**
- 8. Flere SMV'er skal internationalisere og eksportere mere**
- 9. Bedre rammer for effektive erhvervsfremstød med virksomhederne i centrum**

Eksport skabes først og fremmest af de danske virksomheder. Strategien vil derfor blive gennemført i tæt samarbejde med erhvervslivet.

Tiltag 1

Strømlining og koordinering af eksportfremmetilbud samt lettere navigation for virksomheder

Mange danske virksomheder har brug for hjælp til at tage springet fra det lokale til det globale marked. Det er derfor vigtigt, at virksomhederne nemt kan orientere sig i de offentlige eksportfremmetilbud og har vished for, at de har henvendt sig rette sted. Virksomhederne bør kunne forvente at få den service, der passer bedst til netop deres behov.

Den samlede offentlige eksportfremmeindsats udgør omkring 600 årsværk. Ca. 85 pct. heraf er forankret statsligt og centraliseret, hvor Eksportrådet står for hovedparten med ca. 300 årsværk. De offentlige eksportfremmetilbud, der supplerer Eksportrådets indsatser, udbydes især af væksthuse, der tilbyder små og mellemstore virksomheder at afdække virksomhedens eksportparathed og hvilke eksportmarkeder, der kan være relevante for virksomheden at undersøge nærmere. Desuden har enkelte kommuner etableret kontorer i udlandet, der tilbyder internationaliseringsopgaver. Der eksisterer således en række forskellige indgange for virksomheder til offentlig eksportfremmestøtte.

Det er imidlertid vurderingen, at der er opstået et vist overlap i offentlige eksportfremmeordninger, som har tilført ekstra kompleksitet i landskabet af støtteudbud. Det statslige, regionale og kommunale niveau har hver deres kompetencer, som kan bidrage til, at danske virksomheder får en skræddersyet ydelse. Selv om eksportfremmeindsatsen på kommunalt og regionalt niveau udgør en forholdsvis lille andel af den samlede danske eksportfremmeindsats, er det en vigtig indgang for virksomhederne, idet afklaring af eksportparathed ofte er et led i virksomhedens samlede udvikling.

Det afgørende er, at de offentlige indsatser er koordinerede. Der skal være en klar arbejdsdeling mellem de offentlige aktører. En styrket koordination skal sikre, at de offentlige aktører kun yder eksportbistand, hvor de har de rette kompetencer, så virksomhederne oplever en sammenhæng i ydelserne fra de afdækker deres eksportparathed til de møder potentielle kunder i udlandet.

Med etableringen i 2000 af den enstrengede eksportfremmestruktur, der samlede de statslige eksportfremmeaktiviteter i Eksportrådet i Udenrigsministeriet, har Eksportrådet en klar komparativ fordel i form af en bred global tilstedeværelse. Derfor vurderes det mest hensigtsmæssigt, at det er Eksportrådet, der varetager den offentlige eksportfremme på udenlandske markeder. Samtidig bør de offentlige rådgivningsforløb omkring dybdegående markedskendskab frem for generel virksomhedssparring, varetages af Eksportrådet, eller, hvor relevant, i koordination med en specialiseret offentlig statslig aktør med kompetence på området. Det vurderes således ikke hensigtsmæssigt, at kommuner og regioner opbygger kompetencer i egne systemer til at agere på udemarkederne.



Samtidig skal der gælde ensartede vilkår for virksomheders brug af statslige eksportfremmeaktiviteter uden for landets grænser uanset hvilken statslig myndighed, der udfører dem.

Udbuddet af de offentlige eksportfremmeydelser skal være styret af et fokus på merværdi for danske virksomheder og dansk økonomi samlet set. Det følger heraf, at den offentlige eksportfremmeindsats skal være fokuseret på ydelser, hvor der ikke er velfungerende private alternativer. Fokus skal således være på at skabe internationalisering og mereksport, der ellers ikke ville have fundet sted.

Fremkomsten af flere private aktører på eksportfremmeområdet, herunder branche- og erhvervsorganisationer hvis eksportfremmeindsats svarer til op mod 200 årsværk, giver nye muligheder for eksportsøgende virksomheder. Det er væsentligt, at de offentlige eksportfremmetilbud fokuserer på at skabe merværdi i disse private tilbud, og på at sikre effektive partnerskaber ude på markederne og i Danmark.

Regeringen vil

For at sikre strømning og koordinering af de offentlige eksportfremmetilbud og lettere navigation for virksomhederne vil regeringen igangsætte følgende initiativer:

Eksportguiden.dk – én indgang til den offentlige eksportfremme (1.1)

Der vil blive etableret en hjemmeside, der giver virksomheder oplysninger om alle offentlige tilbud til fremme af eksport og internationalisering, som kan være relevante for virksomhederne alt efter hvor de står i "eksportværdikæden". Herved skal sikres, at virksomheder nemt kan få et samlet overblik over offentlige tilbud på området, så en virksomhed kan sikre sig netop den ydelse, der passer eksportbehovet. Hjemmesiden vil blive lanceret primo 2015.

Styrket koordination mellem offentlige danske eksportfremmeaktører (1.2)

Udenrigsministeriet vil imødekomme behovet for et styrket samarbejde med regioner og kommuner om internationalisering, herunder ved at udbygge det velfungerende samarbejde med de fem væksthuse og sektorklyngerne. Et initiativ, der etablerer et struktureret tværregionalt samarbejde om internationalisering skal sikre sammenhængende og solid rådgivning for virksomhederne. Som led heri vil Eksportrådet sammen med væksthuse tilbyde et egentligt internationaliseringsprogram med et sammenhængende forløb for små og mellemstore virksomheder fra den lokale vækstindsats til de globale eksportmarkeder.

Partnerskaber og samspil med private eksportfremmeaktører (1.3)

Udenrigsministeriet vil styrke samarbejdet med erhvervsorganisationerne og andre private aktører herhjemme for at undgå overlap og sikre, at virksomhederne ubesværet og logisk går fra et rådgivningsregi til et andet. Ude på markederne vil Eksportrådet med henblik på maksimal effekt af regeringens globale infrastruktur systematisk afsøge partnerskaber med relevante lokale aktører, herunder

advokat- og finansieringspartnere med ekspertise på områder som typisk er vigtige for danske virksomhedsaktiviteter på pågældende marked.

Bedre og mere ensartede effektmålinger på tværs mhp. løbende optimering (1.4)

For at sikre dokumentation af effekterne og løbende forbedring af den offentlige danske eksportfremmeindsats vil regeringen i dialog med KL og Danske Regioner fastlægge relevante rapporterings- og dataindsamlingskrav med henblik på kontinuerligt fokus på måling af eksporteffekt på tværs af de offentlige eksportfremmeaktiviteter. Baseret på erfaringerne fra nuværende og tidligere effektmålinger af bl.a. Eksportrådet, væksthuse og de regionalt finansierede erhvervsfremmetiltag etableres en målemetode, som alle eksportfremmende aktiviteter vurderes efter. Målesystemet skal sikre, at effekter kan sammenlignes på tværs af ordninger og vil være registerbaseret uden at bebyrde virksomhederne.

Etablering af et nyt rådgivende Udenrigsøkonomisk Forum (1.5)

Regeringen vil oprette et nyt Udenrigsøkonomisk Forum, som skal rådgive om, hvordan Danmark bedst møder udfordringerne i den globale økonomi og udnytter mulighederne på de internationale markeder. Det gælder både i relation til indsatser vedr. eksport, investeringer og økonomisk diplomati, og med hensyn til det bredere myndighedssamarbejde i regeringen for at understøtte danske erhvervsinteresser internationalt. Forummet skal bestå af 25-30 repræsentanter for virksomheder, organisationer, forskningsverdenen og ministerier, og etableres i 2014.

Tiltag 2

Styrket interministerielt arbejde for danske økonomiske interesser globalt

Virksomhederne kan forvente, at der på tværs af regeringen målrettet opdyrkes relationer i udlandet, som kan bringes aktivt i spil for at åbne døre for danske interesser. Samtidig skal dialogen med andre landes myndigheder opbygge tillid og adgang med henblik på at påvirke internationale rammebetingelser i positiv retning. Med en mere samtænkt dansk indsats skal udnyttes, at der i udlandet er interesse for danske produkter, reguleringsmodeller og rammevilkår.

Regeringen har fra dag ét prioriteret at fremme danske kommercielle interesser i udlandet. Det er sket bl.a. på det handelspolitiske område med en ny offensiv strategi i 2013, med tværgående indsatser inden for danske styrkepositioner som fx klima, energi, miljø, forskning, fødevarer, sundhed og velfærd samt turisme, ligesom regeringen har oprettet nye danske innovationscentre på udvalgte vækstmarkeder. Samtidig har de offentlig-private markedsføringskonsortier bidraget til stærk positionering af danske kompetencer overfor udenlandske interessenter. Det er alle indsatser, der gennem øget internationalisering af dansk erhvervsliv skal bidrage til langsigtet dansk vækst og beskæftigelse. Regeringens særlige indsats ift. 10 udvalgte vækstøkonomier og tre volumenmarkeder samt regeringens vækstplaner for en række særlige danske erhvervs-mæssige styrkepositioner er andre eksempler herpå.

