



Vækst via Eksport: Danmark – Tyskland

– 25 konkrete vækstinitiativer inden
for eksport, turisme, investeringer
og innovation



Vækst via Eksport: Danmark – Tyskland

– 25 konkrete vækstinitiativer inden for eksport,
turisme, investeringer og innovation

Udenrigsministeriet – Eksportrådet

I samarbejde med:

- Erhvervs- og Vækstministeriet
- Klima-, Energi- og Bygningsministeriet
- Uddannelses- og Forskningsministeriet
- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
- Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse

Indhold

1.	Uopdyrkede muligheder på Danmarks største eksportmarked	5
2.	Muligheder og udfordringer	7
2.1	Dansk eksport til Tyskland	7
2.2	Fra nord til syd – hele Tyskland rummer nye nærmarkedseksporteventyr	8
2.3	Tyske direkte investeringer i Danmark	10
2.4	Vækst gennem partnerskaber med fokus på forskning og innovation	11
3.	Markedsbeskrivelse, danske styrkepositioner og indsatser	12
3.1	Energiløsninger	12
3.2	Industrielle løsninger	14
3.2.1	Underleverandør	14
3.2.2	Industrie 4.0	15
3.2.3	Automotive	16
3.3	Design og arkitektur	17
3.3.1	Møde, design og møbler	17
3.3.2	Byggeri, arkitektur og byplanlægning	18
3.4	Fødevarer	19
3.5	Sundhed	20
3.6	Informations- og kommunikationsteknologi	22
4.	Initiativkatalog 2014–2016	23



1. Uopdyrkede muligheder på Danmarks største eksportmarked

Tyskland er Europas største økonomi og den fjerdestørste på verdensplan. Landet rummer mere end 80 millioner købestærke indbyggere, har en veludviklet og eksport-orienteret industriproduktion – og ligger lige syd for den danske grænse.

Økonomisk går det godt i Tyskland. Væksten var i 2013 kun 0,4%, men for 2014 forventes en vækst på ca. 2%. En rekord-høj beskæftigelse og generelt stigende realløn forventes at stimulere den indenlandske efterspørgsel. Den tyske industriproduktion udviser gode vækstattakter, og den tyske eksport, der er på mere end 1.000 mia. EUR, forventes ifølge det tyske industri- og handelskammer at stige med 4,5% i 2014.

Tyskland er Danmarks absolut største eksportmarked, og i 2013 lå vareeksporten lidt over 100 mia. DKK. For 2014 er der en klar forventning om, at vareeksporten igen kommer over 100 mia. DKK. De flotte tal til trods er der stadig et betydeligt uudnyttet eksportpotentiale i Tyskland. I gennemsnit er den danske vareeksport til Tyskland således kun omkring 1.300 DKK pr. tysker. Til sammenligning er den danske eksport til Sverige godt 8.000 DKK pr. svensker. Vareeksporten til Tyskland går primært til det nordlige Tyskland, eksempelvis er dansk eksport til Schleswig-Holstein området på 7-8.000 DKK pr. indbygger, mens eksporten til det sydlige Tyskland er betydeligt mindre, eksempelvis til Bayern, hvor den danske vareeksport kun ligger på omkring 500 DKK pr. indbygger. Der er således et stort potentiale for øget eksport til Tyskland – især til Sydtyskland.

Hvad innovation angår, ligger Tyskland i en europæisk sammenhæng i førerfeltet sammen med Sverige og Danmark. Ifølge den Europæiske Kommissions *Innovation Union Scoreboard* fra 2013 ligger Tyskland på en 2. plads efterfulgt af Danmark på 3. pladsen. Det unikke ved Tyskland fra en innovationsvinkel er det tætte samspil mellem forskning

og erhvervsliv og det konstante fokus på innovation ikke kun i forhold til udvikling af traditionelle produkter, men også i forhold til nye mere radikale innovationsløsninger. Geografisk er det de sydlige delstater – Baden-Württemberg, Bayern og Hessen – som udgør den mest forskningstunge og innovative del af Tyskland.

