

NOTAT

3. maj 2019
Sag 2018-17919

Bilag 3.3.3.2: Indsats vedr. øget eksportparathed i SMV'er

Udfordring

Eksport bidrager til danske virksomheders konkurrenceevne, ligesom danske virksomheder skal være trimmet og parate, før de påbegynder eller udvider eksporten, hvis de vil have succes. Eksport udgør 55 pct. af BNP, samtidig med at kun en lille andel af de danske virksomheder eksporterer¹. 14 pct. af store og mellemstore virksomheder står for ca. 90 pct. af eksporten².

Mange små og mellemstore virksomheder (SMV'er) har ingen eller begrænset eksport og er umiddelbart tilbageholdende med at igangsætte eksport- og internationaliseringstiltag grundet manglende erfaringer, kompetencer og ressourcer. Disse virksomheder ligger lavt på den såkaldte EksportScore³, som dækker over, hvor parat virksomheden er til at få succes på eksportmarkederne målt på fem parametre; produktivitet, sikkerhed, kundekredit, kapital og erfaring.

Der er således et potentiale i at øge andelen af danske SMV'er, der er eksportparate. En analyse fra e-Statistik viser, at det særligt er små virksomheder (op til 49 ansatte), der ikke har tilsvarende eksportvækst som de mellemstore og store virksomheder⁴.

Baggrund

Offentlig rådgivning om internationalisering er forankret i The Trade Council (tidligere Eksportrådet), Udenrigsministeriet, som har et globalt netværk af repræsentationer i hele verden og har dermed indsigt i de (eksterne) lokale markeder samt netværk til virksomheder, myndigheder og beslutningstagere.

The Trade Council vil være til stede i de nye tværkommunale erhvervshuse, hvor de vil sikre, at virksomhederne oplever en god overgang fra den indledende vejledning om internationalisering i erhvervshusene til The Trade Councils rådgivning om internationalisering, investeringsfremme og innovation samt til

ERHVERVSSTYRELSEN

Vejlsøvej 29
8600 Silkeborg

Tlf. 35 29 17 17
CVR-nr 10 15 08 17
E-post deb@erst.dk
www.erst.dk

ERHVERVS MINISTERIET

¹ Kilde: eStatistik, se også Strategi for decentral erhvervsfremme 2019 s. 35

² Kilde: eStatistik for Eksportrådet Eksportstatistik 2016

³ Kilde: Dansk Industri's Virksomhedspanel, december 2017 + EKF Danmarks Eksportkredit og Tuborg Research Institute

⁴ Kilde: eStatistik Erhvervsanalyse december 2018 SMV-eksport

Udenrigsministeriets globale netværk. Erhvervshusene yder gratis sparring og vejledning til SMV'er, men yder ikke selv direkte rådgivning eller aktiviteter, som kan virke konkurrenceforvridende i forhold til private rådgivere.

Danmark har et kompetent og veletableret privat konsulentmarked, der særligt rådgiver virksomheder på "de indre linjer", f.eks. strategi- og forretningsudvikling, organisationsudvikling, procesoptimering mv. med fokus på eksport og internationalisering. Der er dog samtidig et potentiale for, at flere små og mellemstore virksomheder benytter ydelser fra private konsulenter til at udløse mere af deres eksportpotentiale.

Flere regionale programmer har bundet indsatsen sammen med såvel et privat rådgivermarked som de ydelser, der stilles til rådighed gennem de statslige ordninger, ikke mindst The Trade Council og EKF Danmarks Eksportkredit.

Erfaringer fra strukturfondsindsatsen 2014-2017 har vist, at rådgivning kan styrke væksten og jobskabelsen i SMV'er⁵. Samtidig anbefales det, at der fokuseres mere på virksomhedernes internationalisering i resten af programperioden⁶.

Indsatserne har fået gode evalueringer, og særligt de individuelle rådgivningsforløb har vist sig efterspurgt hos virksomhederne. Disse forløb har været tilrettelagt ud fra den konkrete virksomheds behov og har givet den relevante håndgribelige og specifikke viden for at skabe en eksportrettet udvikling i deltager-virksomhederne⁷.

Der er imidlertid stor forskel på, hvor udbredt sådanne internationaliserings- og eksportprogrammer har været. Især i Region Midtjylland har der været tradition for sådanne programmer med en høj grad af kontant medfinansiering fra virksomhederne.

Indholdet af indsatsen

Det foreslås at iværksætte en indsats for at styrke SMV'ers adgang til rådgivning, som kan fremme virksomhedernes eksportparathed. Formålet med indsatsen er at hjælpe SMV'er med at øge deres fokus på og parathed til eksport via rådgivning hos private konsulenter.

Indsatsen sigter mod at skalere de gode elementer fra de eksisterende regionale indsatser og brede dem ud til hele landet.