Regeringen vil fortsat levere en stærk international indsats på tværs af centraladministrationen. Fremadrettet skal danske ambassader, myndigheder og erhvervsliv udgøre ét stærkt hold, der forfølger globale muligheder.

Regeringen ønsker i endnu højere grad at skabe en indsats med et mere langsigtet fokus på danske kommercielle interesser på udvalgte markeder. En sådan indsats vil kunne bidrage til at skabe mere langsigtede resultater for danske virksomheders internationalisering.

Det skal bl.a. ses i lyset af, at Danmark sækker bagud, når det kommer til samhandel med udviklingslande f.eks. i Afrika. Dette på trods af, at Danmark inden for en række sektorer og globale indsatsområder har førende kompetencer, som efterspørges i udviklingslandene. Disse skal i højere grad bringes i spil i forhold til fremme af økonomisk udvikling og ansvarlige, bæredygtige investeringer i udviklingslandene. Gennem konkrete sektorsamarbejder med prioritetslande opbygges tillid, adgang og indflydelse. Den danske udviklingsbistand skal således i højere grad anvendes strategisk til at engagere konkurrencedygtige danske virksomheder i at skabe vækst og arbejdspladser – både i verdens fattige lande og i Danmark.

Regeringen vil desuden fortsætte en aktiv handelspolitik og påvirke internationale markedsbetingelser til gavn for eksportvirksomhederne og dansk økonomi. Et åbent, fair og regelstyret frihandelssystem er til gavn for Danmarks eksportorienterede økonomi, ligesom denne dagsorden er til gavn for udviklingslandene og dermed fremmer de danske udviklingspolitiske mål. Indsatserne sker i tre spor: det multilaterale spor i WTO; det bilaterale spor gennem EU, hvor store handelsaftaler kan levere betydelige fordele for dansk erhvervsliv; samt

virksomhedssporet, hvor der vedvarende skal presses på for bedre markedsadgang og for at fjerne specifikke barrierer på eksportmarkederne. Regeringen lægger i handelspolitikken, og i tråd med handlingsplanen for ansvarlig vækst, samtidig vægt på respekten for menneske- og arbejdstagerrettigheder, beskyttelse af miljøet og anti-korruption, og således også at CSR-rådgivning indgår i den danske eksportindsats, især på relevante vækstmarkeder.



Regeringen vil

For at styrke det interministerielle arbejde for danske økonomiske interesser globalt iværksættes følgende initiativer:

Vækstrådgivere på satsningsmarkeder (2.1)

Regeringen vil oprette 15-20 'vækstrådgiverstillinger' på markeder, der i særlig grad berettiger et stærkt dansk vækstsamarbejde, herunder gennem målrettet økonomisk orienteret myndighedssamarbejde.

Hovedparten af stillingerne oprettes i udviklingslande med fokus på vækstøkonomier, hvor det overordnede formål vil være at fremme en bæredygtig og ansvarlig økonomisk vækst. Vækstrådgiverne skal bidrage til grundlæggende analyser for de danske virksomheder på markedet, og fokusere, sammenbinde og drive den samlede danske indsats i tæt samarbejde med danske ministerier og erhvervslivet. En vigtig opgave vil i den forbindelse være gennemførelse af bilaterale samarbejdsaftaler. Vækstrådgiverne vil på repræsentationerne skulle indgå i tæt samspil med de politiske afdelinger, afdelingerne for udviklings-samarbejde og handelsafdelingerne.

Pulje til strategisk sektorsamarbejde (2.2)

På baggrund af erfaringer fra vækstmarkedsindsatsen og udviklingssamarbejdet afsættes en pulje med midler til konkrete strategiske sektorsamarbejder på vigtige markeder. Puljen målrettes hovedsageligt udviklingslande med fokus på vækstøkonomier, men vil også kunne understøtte indsatser på mere traditionelle markeder. Midlerne skal anvendes til kortsigtede, målrettede indsatser og mere langsigtede sektorsamarbejder, som ambassaderne identificerer i forhold til efterspørgslen i opholdslandet, danske ministerier og dansk erhvervsliv. I de fattigere lande kan myndighedssamarbejder bidrage til at fremme regeringens udviklingspolitiske mål om bekæmpelse af fattigdom og fremme af vækst, og bidrage til en bæredygtig udvikling i disse lande. Det vil på sigt også gavne Danmarks samhandel med disse lande.

Bedre muligheder for markedsudvikling og eksport af offentligt indlejrede ydelser (2.3)

Regeringen vil aktivt udnytte mulighederne ved offentligt og privat samarbejde om markedsudvikling og eksport af velfærdsrelaterede og andre offentligt indlejrede ydelser. Regeringen vil sætte ind for at sikre, at private aktører får adgang til den viden og den ekspertise, der er indlejret i den offentlige sektor, således at der i offentlig-privat samarbejde kan udvikles nye produkter og services, som den private sektor kan eksportere til udlandet. Det vurderes særligt relevant at fokusere på eksport af miljø-, uddannelses- og sundheds- og velfærdsløsninger. Regeringen vil løbende adressere eventuelle barrierer på området.

Den offensive handelspolitik skal konkret støtte danske eksportvirksomheder (2.4)

Regeringen vil arbejde for at sikre gode resultater i EU's bilaterale frihandelsforhandlinger med USA og Japan til gavn for danske virksomheder. I WTO-rammen vil regeringen presse på for at udnytte den nye fremdrift fra den seneste WTO-ministerkonference i december 2013 samt for, at der nås en plurilateral aftale for handel med grønne varer og tjenesteydelser. Regeringen vil desuden konkret afdække, hvor erhvervslivet efterspørger danske bilaterale investeringsbeskyttelsesaftaler med lande, hvor der ikke er EU-aftaler. Regeringen vil have et skarpt fokus på at nedbryde specifikke handelsbarrierer, som eksportvirksomhederne møder ikke mindst på vækstmarkederne.

Offensiv udnyttelse af mulighederne i EU-samarbejdet (2.5)

Danmark skal fuldt udnytte medlemskabet af EU til at skabe de bedste forudsætninger for øget vækst og beskæftigelse i Danmark. EU-samarbejdet har stor betydning for rammebetingelserne for danske virksomheder, både i Danmark og på eksportmarkeder. Regeringen vil arbejde for, at EU koncentrerer sit arbejde om initiativer og tiltag, der direkte skaber vækst og beskæftigelse i EU, og at EU-lovgivning designes således, at der i opnåelsen af det politiske mål tages størst muligt hensyn til virksomhedernes konkurrencedygtighed.

Sikring af tæt praktisk samarbejde – ny eksportkoordineringsgruppe (2.6)

For at sikre det bedst mulige dag-til-dag samarbejde om regeringens støtte til dansk erhvervslivs internationalisering etableres en tværgående koordineringsgruppe for eksport og økonomisk diplomati med deltagelse af relevante ministerier og myndigheder. Gruppen, der skal erstatte beslægtede fora for informationsudveksling i form af vækstmarkeds- og fremstødskoordineringsgrupperne samt Go Global-samarbejdet², skal bl.a. muliggøre mere fokuseret brug af regeringsbesøg og strategiske bilaterale aftaler, hvor bedre samarbejde og opfølgning på tværs af regeringen og med erhvervslivet kan bidrage til få det fulde erhvervsmæssige udbytte heraf.

2. Go Global samarbejdet: Eksportrådet, Danida, EKF og IFU.

Tiltag 3

Styrkelse af udenrigstjenestens bidrag til vækst og beskæftigelse

Økonomiske og erhvervmæssige opgaver er en hovedprioritet for den danske udenrigstjeneste. Sigtet er at koble hele udenrigstjenesten tættere til erhvervslivet og stærkere understøtte den samlede danske vækstorienterede indsats. Der skal i højere grad ydes strategiske og værdiskabende indsatser i udlandet, der understøtter danske virksomheders internationalisering og sikrer indflydelse politisk og kommercielt, så markedsvilkår kan påvirkes ift. danske interesser.

Økonomisk diplomati er en tværgående aktivitet, der involverer hele udenrigstjenesten, andre ministerier og myndigheder, samt private aktører. Formålet er at kombinere værktøjer for at forfølge udenrigspolitiske og -økonomiske mål, hvor det økonomiske diplomati leverer internationale bidrag til dansk vækst og beskæftigelse.

Udenrigsministeriet vil opprioritere det økonomiske diplomati. Alle instrumenter skal tænkes ind i arbejdet med at understøtte Danmarks økonomiske og erhvervmæssige interesser internationalt, og "den økonomiske refleks" skal styrkes på tværs af udenrigstjenestens politikområder. Det gælder i samarbejdet med virksomheder og andre partnere; i arbejdet med markedsføring af Danmark og danske styrkepositioner; i tilrettelæggelsen af udviklingsbistanden; i det konsulære arbejde; i håndteringen af de politiske og økonomiske sager på den europæiske og internationale dagsorden, og generelt i bestræbelserne på at positionere Danmark bedst muligt til at få del i den globale økonomiske vækst.