Udviklingen i det tyske samfund vil i de kommende år kræve nye investeringer, der på en række områder matcher de danske kompetencer og styrkepositioner. Andelen af ældre i den tyske befolkning vil stige markant frem mod 2030. Det lægger pres på sundhedssystemet og stiller store krav til nye behandlingsmetoder og ældrepleje, herunder også krav til en mere moderne og IT-hjulpet pleje- og sundheds-industri. Atomkraften udfases frem mod år 2022, og den tyske energiomstilling mod mere vedvarende energi kræver, at den tyske regering tænker i nye løsninger.

Fødevarerikkerhed, økologi og den sunde livsstil er kommet i højsædet i Tyskland, og det giver mulighed for at bringe danske produkter og erfaringer på banen. Desuden oplever dansk mode og design også en stigende efterspørgsel hos den kvalitetsbevidste tyske forbruger, og det gode danske brand slår også igennem på området for maskiner og underleverancer, hvor danske leverandører nyder godt af at have ry for at være kvalitetsbevidste, pålidelige og innovative.

Endelig udgør Tyskland et meget vigtigt indsatsområde for dansk turisme og er i dag det klart største marked for Danmarks turistbranche. Tyske turisters forbrug i Danmark giver en årlig omsætning på knap 11 mia. DKK, som inklusiv afledte effekter svarer til ca. 10.500 fuldtidsstillinger.

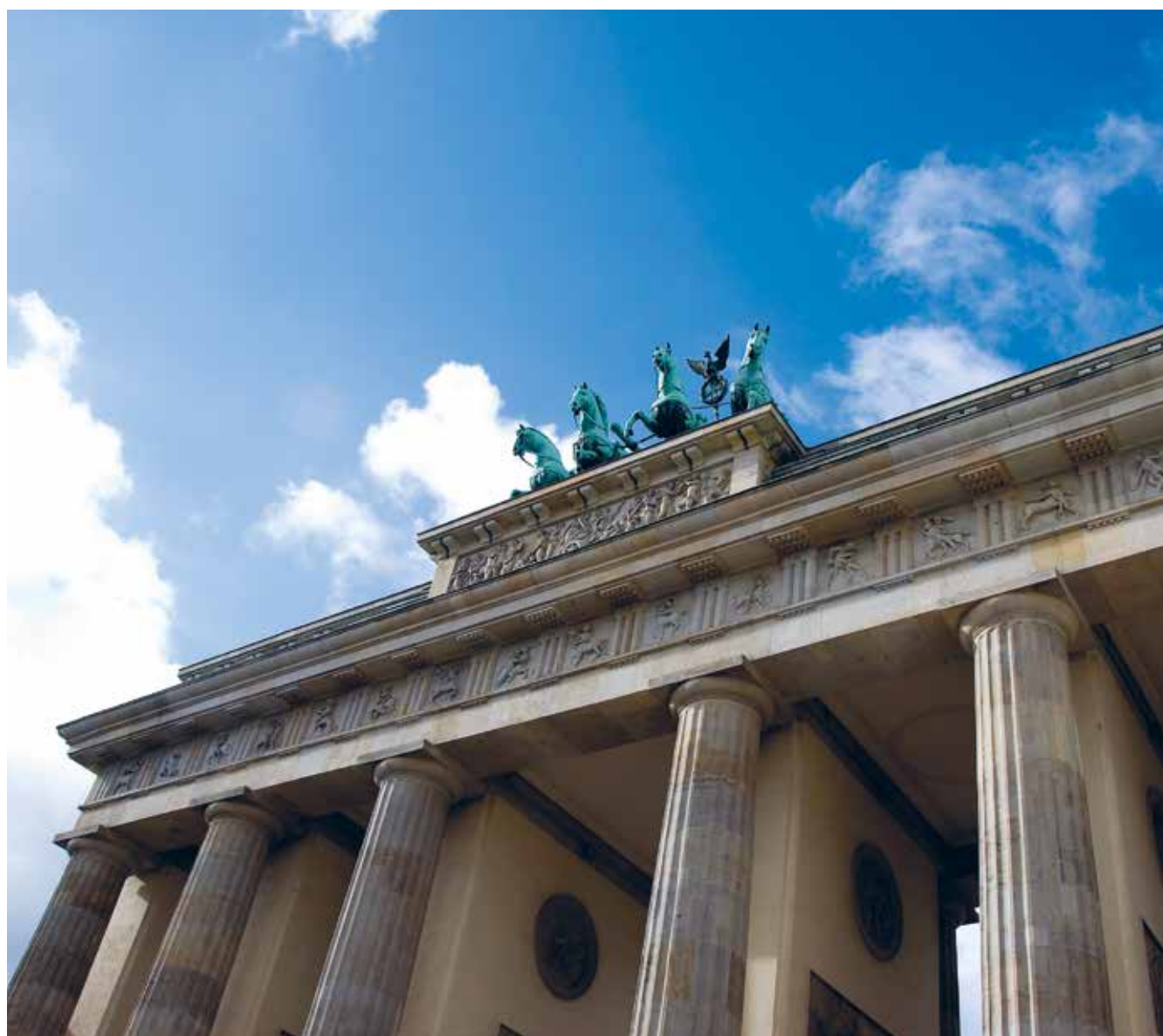
Ligesom Tyskland er vores største eksportmarked, har Danmark også en stolt tradition for at tiltrække tyske virksomheder. De største tyske virksomheder såsom Siemens, Allianz,