Initiativet går ud over erhvervshusenes basisvejledning, udfylder et behov hos danske SMV'er samt supplerer den offentlige rådgivning om eksport (The Trade Council, EKF Danmarks Eksportkredit mv.). Indsatsen skal drives af én operatør og foreslås at have fokus på følgende områder:

⁵ COWI: Midtvejsevaluering af Regionalfonden 2014-2020

⁶ COWI (2019): Midtvejsevaluering af Regionalfonden 2014-2020, s. 73f.

⁷ COWI slutevaluering marts 2017 Program for eksport og internationalisering 2015, Region Midtjylland

- Eksportparathed herunder strategi- og forretningsudvikling
- Kompetencer og ressourcer i organisationen (sprog, kultur mv.)
- Kundesegmenter og målgrupper
- Produktudvikling og produktmatrix
- Produktion og evt. certificeringer
- Leverandør- og teknologiafklaring
- Distributions- og salgskanalstrategi
- Indledende Go-To-Market strategi
- Indledende kapital- og finansieringsplan.

Indsatsen kan også indeholde andre aktiviteter.

Indsatsen skal hjælpe virksomhederne med at øge deres fokus på og parathed til eksport gennem forskellige aktiviteter. Indsatsen kan indeholde tilskud til køb af 1:1 rådgivning hos eksterne konsulenter (private såvel som offentlige) om deres konkrete situation. Rådgivningen, som erhvervshusene ikke kan tilbyde, skal ske med afsæt i stærke eksportfaglige kompetencer og indgående kendskab til processer, der øger SMV'ers eksportparathed og kan imødekomme virksomhedernes behov for skræddersyet rådgivning.

Udvælgelsen af rådgivere til individuel rådgivning kan ske på to måder: Enten skal hver enkelt deltagervirksomhed selv vælge rådgiver (efter markedsafsøgning), eller operatøren kan (efter markedsafsøgning) udvælge en eller flere rådgivere til deltagervirksomhederne. Der kan evt. vælges en kombination af de to muligheder.

Indsatsen skal koordineres med de tværkommunale erhvervshuse, EKF Danmarks Eksportkredit og The Trade Council mv., for at virksomhederne opnår den største effekt samt får et sammenhængende erhvervsfremmesystemet inden for internationalisering.

Målgruppen

Indsatsen er målrettet SMV'er, der besidder et uudnyttet potentiale for at styrke sin vækst gennem øget internationalisering, og hvor det vurderes, at især en indsats der fokuserer på den indre eksportparathed, vil kunne bidrage til at udløse potentialerne.

Det foreslås, at indsatsen tilrettelægges, så der er et særligt fokus på virksomheder med mellem 10 og 49 ansatte (små virksomheder). I særlig tilfælde kan virksomheder med færre eller flere ansatte også deltage fx Born Global virksomheder⁸.

Indsatsens virkemidler/centrale krav og kriterier

Følgende generiske virkemidler anvendes til gennemførelse af indsatsen:

⁸ Europa-Kommissionen, Ordliste - Ref. Ares (2016)1923875: 22/04/2016

- Screening (identifikation) af virksomheder med et forholdsvist stort vækstpotentiale⁹ (fase 1).
- Aktiviteter, der styrker SMV'ers eksportparathed herunder strategi- og forretningsudvikling med fokus på eksport og internationalisering. Denne indsats skal give virksomhederne bedre forudsætninger for at blive internationale og øge eksporten. Derudover skal aktiviteter fx omfatte støtte til rådgivning hos private konsulenter (fase 2).
- Aktiviteterne skal munde ud i, at virksomhederne får udarbejdet konkrete vækstplaner¹⁰, der bl.a. indeholder anvisninger på den enkelte virksomheds internationaliseringsmuligheder, samt barrierer der skal adresseres for at styrke virksomhedens konkurrencekraft gennem øget internationalisering.

Operationalisering af bestyrelsens principper i udvælgelseskriterier

I tabellen neden for er bestyrelsens principper, som de fremgår af udmøntningsplanen, operationaliseret i et antal udvælgelseskriterier, der vil blive yderligere konkretiseret og anvendt i forbindelse med vurdering af de indkomne ansøgninger.