Dette vil dels sætte sig igennem i ministeriets kommercielle instrumenter; dels i ministeriets arbejde med økonomiske og erhvervmæssige rammebetingelser internationalt; og endelig i det fælles og tværgående regeringsarbejde på det udenrigsøkonomiske felt, hvor et stærkere myndighedssamarbejde i tæt parløb med danske erhvervsinteresser skal høste større gevinster for dansk økonomi og danske virksomheder.

Indsatserne finder sted på tidspunkt med forskydning af den globale vækst såvel som af danske virksomheders aktiviteter imod nye og fjernere vækstøkonomier. Her er der ofte en mindre klar skillelinje mellem offentlig beslutningstagning og privat markedsøkonomi. Samtidig har en række landes udenrigstjenester i de seneste år intensiveret indsatserne for at hjælpe deres nationale erhvervsliv på de globale markeder, hvilket skærper konkurrencesituationen for Danmark.

Udenrigsministeriets enhedsstruktur giver et særligt godt afsæt for at styrke de strategiske og værdiskabende indsatser i udlandet. Samtidig gør øget økonomisk integration internationalt, at lande bindes sammen økonomisk, politisk og kulturelt. Det kan bl.a. betyde, at stærkere samarbejde på ét område forbedrer mulighederne for at etablere samarbejde på andre områder, herunder med mulighed for at påvirke opholdslandet f.eks. i politikfastlæggelse på områder der er vigtige for Danmark. Det er ligeledes en del af billedet, at store globale selskaber uden egentligt landetilhørsforhold på mange sektorområder skaber de vilkår, der er internationalt gældende for dansk erhvervsliv. Udenrigsministeriet vil som led i opprioriteringen af det økonomiske diplomati sigte på bedre at kunne spille sammen med disse aktører for at varetage danske interesser.



Eksempelvis etablerede den danske ambassade i Beijing i 2011 en afdeling for økonomi, vækst og sektorpolitikker, der arbejder i krydsfeltet mellem især myndighedskontakt og kommercielle prioriteter. Denne satsning har medført et stærkere sektorpolitisk fokus for ambassadens arbejde, herunder på de økonomiske muligheder for Danmark i fremtidige sektorer som fx turisme og markedsregulering samt ift. Kinas hurtigt voksende provinser, og med systematisk tæt inddragelse af danske myndigheder og erhvervsliv.

Fremover skal de danske ambassader øge det økonomisk orienterede myndighedssamarbejde. Det skal bl.a. ske ved at repræsentationerne i højere grad identificerer efterspørgsel efter danske løsninger, f.eks. når der igangsættes store anlægsprojekter. Der skal arbejdes tæt sammen med de udenlandske myndigheder, og samarbejdet med dansk erhvervsliv ude på markederne skal styrkes for at sikre størst mulig indflydelse. Udenrigsministeriets fokus på økonomisk diplomati vil desuden blive understøttet af udvikling af medarbejdernes kommercielle og økonomiske kompetencer.

Regeringen vil

For at styrke udenrigstjenestens bidrag til vækst og beskæftigelse tages følgende initiativer:

Samlet handlingsplan for økonomisk diplomati (3.1)

Udenrigsministeriet vil i 2014 udarbejde en detaljeret handlingsplan for Udenrigsministeriets opprioritering af økonomisk diplomati, som fremlægges for det nye Udenrigsøkonomiske Forum. Handlingsplanen vil fokusere på strategiske indsatser i udlandet, der har som målsætning at 1) optimere eksisterende og skabe fremtidige markedsmuligheder, 2) sikre dansk indflydelse og adgang politisk og kommercielt samt 3) hjemtage viden og investeringer til Danmark. Der vil også være fokus på tiltag for at øge de økonomiske og erhvervs-mæssige kompetencer på tværs af udenrigstjenesten, herunder rekruttering af erhvervskompetencer til ministeriets diplomatkorps, rekruttering fra erhvervslivet til relevante stillinger samt ind- og udstationering af medarbejdere i danske og internationale virksomheder. Arbejdet med handlingsplanen, der supplerer initiativerne i nærværende strategi, gennemføres i tæt dialog med erhvervslivet, relevante organisationer og øvrige ministerier.

Vækstråd på de danske ambassader (3.2)

Udenrigsministeriet vil etablere 'vækstråd' for en række ambassader i lande med særligt potentiale for dansk erhvervsliv. De rådgivende fora kan inkludere fx 3-4 lokale repræsentanter for dansk erhvervsliv og 2-3 repræsentanter fra danske ministerier/myndigheder, som ser et særligt eksport- investerings- og økonomisk potentiale i det pågældende land. Vækstrådene skal understøtte ambassadernes indsatser gennem sparring om fokusering, erhvervs-mæssig rådgivning og målrettet myndigheds-samarbejde, herunder med henblik på opdyrkning af fremtidige sektorer, som kan give dansk eksport på sigt. De iværksættes som på pilotbasis på 3-5 repræsentationer, fx blandt repræsentationerne i Brasilien, Frankrig, Sydafrika, USA og Vietnam, hvorefter initiativet – afhængig af erfaringerne – vil kunne bredes ud til 10-20 repræsentationer.

Nyt program for kommercielle projekter med særligt store potentialer (3.3)

Der etableres et 2-årigt pilotprogram for "høj-potentialeprojekter" med henblik på at identificere og fremme danske løsninger i store internationale projekter. Dette skal hjælpe danske virksomheder til at få ordrer på store projekter inden for sektorer, hvor danske virksomheder har særlig erfaring og ekspertise. For så vidt angår projekter i udviklingslande vil der være fokus på bidrag til landenes økonomiske udvikling med bæredygtighed og ansvarlighed som centrale dele af projekterne. De konkrete indsatser forankres på ambassaderne med støtte fra Udenrigsministeriet, og i tæt samspil med danske virksomheder og ministerier/myndigheder på de pågældende sektorer. Programmets fokusområde vil være anlægsprojekter og energiområdet.

Public diplomacy, presse og visumadministration til gavn for dansk erhvervsliv (3.4)

Udenrigsministeriet, de danske repræsentationer og de offentlig-private markedsføringskonsortier vil i fortsat tæt samarbejde gennemføre public diplomacy arbejde på udemarkederne. Dette arbejde skal understøtte danske erhvervsaktiviteter og gennem løbende omdømmebearbejdning og en konsistent og fokuseret kommunikation øge kendskabet til danske erhvervsmæssige styrkepositioner. I forhold til den internationale presse vil der blive arbejdet målrettet på at profilere Danmark og danske erhvervsmæssige styrkepositioner i den internationale offentlighed. På visumområdet styrkes erhvervslivets internationalisering, herunder gennem fortsat intensiv markedsføring af Red Carpet programmet om 'fast track business visa til Danmark', særordninger på visumområdet for udenlandske rejsebureauer, samt yderligere effektivisering af visumsagsbehandlingen bl.a. gennem decentralisering af beslutningskompetencen til at give afslag i visumsager på de danske repræsentationer.



Tiltag 4

Optimering af Eksportrådets indsatser i samspil med erhvervslivet

Virksomheder, erhvervsorganisationer og andre samarbejdspartnere skal opleve Eksportrådet som en professionel og kundeorienteret organisation, der skaber konkrete resultater for dansk erhvervsliv på de globale markeder. Fokus i de kommende år vil være på at sikre en optimal udnyttelse af Eksportrådets kompetencer mhp. at skabe mere eksport. Det vil særligt ske ved en stærkere udnyttelse af Eksportrådets komparative styrker inden for politisk-kommerciel rådgivning; større fokus på længerevarende rådgivningsforløb; sikring af ensartet høj kvalitet i rådgivningen samt en særlig indsats på CSR-området.

Eksportrådet har gennemgået en professionalisering og den danske organisering af den nationale eksportfremme er en model, som andre lande lader sig inspirere af. I dag drager over 6.000 danske virksomheder årligt nytte af international kommerciel rådgivning fra Eksportrådet. I en tid med svære konjunkturer og skærpet konkurrence er det vigtigt at fortsætte optimeringen af Eksportrådets indsatser og organisation, så der sikres virksomhedernes maksimale værdi og effekt af rådgivningen. Eksportrådets tætte partnerskab med erhvervslivet skal fastholdes. Det vil ske bl.a. gennem Udenrigsøkonomisk Forum, Kontaktudvalget med hovederhvervsorganisationerne, key account-samarbejdet og fortsat sikring af stærke kommercielle kompetencer blandt medarbejderne.

En væsentlig faktor for den hidtidige professionalisering af Eksportrådet har været indførelsen af betaling for konkrete opgaver, som dels har kvalificeret efterspørgslen efter Eksportrådets ydelser, dels har skærpet fokus på kvalitet i ydelserne internt i organisationen. Eksportrådet har i dag en selvfinansieringsgrad på ca. 25 pct. Imidlertid er der behov for bedre sikring af, at betalingsordningen administreres ensartet på tværs af organisationen og udetjenesten, ligesom den ikke må føre til

uhensigtsmæssigheder som skævvridning i retning af kortsigtede indsatser eller ukoordineret markedsføring. Eksportrådet har i 2013 iværksat nye redskaber, der på tværs af organisationen skal sikre effektiv koordination af de samlede henvendelser til virksomhederne om markedsmuligheder.