Bosch, BASF og Daimler har således også placeret sig i Danmark. Der er i alt 434 tyske datterselskaber i Danmark, som samlet har en omsætning på ca. 112 mia. DKK og beskæftiger ca. 35.000 ansatte.

Tyskland er en central spiller på verdenskortet, og det er ikke et land, man blot kører igennem for at komme videre ud i Europa og i verden. Tyskland rummer en bred vifte af muligheder for Danmark og danske virksomheder. For at udnytte potentialet på det store nærmarked lancerer Udenrigsministeriet – Eksportrådet i samarbejde med en

række fagministerier derfor en handlingsplan for Tyskland med 25 konkrete vækstinitiativer. Handlingsplanen skal bidrage til at øge eksporten, tiltrække tyske investeringer, og turister samt styrke innovationssamarbejdet mellem Danmark og Tyskland.

Vækstinitiativerne gennemføres i perioden 2014-2016 og vil styrke den eksisterende indsats for at udnytte markedspotentialet i Tyskland. Det vil ske i tæt samarbejde med en række fagministerier, dansk erhvervsliv og de offentlige og private organisationer på erhvervsområdet.



2. Muligheder og udfordringer

Tyskland er naboland til Danmark og medlem af EU. Nærheden til Danmark gør det ukompliceret at få varer og produkter fragtet til Tyskland, og medlemskabet af EU gør, at EU's regler for den frie bevægelighed er gældende. Med sin økonomiske tyngde og vækst er Tyskland derfor et oplagt eksportmarked - ikke mindst for mange af de små og mellemstore danske virksomheder, der ønsker at komme i gang med at eksportere.

Strukturen med 16 forskellige delstater på det tyske marked gør, at man med fordel kan påbegynde eksport til en enkelt region eller delstat og efterfølgende bevæge sig videre rundt i landet. Det gør Tyskland til et overskueligt marked og giver de små og mellemstore virksomheder mulighed for at etablere en base, hvorfra man kan udvide forretningen.

Den føderale struktur af delstatsregeringer, der hver især har en betydelig beslutningskompetence, betyder dog, at der kan være lokale og regionale forskelle på krav, normer og standarder, som danske virksomheder bør være opmærksomme på. Endvidere er der en række regionale forskelle, der kan influere på afsætningsmulighederne, herunder bl.a. købekraften, der er størst i dele af Syd- og Vesttyskland og Hamborg området.

Et vigtigt element i at gøre forretning i Tyskland er at opbygge gode og tætte relationer til de tyske samarbejdspartnere. Det tager tid, men det er vigtigt at investere og afse de fornødne personalemæssige ressourcer hertil. Endelig er det essentielt med gode tyskkundskaber. Det kan opfattes som en barriere, at tyskerne foretrækker at gøre forretning på tysk, men faktum er, at markedsføringsmateriale, dokumentation, kontrakter mv. bør udfærdiges på tysk.