Tablet: Udvalgte kriterier, der vil blive lagt til grund for indsatsen

Principper	Kriterier
1. Sætte virksomhedernes behov i centrum	<ul style="list-style-type: none"> • Der vil blive lagt vægt på, at indsatsen adresserer virksomhedernes aktuelle behov for internationalisering og bidrager til at understøtte virksomhedernes konkurrenceevne og eksportparathed. • Det vægtes, at indsatsen er tilrettelagt på baggrund af dialog med erhvervslivet, erhvervsorganisationer, erhvervshuse og andre aktører med indsigt i virksomhedernes behov ift. eksport og internationalisering, herunder The Trade Council.
2. Skabe sammenhæng på tværs	<ul style="list-style-type: none"> • Det vægtes at indsatsen hænger sammen med og gerne bygger oven på eksisterende regionale og nationale indsatser på området, således at der ikke etableres overlappende initiativer, og så eksisterende viden udnyttes.
3. Løfte produktiviteten og skabe gode muligheder i hele landet	<ul style="list-style-type: none"> • Indsatsen skal gennemføres i et stærkt og landsdækkende partnerskab med involvering/opbakning fra erhvervslivet og relevante aktører.

⁹ For at deltage i regionalfondsindsatsen skal en virksomhed have potentiale til at øge sin beskæftigelse eller omsætning med i gennemsnit mindst 10 pct. om året over tre år. Det vil sige, at en virksomhed med fx 10 mio. kr. i årlig omsætning skal have potentiale til at øge sin omsætning til godt 13 mio. kr. efter tre år.

¹⁰ Det er et krav i Regionalfondens prioritetsakse 2 *Flere vækstvirksomheder*, at der udarbejdes en vækstplan, der anviser en konkret plan for, hvordan virksomhederne styrker deres vækst.

Principper	Kriterier
	<ul style="list-style-type: none"> Der vil blive lagt vægt på, at ansøger demonstrerer at kunne imødegå geografiske og branchemæssige forskelle på tværs af landet og tilgodese alle landsdele, såfremt der er behov og efterspørgsel fra virksomheder fra målgruppen.
4. Gøre det brugervenligt og overskueligt	<ul style="list-style-type: none"> Ansøger skal beskrive, hvordan indsatserne bidrager til en hurtig, nem og så vidt muligt digital adgang, hvor indsatsen præsenteres på en måde, som virksomhederne finder overskuelig og brugervenlig og med virksomhedernes behov i centrum. Herunder vil der blive lagt vægt på, hvordan ansøger vil sikre, at projektets resultater forankres og videreføres efter den offentlige medfinansierings ophør.
5. Digitalt og datadrevet	<ul style="list-style-type: none"> Information om indsatsen skal være tilgængelig på den digitale erhvervsfremmeplatform. Indsatsen tilrettelægges med udgangspunkt i data og et solidt evidensgrundlag, der underbygger behovet for indsatsen.

Supplerende kriterier

Herudover foreslås det, at der indgår følgende kriterier i call'et:

Kontant egenfinansiering: Der lægges vægt på, at der i budgettet indgår kontant egenfinansiering (frem for medfinansiering baseret på arbejdstid i de deltagende virksomheder). Dette for at sikre, at indsatserne er efterspørgselsdrevne og prioriterede af deltagervirksomhederne.

Kvalifikationer og kompetencer: Ansøger skal beskrive egne kompetencer til gennemførelse af projektet samt hvilke kompetencer, der inddrages i projektet, fx via videninstitutioner, specialister og private og offentlige konsulenter mv.

Effekter

Målet for indsatsen er at styrke virksomhedens konkurrencekraft gennem øget internationalisering.

Konkrete effektmål er:

- Flere vækstvirksomheder

Effektmålet vil blive opnået gennem en styrkelse af de deltagende virksomheders omsætning, indtjening og produktivitet.

Det påhviler ansøger at opstille en klar og sammenhængende effektkæde med gode og velbegrundede indikatorer og måltal.

Økonomi

Det foreslås, at der afsættes i alt 30 mio. kr. heraf 15 mio. kr. fra Regionalfonden, prioritetsakse 2: Flere Vækstvirksomheder og 15 mio. kr. af de decentrale

erhvervsfremmemidler. Det svarer til en indsats på i alt 10 mio. kr. årligt i en treårig periode.

Midlerne fra Regionalfonden kan maksimalt udgøre 50 pct. af det samlede projektbudget. Det foreslås endvidere, at der stilles krav om, at deltagervirksomhederne stiller med privat, kontant egenfinansiering, som udgør mellem 25-50 pct. af det samlede budget. Derved ventes de deltagende virksomheder i betydelig grad at kunne friholdes for de administrative byrder med dokumentation via lønsedler og timeregistrering, samtidig med at virksomhederne viser efterspørgsel og ejerskab.

Projektperiode

Projektperioden kan være op til 3 år fra medio 2019 til medio 2022.

Videre proces

Såfremt bestyrelsen følger indstillingen, vil sekretariatet udarbejde egentligt call/ansøgningsmateriale til forventet offentliggørelse ultimo maj 2019 med ansøgningsfrist medio august 2019 og forventet behandling af ansøgninger på bestyrelsesmødet 14. november 2019.