Eksportrådets hovedformål er at skabe internationalisering og mere eksport til gavn for de danske virksomheder og dansk økonomi samlet set. Derfor er det afgørende, at Eksportrådets strategiske sigte styrkes med mål, der sikrer et skarpere fokus på komparativ merværdi og eksporteffekt.

Potentialet i Eksportrådets tætte samspil med den øvrige udenrigstjeneste skal i højere grad udnyttes inden for politisk-kommerciel rådgivning (Global Public Affairs – GPA), hvor Eksportrådet har enekompetence som følge af tilknytningen til det officielle Danmark. GPA er varetagelsen af danske erhvervsinteresser i forhold til myndigheder og politiske processer, politiske og private beslutningstagere, risici, CSR, og handelspolitiske udfordringer på udenlandske markeder. Det er også her den største absolutte omsætningseffekt af Eksportrådets arbejde vurderes at være, ligesom virksomhederne



tillægger disse ydelser størst merværdi. På den baggrund er der behov for en markant opprioritering af GPA-ydelser, særligt i lyset af den stigende efterspørgsel fra danske virksomheder på globale vækstmarkeder.

Samtidig viser en ny 'nettoeffektmåling' for perioden 2001-2011, at forløb for små virksomheder gav størst relativ eksporteffekt, i form af en gennemgående mervækst på 4-8 pct. point i omsætning, værditilvækst og beskæftigelse for små virksomheder, der har købt rådgivningsforløb hos Eksportrådet, i forhold til andre sammenlignelige virksomheder.

Eksportrådet vil på den baggrund særligt styrke GPA-indsatsen og øge fokus på længerevarende rådgivningsforløb, som har særlig stor effekt ift. de mindre virksomheder.

Eksportrådet vil desuden iværksætte nye tiltag, der på tværs af organisationen skal sikre mere effektiv koordinering af de samlede henvendelser til virksomhederne om markedsmuligheder og mere ensartet betjening af virksomheder. For at understøtte dette yderligere vil der blive fastlagt vejledende priser for en række standardiserede ydelser. Endvidere vil

Eksportrådets regionale samarbejdsstruktur blive styrket med henblik på at understøtte koordineret markedsføring, bedre træk på sektorviden samt ensartet høj kvalitet i ydelserne. Der vil således ske en fokusering af Eksportrådets regionale struktur med henblik på at understøtte målsætningen om ensartet kundebetjening på tværs af sammenlignelige markeder, hvilket skal bidrage til at sikre et konstruktivt samarbejde på tværs af repræsentationerne.

På CSR-området har Eksportrådet siden 2012 i samarbejde med Erhvervsstyrelsen afholdt workshops og foretaget CSR-vurderinger for danske virksomheder og deres lokale samarbejdspartnere i 18 lande, fortrinsvis på vækstmarkederne i Asien. IFU har de sidste 4 år afholdt tilsvarende seminarer i 6 regioner i Asien og Afrika. ILO vil fortsat spille en særlig rolle på CSR-området, og Danmark støtter blandt andet ILO's arbejde for et ansvarligt erhvervsliv i Myanmar.

Regeringen vil

Med henblik på fortsat optimering af Eksportrådets virksomhed iværksættes følgende initiativer:

Opprioritering af politisk-kommerciel rådgivning (4.1)

Eksportrådet vil markant opprioritere varetagelsen af de politisk-kommercielle opgaver (Global Public Affairs - GPA) i tæt samspil med opprioriteringen af det økonomiske diplomati på tværs af Udenrigsministeriet og regeringen. Bevægelsen i retning af flere GPA-ydelser vil blive understøttet af en mere strategisk målstyring for Eksportrådet, jf. nedenfor.

Mere strategisk styring med fokus på komparativ merværdi og effekt (4.2)

Eksportrådet vil understøtte bevægelsen i retning af eksporteffekt gennem en tilpasning fra 2015 af den strategiske målstyring. Udover indtjeningsmålet vil der blive opstillet supplerende mål for 1) GPA-ydelser, idet Eksportrådet vil sigte på at øge andelen af GPA-ydelser fra ca. 19 pct. af de samlede kommercielle aktiviteter i 2013, til 30 pct. i 2017, og til 40 pct. af aktiviteterne i 2020; og 2) Længerevarende forløb, idet Eksportrådet vil sigte på at øge andelen af længerevarende rådgivningsforløb på over 35 timer fra ca. 33 pct. af alle opgaver (over 3 timer) i 2013, til 37 pct. i 2017 og 40 pct. i 2020. Effektmålingsværktøjer vil desuden blive videreudviklet til bedre at kunne indfange forskelle ift. bl.a. markeder og konkrete ydelser, og vil blive suppleret af øget brug af målinger af 'kontraktværdier' for virksomhederne på markederne samt mere kvalitative effektanalyser.

Bedre sikring af ensartet høj kvalitet i betalingsydelser (4.3)

Eksportrådet vil sikre en bedre indledende rådgivende behovsafdækning i forhold til virksomhederne med en ny proces for kundedialog. Der vil desuden blive fastlagt vejledende priser for en række standardiserede ydelser. Herudover etableres monitorering af prisfastsættelsen vedr. en række af Eksportrådets mere komplekse ydelser, som skal

professionalisere og strømline tilbudsgivning på tværs af organisationen. En struktureret monitorering af prisfastsættelsen af sammenlignelige ydelser på regionalt niveau skal sikre, at betalingsordningen administreres ensartet på tværs af organisationen og udetjenesten. Der vil ikke hermed blive ændret på Eksportrådets udbud af *public service*- eller gratisydelser.

Styrket regionalt samarbejde mhp. kvalitet, markedsføring og sektorviden (4.4)

Eksportrådets nuværende regionale samarbejder fokuseres til ca. 20 ensartede markedssamarbejder. De enkelte markedssamarbejder vil blive baseret på fælles indtjeningsmål og ledet af en udsendt handelsmedarbejder med henblik på at sikre en mere koordineret kundekontakt og ensartet høj kvalitet i ydelserne. Der oprettes desuden en ny regional markedsføringsfunktion inden for tentativt ca. 6-8 større regioner, som bl.a. skal udbrede kendskab og viden hos dansk erhvervsliv om markedsmuligheder i den pågældende region. I respons på virksomhedernes stigende efterspørgsel efter sektorspecialiseret rådgivning etableres endvidere på pilotbasis nye tværgående regionale rådgivningsteams inden for prioritetssektorer (pt. miljø og vand; sundhed og velfærd; klima og energi; kreative erhverv og design samt bæredygtige fødevarer).

Intensiveret CSR-støtte til danske virksomheder på vækstmarkederne (4.5)

I 2014 vil Eksportrådets CSR-rådgivning blive udvidet til etablering af egentlige "CSR-klubber" på en række markeder, hvor behovet for en bred og dybtgående rådgivning er særligt udtalt. I forbindelse med CSR Awards 2014 vil Eksportrådet, Danida og IFU uddele en CSR-pris til en virksomhed, der har gjort en ekstraordinær indsats for at fremme CSR i udlandet ved hjælp af dansk teknologi eller viden.