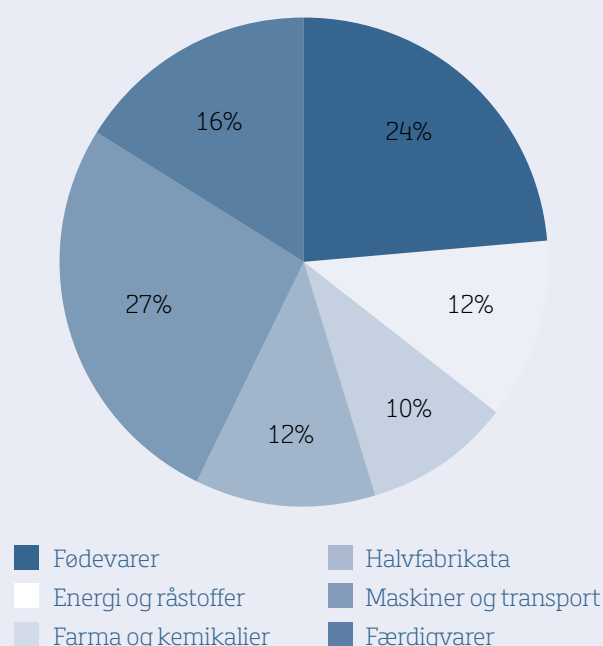
2.1 Dansk eksport til Tyskland

Tyskland er Danmarks største eksportmarked. I 2013 udgjorde den samlede vare- og tjenesteeksport 138,9 mia. DKK. I løbende priser er dette ca. 3% mere end i 2008, og

dermed er eksporten tilbage på sit tidligere topniveau fra før finanskrisen. 75% består af indtægter fra vareeksport, mens de resterende 25% kommer fra indtægter fra tjenester. Vareeksporten er spredt på mange kategorier med fødevarer, maskiner og færdigvarer som de største. Indtægterne fra tjenester grupperer sig især om transportsektoren, turistindtægter og indtægter fra andre forretningsydelse. Samlet aftog Tyskland i 2013 i alt 13,7% af Danmarks eksport, med 16,5% af vareeksporten og 9,2% af tjenesteeksporten. Andelen har været nogenlunde konstant for tjenester, mens Tysklands andel af Danmarks vareeksport er faldet lidt i de senere år.

I perioden 2002 til 2012 tabte Danmarks vareeksport terræn i forhold til EU15-landene¹ på det tyske marked, hvor den danske andel faldt fra 3,8% til 2,8%. Tal for 2013 viser, at andelen i 2013 er steget til 3,1%.