Tiltag 5

Global tilstedeværelse med fokus på vækst- og volumenmarkeder

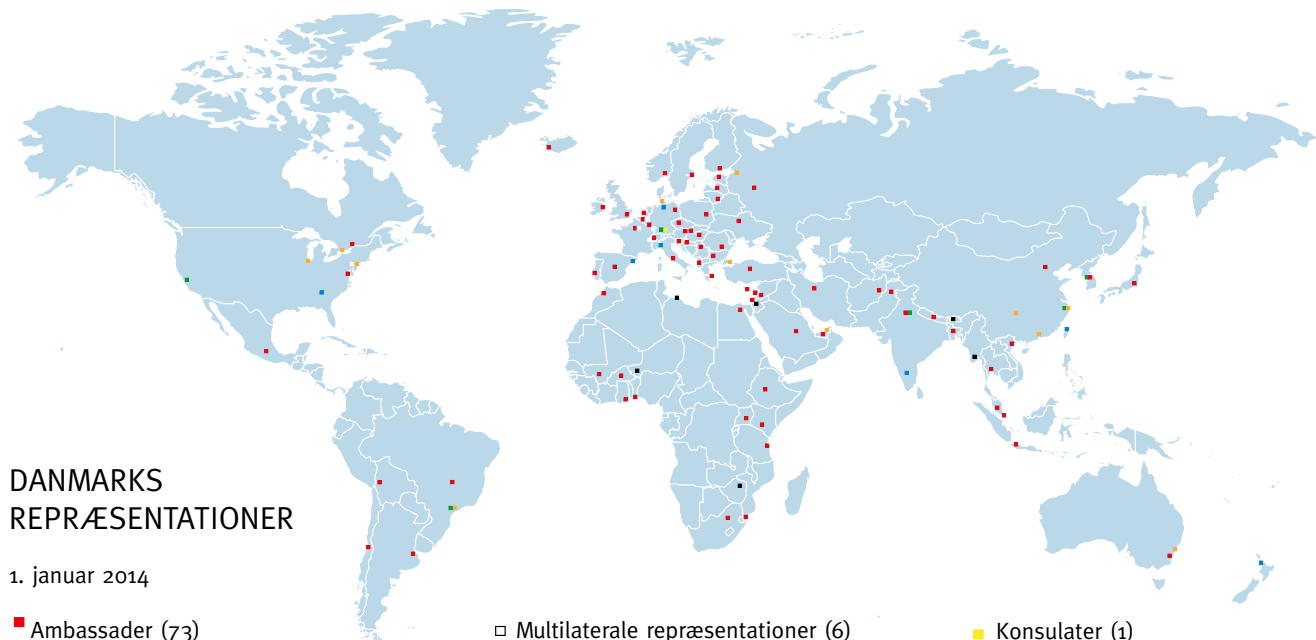
Udenrigstjenestens globale tilstedeværelse skal bedst muligt understøtte Danmarks internationale økonomiske aktiviteter og muligheder, og det skal være klarere hvilke kommercielle ydelser virksomhederne kan forvente af repræsentationerne rundt om i verden. Det fordrer en skarp prioritering af handelstilstedeværelsen på basis af markedspotentialer og merværdi af indsatsen, samt en differentiering af Eksportrådets tilstedeværelsesformer.

Danmark har pr. 1. januar 2014 111 repræsentationer i udlandet, heraf hovedsageligt ambassader, general-konsulater, handelskontorer og innovationscentre, hvortil kommer ca. 450 honorære konsulater og 6 regionale IFU-kontorer. Som en fuldt integreret del af udenrigstjenesten er Eksportrådet til stede i 50 lande fordelt på 64 repræsentationer. Eksportrådets globale organisation har 258 kommercielle rådgivere, heraf 57 udsendte og 201 lokalt ansatte medarbejdere, placeret på ambassadernes handelsafdelinger samt de danske handelskontorer og innovationscentre. Også på ambassader hvor Eksportrådet ikke direkte har medarbejdere, udfører ambassadøren kommercielle opgaver, herunder politisk-kommerciel rådgivning med kontakt til offentlige og private beslutningstagere (GPA).

I sammenhæng med den økonomiske og politiske forskydning fra Europa mod nye vækstcentre og opprioritering af det økonomiske diplomati har regeringen i 2014 iværksat en reform af den danske repræsentationsstruktur. Udenrigsministeriet har i processen rådført sig med en ekstern refleksionsgruppe med deltagelse fra erhvervslivet og forskningsverdenen.

Reformen er et udtryk for, at Udenrigsministeriet i højere grad orienterer sig mod danske kommercielle interesser henset til eksporterhvervenes bidrag til dansk økonomi. I lyset af at flere danske virksomheder søger mod fjernere og mere vanskelige markeder, har regeringen besluttet at prioritere en styrket tilstedeværelse her. Det skal også ses i sammenhæng med styrket økonomisk diplomati som respons på beslutningsstrukturerne i en række vækstlande, som stiller særlige krav til myndighedssamarbejde til at understøtte private aktørers markedssatsninger.

Regeringen har samtidig prioriteret en fortsat solid eksportfremmeindsats på traditionelle nærmarkeder, eftersom den fysiske tilstedeværelse også på mere traditionelle markeder er afgørende for opnåelsen af resultater og fremme af danske økonomiske interesser. Endvidere er reformen udtryk for, at udviklings-samarbejdet i højere grad vil kunne medvirke til at åbne muligheder for dansk eksport og investeringer.



DANMARKS REPRÆSENTATIONER

1. januar 2014

■ Ambassader (73)

Abu Dhabi	Hanoi	Paris
Accra	Helsingfors	Prag
Addis Ababa	Islamabad	Pretoria
Ankara	Jakarta	Rabat
Athen	Kabul	Reykjavik
Bamako	Kairo	Riga
Bangkok	Kampala	Riyadh
Beijing	Kathmandu	Rom
Beirut	Kiev	Santiago
Beograd	Kuala Lumpur	Seoul
Berlin	La Paz	Singapore
Bern	Lissabon	Sofia
Brasilia	Ljubljana	Stockholm
Bratislava	London	Tallinn
Bruxelles	Luxembourg	Teheran
Budapest	Madrid	Tel Aviv
Buenos Aires	Maputo	Tirana
Bukarest	Mexico DF	Tokyo
Canberra	Moskva	Vilnius
Cotonou	Nairobi	Warszawa
Damaskus	New Delhi	Washington DC
Dar Es Salaam	Nicosia	Wien
Dhaka	Oslo	Zagreb
Dublin	Ottowa	
Haag	Ouagadougou	

□ Multilaterale repræsentationer (6)

Bruxelles	EU-repræsentation, NATO-repræsentation
Genève	FN-mission
New York	FN-mission
Paris	OECD og UNESCO-delegation
Strasbourg	Europarådsrepræsentation

■ Repræsentationskontorer (6)

Harare	Ramallah	Tripoli
Niamey	Thimpu	Yangon

■ Generalkonsulater (12)

Chicago	Guangzhou	Shanghai
Chongqing	Istanbul	Skt. Petersborg
Dubai	New York	Sydney
Flensborg	São Paulo	Toronto

■ Konsulater (1)

München

■ Handelskontorer (7)

Auckland	Barcelona	Taipei
Atlanta	Hamborg	
Bangalore	Milano	

■ Innovationscentre (6)

München	São Paulo	Shanghai
New Delhi	Seoul	Silicon Valley

Fremadrettet vil Eksportrådet arbejde mere systematisk med analyser af markeds- og sektordata koblet til danske styrkepositioner. Disse styrkede prognoser for danske potentialer på markederne skal i tæt dialog med erhvervslivet tillige ligge til grund for en dynamisk fordeling af handelsfremmemedarbejdere på tværs af udenrigstjenestens repræsentationer.

Endelig vil Eksportrådet fra 2015 operere med opdeling af repræsentationer i forskellige tilstedeværelsesformer, så der er større klarhed omkring bredden af ydelser, danske virksomheder kan forvente udbudt på forskellige repræsentationer. Det er for Eksportrådet vigtigt at ramme den rette balance mellem på den ene side en bred tilstedeværelse, hvilket med begrænset bemanning på repræsentationerne kan give udfordringer ift. specialisering og kvalitetssikring, og på den anden side et fortsat behov for forskydning af ressourcer til nye og fjernere markeder.

Regeringen vil

For i højere grad at prioritere den globale tilstedeværelse med fokus på vækst- og volumenmarkeder gennemføres følgende initiativer:

Øget vækstorientering af Danmarks ambassadenetværk (5.1)

Regeringen åbner i 2014 ambassader i Nigeria, Colombia og Filippinerne, som er de 3 lande uden dansk repræsentation i dag, hvor der forventes den største markedsudvidelse frem mod 2020. Der vil også blive åbnet en ambassade i Myanmar og et handelskontor i Lagos i Nigeria. Der vil endvidere ske en styrkelse af flere eksisterende repræsentationer med fokus på danske økonomiske og kommercielle muligheder i Kina; det sydlige Afrika med fokus på Angola; Peru; Tyrkiet samt vækstlommen Erbil i Irak. Den nye repræsentationsstruktur vil samlet set indebære styrket dansk adgang til markeder med ca. 300 mio. indbyggere og en opprioritering af indsatsen på nye vækstmarkeder med godt 25 mio. kr. årligt.

Prioritering af vigtigste vækstmarkeder og centrale volumenmarkeder (5.2)

Regeringen vil fortsætte den særlige prioritering af Danmarks økonomiske engagement med 10 vækstlande³, som frem mod 2017 forventes at stå for 60 pct. af den globale vækst og som vurderes at have godt match mellem efterspørgsel og danske styrker. Som led heri vil Eksportrådet sigte på at styrke tilstedeværelsen på disse 10 prioriterede vækstmarkeder og andre vanskelige og fjernere markeder med 15-20 handelsfremmedarbejdere i perioden 2014-2017. Samtidig vil der ske en opprioritering af eksport- og vækstindsatser på centrale volumenmarkeder med konkrete handlingsplaner for indsatserne ift. Tyskland, USA og Japan.

Fortsat dynamisk og datadrevet prioritering af global tilstedeværelse (5.3)

Udenrigsministeriet vil over de kommende år fortsætte en dynamisk forskydning af tilstedeværelsen af handelskontorer i retning af nye

økonomisk interessante markeder og vil løbende overveje supplerende fleksible tilstedeværelsesformer. Eksportrådet vil endvidere styrke beslutningsplatformen for konkret fordeling af handelsfremmedarbejdere gennem en mere systematisk anvendelse af markeds- og sektorvise eksportpotentiale-analyser.

Differentiering af Eksportrådets tilstedeværelse (5.4)

Pr. 1. januar 2015 vil Eksportrådet operere med tre former for tilstedeværelse: 1) *Full service* – repræsentationer, der kan levere hele paletten af kommercielle rådgivningsydelser til virksomheder og med specialisering på en række sektorer; 2) *Basic service* – repræsentationer, der primært leverer udvalgte løsninger og typisk med mindre udtalt sektorspecialisering; og 3) *Ad hoc service* – repræsentationer uden deciderede handelsfremmedarbejdere, som primært kan løse politisk-kommercielle opgaver på ad hoc basis og ofte i samarbejde med Udenrigsministeriet i København eller via det pågældende regionale samarbejde.

Styrket global tilstedeværelse med innovationsindsats (5.5)

Med etablering i 2013 af tre nye danske innovationscentre i Sao Paolo, Seoul og New Delhi i tillæg til centre i München, Shanghai og Silicon Valley, har Uddannelses- og Forskningsministeriet og Udenrigsministeriet øget Danmarks adgang til og samarbejde med førende innovations- og forskningsmiljøer i centrale viden- og vækstcentre og styrket integrationen af eksport- og innovationsfremmeindsatserne. I 2014-2015 vil Ministeriet for Uddannelse og Forskning og Udenrigsministeriet desuden styrke innovationsindsatsen med en satellit-tilstedeværelse på ambassaden i Tokyo, Japan.

3. Brasilien, Rusland, Indien, Kina, Sydkorea, Sydafrika, Vietnam, Tyrkiet, Mexico og Indonesien.

Tiltag 6

Bedre samspil mellem udviklingsbistand og kommerciel indsats

Danske virksomheders kommercielle styrkepositioner kan bidrage til løsninger på centrale udfordringer i udviklingslandene til gavn for bæredygtig vækst og jobskabelse både i udviklingslandene og i Danmark. Danske virksomheder kan forvente, at regeringen med fokus på at styrke dette samspil aktivt vil arbejde for at sikre muligheder for dansk erhvervsliv i udviklingslande i vækst.

Samhandel, investeringer, teknologioverførsel og privatsektorudvikling bliver i stigende grad efterspurgt af udviklingslandene, der ønsker at blive integreret i verdenshandlen. Den betydelige vækst i flere udviklingslande, herunder i Asien og Afrika, skaber kommercielle muligheder på nye markeder, der traditionelt ikke har været i fokus for hovedparten af danske virksomheder, og hvor andre EU-lande i sammenligning har været hurtigere til at udnytte eksport- og investeringspotentialer. Danmark er teknologisk i front inden for en række sektorer af stor relevans for udviklingslande, bl.a. indenfor energieffektivitet, medicinalindustrien og vandsektoren.

Der vil således være en stor gensidig fordel ved i højere grad at engagere dansk erhvervsliv i udviklingslande, som efterspørger danske produkter, men hvor virksomhederne kan opleve for store barrierer. Det understreges af, at danske virksomheder i stigende grad efterspørger mere rådgivning i relation til de nye markedsmuligheder.

Årtiers indsatser indenfor udviklingssamarbejdet har ført til, at Udenrigsministeriet og IFU besidder lande-

kendskab, politisk indsigt, sektorspecifik viden og netværk, der kan omsættes til forretningsmuligheder og merværdi for erhvervslivet, og som samtidig kan understøtte en positiv udvikling i udviklingslandene. Ambitionen for et styrket samspil er at samtænke bredest muligt. Det omfatter muligheden for at drage fordel af politiske relationer, der fremmer danske værdier og knowhow overfor beslutningstagere. Det omfatter også den bilaterale og regionale udviklingsbistand, herunder sektorsamarbejde og forbedring af rammevilkår, som udgør en vigtig del af det danske samarbejde i landene. Og endelig omfatter det den kommercielle rådgivning af danske virksomheder.

Den dobbelte efterspørgsel fra både udviklingslande og dansk erhvervsliv muliggør en kombination af udviklingspolitiske mål, herunder fattigdomsbekæmpelse gennem grøn vækst og integration i verdenshandlen, med mål om øget eksport og internationalisering af danske virksomheder. Danmark har gennem de seneste år skærpet fokus på at bidrage til grøn vækst og beskæftigelse via den programmerede bistand og Danidas erhvervsinstrumenter.

I nogle udviklingslande vil det primære formål fortsat være fattigdomsbekæmpelse. I andre udviklingslande med høje vækstrater, men hvor Danmark hidtil ikke har draget nytte af de stærke relationer, som årtiers udviklingsbistand har medført, vil der være en stærkere prioritering af både udvikling og handel.

De nedennævnte initiativer er i tillæg til andre nye initiativer i denne strategi med et stærkere samspil mellem udviklings- og kommercielle indsatser, herunder nye vækstrådgivere og en fælles ordning for erhvervsfremstød. Udmøntningen af initiativerne vil afhænge af behov og efterspørgsel i et givent land, herunder efter de danske sektorindsatser og bistandsinstrumenter samt virksomheders kompetencer og efterspørgsel.

Regeringen vil

For at styrke samspillet mellem udviklingsbistand og kommerciel indsats gennemføres følgende initiativer:

Én indgang til rådgivning på nye markeder (6.1)

Danske ambassader i prioritetslande for udviklings-samarbejdet skal styrkes som one-stop-shops for virksomhedsrådgivning og dermed bringe danske virksomheder i spil enten rent kommercielt med Eksportrådets ydelser, via Danidas Business instrumenter og andre relevante programmer eller synergier mellem eksisterende instrumenter.

Hjælp til at tage de første skridt ud på flere nye markeder (6.2)

Landekredsen udvides og bevillingen øges for projektudviklingsfaciliteten "Danida Business Explorer", der støtter virksomheders indledende afdækning af forretningsmuligheder, som imødekommer udviklingsbehov i udviklingslande. Faciliteten har hidtil været afgrænset til Danmarks prioritetslande, men vil blive udvidet til lande indenfor Danidas indkomstgrænse (USD 3.268) og hvor der er dansk repræsentation. Det vil bl.a. indebære, at der kan foretages markedsanalyser i Nigeria og Filippinerne.

Etablering af ny Landbrugsinvesteringsfond (6.3)

Der etableres en landbrugsinvesteringsfond, som skal bidrage til at skabe lønsomme og bæredygtige projekter inden for landbrug og fødevarer-

forarbejdning i udviklingslande og samtidig skabe gode investerings- og leverancemuligheder for den danske ressourcebase inden for landbrug og fødevarerrelateret industri og serviceerhverv. Det forventes, at IFU administrerer fonden, dels grundet IFU's erfaringer fra Investeringsfonden for Østlandene (IØ-fonden), dels at IFU forventes at kunne skabe merværdi ved bl.a. at mobilisere privat kapital til fonden.

Danske virksomheder i spil til forbedring af infrastruktur i udviklingslande (6.4)

Danida Business Finance (DBF) medvirker til risikodeling og finansieringsløsninger og får danske virksomheder i spil til at levere bæredygtige infrastrukturløsninger. Landekredsen for DBF udvides til at følge IFU's landekreds, hvor der er dansk repræsentation. Samtidig sikres øget fleksibilitet i anvendelse af instrumentet gennem opdeling i 2 vinduer, *DBF Classic* og *DBF Fast Track*, hvor sidstnævnte gennem samarbejde med EKF skal give bedre vilkår for danske virksomheder, der ønsker at byde på offentlige anlægsprojekter i udviklingslande underlagt krav om bæredygtig låntagning (sustainable lending). Danida Business Finance vil samtidig kunne understøtte udvikling af højpotentialeprojekter i udviklingslande (jf. initiativ 3.3).

Tiltag 7

Lette virksomheders adgang til finansiering

En væsentlig udfordring for danske virksomheder, der ønsker at eksportere til eller investere i andre lande, er adgang til finansiering. Adgang til finansiering er en vigtig konkurrenceparameter for danske virksomheder, og regeringen vil give danske virksomheder styrket adgang til og rådgivning om såvel offentlige som private finansieringsmuligheder.

Internationalt orienterede virksomheder opererer ofte med en integreret finansierings-, investerings- og eksportstrategi for at få adgang til nye markeder og tilrettelægge en global produktion, der er mere effektiv. På udviklingsmarkeder har IFU gennemført investeringer med mere end 500 danske virksomheder i 85 udviklingslande, som i langt de fleste tilfælde har øget omsætningen og indtjeningen i de danske virksomheder. På baggrund af den store efterspørgsel efter IFUs investeringsløsninger, og stor dansk efterspørgsel efter løsninger i Latinamerika vil IFU oprette et kontor her, og i samarbejde med Udenrigsministeriet tage yderligere nye initiativer, herunder etablering af en ny Landbrugsinvesteringsfond (initiativ 6.3) og en ny investeringsfacilitet ift. Ukraine.