Dansk vareeksport i 2013 til Tyskland

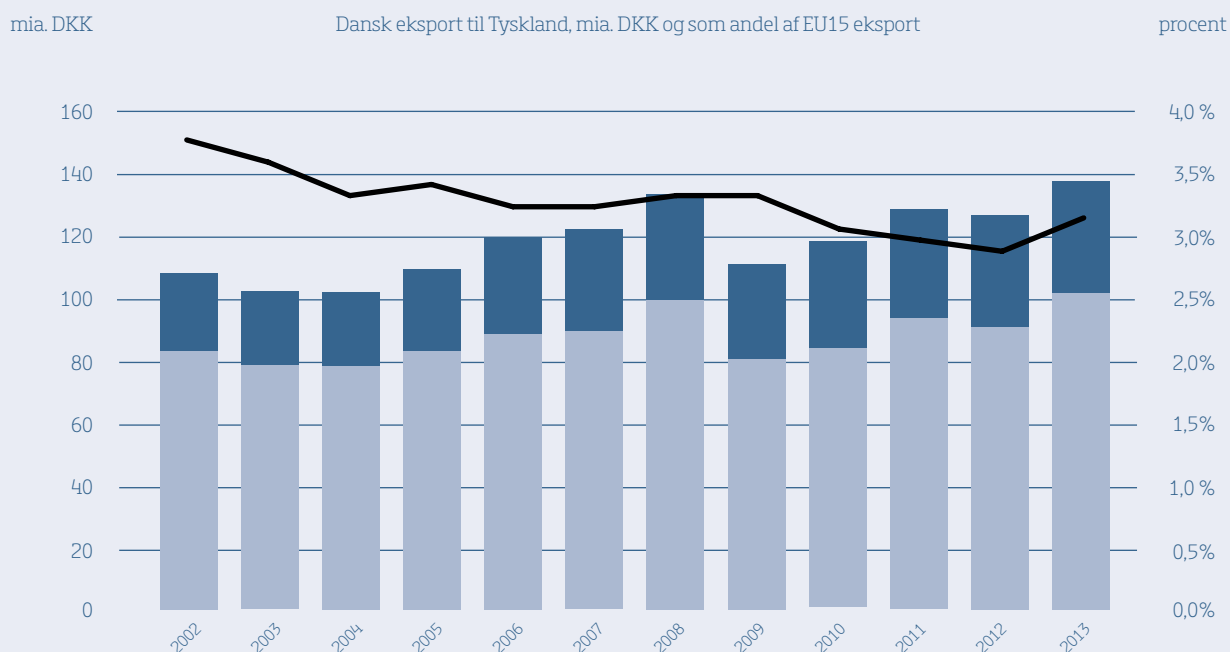


Kilde: Danmarks Statistik

¹ Belgien, Danmark, Finland, Frankrig, Grækenland, Irland, Italien, Luxemburg, Nederlandene, Portugal, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tyskland, og Østrig.

Dansk eksport til Tyskland, mia. DKK. og som andel af EU15 eksport

■ EUs andel ■ Varer ■ Tjenester



Kilde: Danmarks Statistik og Eurostat

2.2 Fra nord til syd – hele Tyskland rummer nye nærmarkedseksporteventyr

Særligt Nordtyskland er for mange danske eksportører det naturlige brohoved til Tyskland. Den uhindrede adgang og de gode afsætningsmuligheder som følge af et stort og købestærkt befolkningsgrundlag gør dog, at mange danske eksportører ikke kommer længere ind på det tyske marked end til Elben. Ca. en tredjedel af den samlede danske vareeksport til Tyskland går til de nordlige delstater, mens blot ca. en tiendedel går til de to sydlige delstater Bayern og Baden-Württemberg.

Men det centrale og sydlige Tyskland rummer også en række muligheder for afsætning af såvel produkter til slutkunder som til industrien.

Udover at have et unikt forskningsmiljø besidder Midt- og Sydtyskland – sammen med Hamborg – landets største købekraft, og er samtidigt stedet, hvor de største tyske virksomheder har til huse. Sydtyskland har ikke blot den stærke økonomiske vækst, men også den laveste arbejdsløshed, det højeste antal patentansøgninger og flest virksomhedsetableringer. Det er også Tysklands epicenter for venture kapital.

Sydtyskland udgør også et attraktivt kommercielt marked, ikke mindst for danske virksomheder. Blandt stærke kompetenceklynger kan nævnes IKT, robotteknologi, biotek, mediko og cleantech, hvilket stemmer godt overens med danske styrkepositioner.

Det er vigtigt at understrege, at der ikke er tale om et enten-eller. Eksport til Tyskland bør være et både Nordtyskland og Sydtyskland. Eksporttrådet vil derfor også



med denne handlingsplan lancere initiativer, der sætter fokus på hele landet og synliggør de muligheder og forskelle, landet rummer.

Desuden giver det tyske marked et godt afsæt til at bevæge sig længere ned i det tysktalende Europa. Østrig og Schweiz rummer en række muligheder, og der finder i dag et tæt samarbejde sted på tværs af grænserne mellem Sydtykland, Østrig og Schweiz.

Tyskland er endelig det største marked for dansk turisme og står med knap 13 mio. overnatninger om året for ca. 60% af alle udenlandske overnatninger i Danmark. De tyske turister forbruger for knap 11 mia. DKK i Danmark om året.

Med den gode tyske økonomi og store købekraft er der mulighed for at tiltrække yderligere tyske turister gennem målrettede kampagner og generel øget synlighed af Danmark som turistland.