Regeringen er opmærksom på, at det fortsat kan være en udfordring at skaffe finansiering til eksportprojekter med længere tidshorisonter, selv hvis man har en garanti fra Eksport Kredit Fonden (EKF) i ryggen. Det kan give udfordringer for de danske eksportører og deres underleverandører og kan konkret føre til, at danske virksomheder taber ordrer til udenlandske konkurrenter, der kan tilbyde en bedre, samlet finansieringsløsning til deres kunder.

Det kan være vanskeligt for danske eksportører og deres kunder at få fuldt overblik over tilgængelige finansieringsmuligheder både i Danmark og internationalt. Derfor oprettede EKF og Eksportrådet i 2013

en fælles rådgivningsservice, hvor et team i København og på syv udvalgte vækstmarkeder bistår danske virksomheder med rådgivning om eksportfinansiering. Finansieringsrådgiverne hjælper danske virksomheder og deres udenlandske kunder med at identificere relevante finansieringsløsninger inden for eksportkredit, kreditforsikring, bistand, multilaterale kilder og garanti af investeringer. Det gælder for både private og statslige finansieringsløsninger.

For nogle virksomheder, særligt SMVer, vil der være fordele ved at sælge en minoritetsandel mod at opnå markedsadgang gennem deres nye investor. Mange udenlandske producenter/virksomheder i eksempelvis Kina og USA kan omvendt se et potentiale for avancerede danske løsninger på deres markeder. Disse virksomheder er ofte kapitalstærke og har målsætninger for strategiske tilkøb af virksomheder med nicheprodukter, der kan supplere deres eksisterende sortiment. Det er dog ikke altid, danske virksomheder kan identificere sådanne investorer. Udenrigsministeriets globale repræsentationsstruktur giver en god mulighed for at formidle sådanne partnerskaber. Herved kan de danske virksomheder, der søger tilførsel af udenlandsk kapital, aktivt bringes i spil som potentielle samarbejdspartnere og investeringsobjekter for udenlandske investorer. Det kan lette en række danske virksomheders adgang til udenlandsk kapital og således forbedre deres vækst- og eksportpotentiale.

Regeringen vil

For at lette danske virksomheders adgang til eksportfinansiering gennemføres følgende konkrete initiativer:

Eksportlåneordningen (7.1)

Regeringen vil forlænge Eksportlåneordningen (ELO) med 5 år frem til 2020, så danske eksportører fortsat har mulighed for at tilbyde en konkurrencedygtig, samlet finansieringsløsning til deres kunder. Samtidig gøres Eksportlåneordningen til en integreret del af EKF's kerneforretning, og der skabes bedre muligheder for at lade låntagere førtidsindfri lån. Det sikrer en større fleksibilitet i de løsninger, danske eksportører kan tilbyde deres kunder.

Styrket IFU-tilstedeværelse i Latinamerika (7.2)

Danske virksomheder har i stigende grad fokus på Latinamerika som mål for direkte investeringer og etablering. For at imødekomme denne interesse vil IFU i august 2014 åbne et nyt regionalt kontor i Bogota, Colombia, som vil blive søgt placeret sammen med den nye danske ambassade.

Etablering af ny investeringsfacilitet for Ukraine (7.3)

Der vil i samarbejde med IFU blive etableret en investeringsfacilitet for Ukraine, der skal bidrage til fremme af vækst og beskæftigelse og involvering af især små og mellemstore virksomheder i Ukraine. Facilitetens investeringer vil skulle understøtte danske virksomheders investeringer og eksportinteresser.

Finansieringsrådgiver i USA (7.4)

På basis af de positive erfaringer med Eksportrådets og EKF's fælles finansieringsrådgiverordning, vil ordningen i 2014 blive udvidet fra 7 til 8 markeder ved ansættelse af en finansieringsrådgiver i USA (New York).

Vækstkapital til SMV'ers eksport (7.5)

Eksportrådet vil i 2014 lancere et pilotprojekt om delt ejerskab som eksportstrategi for SMV'er. Eksportrådet vil assistere danske SMV'er med salg af en minoritetsandel til en strategisk udenlandsk investor. Hermed sikres den danske SMV ikke alene risikovillig kapital til at ekspandere på dette marked, men den opnår også markedskendskab, adgang til eksisterende distributionskanaler, mv. Viser pilotprojektet sig at være en succes, vil der kunne udvikles lignende projekter f.eks. med fokus på små teknologidrevne virksomheder med de danske innovationscentre som omdrejningspunkt, herunder med centrene i Silicon Valley og Shanghai som umiddelbart særligt relevante.

Tiltag 8

Flere SMV'er skal internationalisere og eksportere mere

De små og mellemstore virksomheder repræsenterer mere end 95 pct. af alle danske virksomheder. SMV'erne står for en begrænset del af den danske eksport, og udsigten for SMV-eksportvæksten i de kommende år er mindre end for større virksomheder. Samtidig har Eksportrådet en særlig forpligtelse til at bidrage til realiseringen af eksportpotentialet i de små og mellemstore virksomheder. Det er derfor en prioritet for regeringen at hjælpe flere SMV'er i gang med at eksportere, og at hjælpe flere til at eksportere mere.

Offentlig eksportfremme skal hjælpe danske virksomheder med at overkomme markedsbarrierer på udenlandske markeder. Små virksomheder kan have særlige udfordringer, fordi de ikke har de fornødne ressourcer til at overkomme selv mindre handelsbarriere. Derfor har Eksportrådet en særlig forpligtelse til at fremme internationalisering af danske små og mellemstore virksomheder (SMV'er), innovative vækstvirksomheder og iværksættere, herunder med tilskudsprogrammer med egenbetaling fra virksomhederne.

Hertil kommer, at en 'nettoeffektmåling' for perioden 2001-2011 viser, at Eksportrådets rådgivning af SMV'er har en positiv effekt på 4-8 procentpoint sammenlignet med tilsvarende SMV'er, der ikke modtog Eksportrådets ydelser. Samtidig viser målinger, at længerevarende forløb for små virksomheder giver en større effekt end korte forløb. Eksempelvis har det længerevarende Vitus-program for SMV'er skabt mere end 225 mio. kr. i eksportordrer og 180 eksportarbejdspladser ifølge de i alt 90 virksomheder, der har gennemført programmet siden 2011 med støtte for i alt 30 mio. kr.

For en lang række SMV'er vil det være relevant at eksportere til nærmarkederne. Nærmarkederne er også et forholdsvis enkelt sted at hente relevant international erfaring. I forhold til vanskeligere markeder er det Eksportrådets opgave at sikre, at der også i rådgivningen til de små virksomheder indgår en effektiv screening.

Eksportrådet vil derfor i dialog med navnlig de regionale væksthuse styrke den indledende rådgivningsindsats samt sikre koordination og samarbejde med henblik på at sikre maksimal udnyttelse af den viden og kompetence væksthuse besidder, herunder om det lokale erhvervsliv. Eksportrådet vil sikre en forstærket indsats for at nå de SMV'er, der endnu ikke er bekendt med disse muligheder, herunder ved oplysningsaktiviteter med væksthuse og de lokale Erhvervsråd. Eksportrådets indstationerede medarbejdere i væksthuse vil være centrale i den forbindelse. Bedre rådgivning og screening skal føre til højere værdiskabelse for de virksomheder, som vælger at gå i gang med eksport. De lokale rådgivningstilbud, som ydes fra væksthuse, er en naturlig indgang til eksportfremmeforløb for en lang række SMV'er. Der vil samtidig blive taget udgangspunkt i, at der kan opnås større værdi for SMV'er, der ikke har eksporteret før, ved længere rådgivningsforløb.



Der er tillige vurderingen, at Eksportrådet kan gøre en positiv indsats for Danmarks mellemstore virksomheder, som kun anvender Eksportrådets ydelser i begrænset omfang. Eksportrådet vil øge sit fokus på denne gruppe for at understøtte deres spring til og aktiviteter på eksportmarkederne. For begge grupper gælder, at også de danske innovationscentre i udlandet vil kunne hjælpe med at identificere nye anvendelsesområder for teknologier og produkter, der herigennem kan finde nye markeder uden store omkostninger.

Samtidig skal der sikres en stærkere kobling mellem den nationale forsknings- og innovationsfremme og den internationale indsats. Gennem de 22 nationale innovationsnetværk kan danske små og mellemstore virksomheder skyde genvej til international viden- og innovationssamarbejde. Innovationsnetværkenes samarbejde med førende internationale klynger og videnmiljøer skal styrkes, da det har vist sig at være en effektiv model for involvering af danske virksomheder i internationalt vidensamarbejde, herunder i EU's forsknings- og innovationsprogrammer. Indsatsen målrettes danske vækstområder, hvor der er uopdyrkede muligheder for viden- og udviklings-samarbejde mellem grupper af danske og udenlandske virksomheder og videninstitutioner.

Regeringen vil

Med henblik på at flere SMV'er skal internationalisere og eksportere mere, igangsættes følgende konkrete initiativer:

SMV-programmer med fokus på værdiskabelse i længerevarende forløb (8.1)

Eksportrådet gennemfører fra 2014 en ny SMV-politik med fokus på helhedstækning, værdiskabelse og fleksibilitet. Der skal sikres større værdi for SMV'erne bl.a. gennem nye og justerede programmer og ved længerevarende eksport- og innovationsrådgivningsforløb. Målet er et løft i samarbejdsrelationernes varighed med 50 pct. i gennemsnit, med en større eksporteffekt for de deltagende virksomheder.