For at synliggøre mulighederne i Tyskland, herunder særligt Sydtykland, vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre rundture i Tyskland fra nord til syd for en gruppe danske virksomheder med stop undervejs og med besøg hos relevante tyske virksomheder, netværk og organisationer.
- Øge det generelle kendskab til markedsmulighederne i Tyskland, herunder særligt Sydtykland, gennem målrettede aktiviteter via presse, kommunikation og sociale medier.
- Fokuserer markedsføringen af Danmark som turistland med fokus på Nordsee, Ostsee, familievenlighed og København samt turismens effekt på eksport, herunder for eksempel gastroturisme som showcase for danske fødevarer.

2.3 Tyske direkte investeringer i Danmark

Ifølge tal fra Danmarks Statistik er Danmark en yndet destination for tyske investeringer. 434 tyske virksomheder har skabt ca. 35.000 arbejdspladser i Danmark og en omsætning på ca. 112 mia. DKK.

Nøgletal for tyske virksomheder i DK

	Antal	% af total udenlandske virksomheder
Virksomheder	434	10,9
Jobs (antal årsværk)	34.692	12,9
Omsætning (mio. DKK)	112.336	13,9

Kilde: Danmarks Statistik 2012

Som tabellen viser, så klarer de tyske virksomheder sig godt i Danmark. De tyske virksomheder er specielt stærke inden for industri, handel og restauration samt transportbranchen.

Som tidligere nævnt står det tyske samfund overfor udfordringer, som giver danske virksomheder mulighed for at bidrage med løsninger eller delløsninger. Inden for sundhedsområdet – medtech, biotech, farma og sundheds-IT – har Danmark kompetencer og et forskningsmiljø, som appellerer til de tyske virksomheder.

Særligt de unikke danske testfaciliteter kan være interessante. Derudover har Danmark også en stærk position inden for cleantech, hvilket er særligt interessant i lyset af den tyske energiforsyning de kommende år står foran en massiv energiomstilling. Det gælder ikke mindst vedvarende energi, men også 'smart grid' løsninger forventes at bidrage til, at tyske forsknings- og udviklingsinvesteringer flyttes til Danmark.

Invest in Denmark fokuserer i Tyskland indsatsen på de ovenstående områder, da det vurderes, at der her findes det stærkeste match mellem danske kompetencer og efterspørgslen i Tyskland. En fokuseret indsats inden for disse sektorer vil desuden bidrage til, at Danmark yderligere skærper allerede eksisterende kompetencer og dermed fastholder en global styrkeposition.

Fakta: Invest in Denmark i Tyskland

Indsatsen for at fremme tyske investeringer i Danmark varetages af Invest in Denmark med base på konsulatet/Innovationscenteret i München. To investeringsmedarbejdere dækker Tyskland og besøger virksomheder, messer mv. for at opspore konkrete projekter og relevante investeringsparate virksomheder. Invest in Denmark tilbyder information og analyser, etablering af kontakt til potentielle partnere, offentlige myndigheder, uddannelses- og forskningsinstitutioner samt organisering af 'fact finding' besøg i Danmark. Endvidere tilbyder Invest in Denmark også praktisk assistance i forbindelse med etablering i Danmark.

For at sikre, at Danmark fremadrettet får en endnu større del af de tyske investeringer, vil der blive taget initiativ til at:

- Styrke indsatsen overfor tyske energivirksomheder med udgangspunkt i den tyske energiomstilling og de danske kompetencer inden for vedvarende energi og smart grid (jf. 3.1. og initiativer).
- Arbejde målrettet for at øge synligheden af danske kompetencer inden for sundheds-IT, herunder forskning og udvikling samt testfaciliteter (jf. 3.4. og initiativer).
- Arbejde målrettet med at tiltrække tyske investeringer inden for områderne Industrie 4.0 samt mobility (jf. afsnit 3.2.2. og 3.2.3. og initiativer).

2.4 Vækst gennem partnerskaber med fokus på forskning og innovation

Selvom alle tyske delstater klarer sig ligeså godt som selv de mest innovative europæiske nationer, er der stor forskel på størrelsen af udgifter til forskning og udvikling, innovationskraft og etablering af nye virksomheder. Det overordnede mønster er, at de sydlige delstater – Baden-Württemberg, Bayern og Hessen – udgør den mest forskningstunge og innovative del af Tyskland.