Styrket indledende sektorrådgivning og eksportforberedelse af SMVer (8.2)

En styrket hjemmeindsats på behovsafdækning og screening skal forbedre den konkrete bistand ude på eksportmarkerne. Eksportrådet vil med henblik på dette styrke sektorrådgivningen af SMV'erne og samarbejdet med væksthuse. Desuden vil Eksportrådet, under hensyntagen til, at rådgivningsløsningerne skal adressere virksomhedernes individuelle udfordringer og behov, fortsat have løbende fokus på konsolidering og strømlining af ydelserne, herunder såvel ved intern opfølgning som i dialog med navnlig de 5 regionale væksthuse. Der er i forbindelse med etablering af en ny proces for kundedialog fra 2013 foretaget en konsolidering af udbuddet af ydelser, som vil blive forstærket også i relation til etablering af eksportguiden.dk (jf. initiativ 1.1).

Øget fokus på mellemstore virksomheder (8.3)

Eksportrådet vil øge sit fokus på mellemstore virksomheders eksportfremmebehov. Ét centralt element vil være pilotprogrammet for højpotentialeprojekter, der frembyder særlige muligheder for denne gruppe. Eksportrådet vil desuden tilbyde nye målrettede rådgivningsforløb for virksomheder med op til 250 ansatte og 375 mio. kr. i årlig omsætning, og herunder især adressere de mellemstore virksomheders udfordringer inden for politisk-kommerciel rådgivning, adgang til finansiering, samt innovation og forretningsudvikling mv.

Styrket internationalt innovationssamarbejde gennem innovationsnetværk (8.4)

Uddannelses- og Forskningsministeriet vil støtte innovationsnetværk og andre danske klyngeorganisationer, som kan dokumentere etablering af flere nye konkrete innovationssamarbejder mellem danske og udenlandske virksomheder. Der vil kunne søges midler til at gennemføre nye konkrete innovations- og internationaliseringsaktiviteter for medlemsvirksomhederne, herunder særligt SMV'er. Innovationsnetværkenes internationale indsats vil ske i tæt samarbejde med de danske Innovationscentre, Eksportrådet og Invest in Denmark.

Tiltag 9

Bedre rammer for effektive erhvervsfremstød med virksomhederne i centrum

Fælles erhvervsfremstød bidrager til virksomhedernes internationalisering, konkurrenceevne og eksportomsætning. Fremstødene er et vigtigt værktøj for danske virksomheder når de skal ind på nye markeder eller skal fastholde og udbygge kontakter på eksisterende markeder. Officielle erhvervsfremstød, hvor et medlem af kongehuset eller ministre står i spidsen, er samtidig en vigtig platform for bredere markedsføring af Danmark og danske kompetencer. Et offentligt-privat partnerskab om de officielle erhvervsfremstød skal være med til at styrke effekten af fremstødene.

Regeringen ønsker at styrke og nytænke de kollektive erhvervsfremstød til gavn for danske virksomheder. Fælles erhvervsfremstød bidrager til at fremme danske virksomheders adgang til eksportmarkederne ved at bibringe virksomhederne viden om markedsmuligheder og forretningsvilkår, ved at skabe kontakter til forretnings- og samarbejdspartnere samt ved at udnytte de fordele, der er knyttet til en fælles deltagelse i et erhvervsfremstød gennem f.eks. synlighed på markedet, og udveksling af viden, ideer og erfaringer virksomhederne imellem.

Samtidig efterspørger udviklingslande i stigende grad øget samhandel og integration i den globale økonomi. Danske virksomheder er teknologisk helt i front inden for en række sektorer af stor interesse for udviklingslande, bl.a. indenfor medicinalindustrien og vandsektoren. Derfor vil det være til gensidig fordel, at Danmark gennem de fælles erhvervsfremstød og Danidas øvrige erhvervsindsatser styrker samhandlen med udviklingslandene. En styrkelse af bevillingen til fælles erhvervsfremstød vil derfor bidrage til, at indsatsen på vækstmarkederne og erhvervspartnerne med udviklingslande kan styrkes.

Ordningen for fælles erhvervsfremstød under Eksportrådet giver mulighed for at yde tilskud på op til 50 pct. af udgifterne forbundet med at planlægge og gennemføre fremstødet. Tilskud til virksomhedernes deltagelse i fælles fremstød er især til gavn for de små og mellemstore virksomheder. Der vil derfor fortsat være krav om deltagelse af små og mellemstore virksomheder for, at der kan opnås tilskudsmidler. Der gennemføres årligt omkring 100 fælles fremstød med deltagelse af ca. 1.200 virksomheder, heraf knap 60 pct. små og mellemstore virksomheder. Ifølge de løbende målinger er i gennemsnit 87 pct. af virksomhederne tilfredse eller meget tilfredse med deltagelsen i fælles erhvervsfremstød.

Som en del af fremstødsordningen gennemføres i tæt samarbejde med erhvervsorganisationerne 6-7 større officielle danske erhvervsfremstød om året, hvor et medlem af kongehuset eller en minister står i spidsen for en erhvervsdelegation. De officielle fremstød har foruden et specifikt kommercielt fokus også et vigtigt formål i forhold til en bredere markedsføring af Danmark. Med en kobling af danske kommercielle interesser og dansk kultur og kreativitet udnyttes også, at Danmark i disse år oplever en international

popularitetsbølge med stor interesse for dansk film, tv, litteratur, design, arkitektur, musik og mad. Dansk og/eller nordisk sælger og har en positiv afsmittende markedsføringseffekt i forhold til dansk eksport i bred forstand og Danmarks evne til at tiltrække udenlandske investeringer mv. Større kulturevents vil således fortsat blive integreret som platforme i fælles fremstød.

Det er vigtigt, at erhvervslivet får et stort udbytte af erhvervsfremstødene. Arbejdet med fremstødene vil derfor ske i en endnu tættere dialog med virksomheder, erhvervsorganisationer og andre partnere.

Regeringen vil

For at skabe bedre rammer for effektive erhvervsfremstød tages følgende initiativer:

Fælles erhvervsfremstødsordning (9.1)

Med afsæt i de nuværende ordninger vil Danida og Eksportrådet etablere en fælles erhvervsfremstødsordning, der har til formål at fremme danske virksomheders eksport og internationalisering og samhandel med såvel udviklingslande som øvrige lande. Ordningen vil bestå af to spor: 1) traditionelle erhvervsfremstød, der vil omfatte fremstød i ikke-DAC-lande, og 2) Danida Business Delegations, der vil operere i DAC-lande med dansk repræsentation og efter udviklingskriterier i respons på udviklingslandenes efterspørgsel. Med den fælles erhvervsfremstødsordning vil også den samlede tilskudspulje til kollektive fremstød blive markant forøget.

En fælles erhvervsfremstødsordning vil bidrage til at styrke samtænkningen mellem udviklingsindsatsen og kommercielle interesser til gavn for dansk erhvervsliv og samtidig imødekomme udviklingslandenes ønske om øget samhandel og investeringer. Ordningen vil understøtte bedre koordination med og inddragelse af ressourcebasen på udviklingsbistandsområdet, danske erhvervsorganisationer og virksomheder i planlægningen og gennemførelsen af fælles fremstød.

Nyt partnerskab for officielle fremstød (9.2)

I et offentligt-privat partnerskab etableres et nyt team i Udenrigsministeriet med det formål at sikre velfungerende og effektive officielle erhvervsfremstød både på det strategiske og operationelle niveau. Partnerkredsen vil bestå af Udenrigsministeriet og relevante erhvervsorganisationer, som måtte have interesse i, og være indstillet på aktivt at bidrage til enheden for de officielle fremstød i form af medarbejderressourcer eller økonomiske bidrag. Teamet placeres i Eksportrådet og vil blive ledet af en erfaren medarbejder fra Udenrigsministeriet. Enhedens hovedopgaver vil være at bistå ambassader og andre repræsentationer i forberedelse og gennemførelse af officielle fremstød og samtidig på tværs af de enkelte fremstød opsamle viden og erfaringer til fortsat forbedring af officielle fremstød til gavn for danske virksomheder.

Regeringens strategi for eksportfremme og økonomisk diplomati Mere handel. Nye job.

2013/14 : 25

Henvendelse om udgivelsen kan i øvrigt ske til

Udenrigsministeriet
Asiatisk Plads 2
1448 København K

Tlf. : 33 92 00 00

ISBN

978-87-93214-08-8

Elektronisk publikation

978-87-93214-09-5

Design af omslag

e-Types & e-Types Daily

Design af indhold

BGRAPHIC

Foto

Scanpix, Colourbox

Tryk

Rosendahl Schultz Grafisk A/S

Web

Publikationen kan hentes på
www.um.dk