Sydtyskland har et veletableret og modent innovationsmiljø, bl.a. som resultat af en bevidst politisk satsning og har udviklet sig til et af Europas førende forskningscentre karakteriseret bl.a. ved et tæt samspil mellem offentlig og privat forskning. Adgangen til dette miljø og samarbejde mellem tyske og danske virksomheder og forskere er et vigtigt grundlag for ny viden, øget vækst og flere investeringer i Danmark.

Det danske Innovationscenter i München er et partnerskab mellem Uddannelses- og Forskningsministeriet og Udenrigsministeriet og har til formål at styrke dansk vækst og beskæftigelse gennem internationalisering af højteknologiske små og mellemstore virksomheder samt uddannelses- og forskningsmiljøer. I de kommende år styrkes indsatsen med særlig fokus på iværksætteri til gavn for mindre danske virksomheder, som gennem skræddersyede forløb bliver in-

troduceret til det tyske 'økosystem' (start-up miljøer, universitetsinkubatorer, klynger, virksomheder). Samtidig styrkes indsatsen for at udvikle samarbejder/netværk i Tyskland, Østrig og Schweiz på såvel det forskningsmæssige som det kommercielle område. Disse partnerskaber etableres med myndigheder, universiteter og deres start-up miljøer samt klynger med det formål at sikre videnoverførsel, som kan styrke dansk forskning og erhvervsliv.

Fakta: Innovationscenteret i München

Med en målsætning om at øge mængden af viden, som kan omsættes til kommerciel værdi, har Danmark gennem 5 år haft et Innovationscenter i München. Innovationscenteret servicerer hele værdikæden fra forskning og udvikling til kommercialisering og er brobygger mellem de danske styrkepositioner som IKT, life science, cleantech og eliteforskningsmiljøer som Ludwig Maximilian Universität (LMU), Technische Universität München (LMU), Fraunhofer og Max Planck samt et veletableret og innovativt erhvervsliv.

For at intensivere dansk erhvervslivs udnyttelse af mulighederne i Tyskland vil der blive taget yderligere initiativ til at:

- Styrke indsatsen inden for iværksætteri til gavn for internationalisering af mindre danske virksomheder.
- Styrke klynge-samarbejdet mellem førende danske og tyske klynger med henblik på øget vidensudveksling, virksomheds- og innovationssamarbejde.
- Promovere ErhvervsPhD-ordningen samt facilitere konkrete ErhvervsPhD-projektsamarbejder i Tyskland.
- Gennemføre innovationsprojekter inden for bioøkonomi, fremtidens mobilitet samt akustik til brug i sundhedsområdet, som skal skabe en tættere forbindelse mellem på den ene side danske forsknings- og udviklingsmiljøer samt teknologivirksomheder og på den anden side de bedste tyske miljøer.

3.

Markedsbeskrivelse, danske styrkepositioner og indsatser

3.1 Energiløsninger

Den tyske "Energiewende", der udtrykker omlægningen af den tyske energisektor i forbindelse med udfasningen af kernekraft, er af stor betydning for dansk erhvervsliv. Udfasningen af kernekraft skal være tilendebragt senest i 2022, og i stedet skal der satses massivt på vedvarende energi og energibesparelser. Planen er, at omlægningen af energisektoren vil bidrage til at nå de tyske målsætninger om reduktion af udslip af CO₂ og andre drivhusgasser. I forhold til danske spidskompetencer vil der være særlige muligheder inden for områderne fjernvarme, energieffektivitet samt vindenergi.

Danmark har lang erfaring med at udnytte grønne fjernvarmeløsninger, hvilket dels giver forsyningsikkerhed, og dels er et vigtigt bidrag til at opnå vores ambitiøse klimamålsætninger. I Danmark bliver 63% af alle boliger i dag opvarmet med miljøvenlig fjernvarme. I Tyskland udgør fjernvarme aktuelt kun 14% af det samlede tyske varmemarked. Der eksisterer således et stort uudnyttet potentiale for fjernvarme i Tyskland.

Energieffektivitet fylder stadig mere i Tyskland. Regeringsgrundlaget for den nye regering fremhæver området som et væsentligt element i energiomstillingen, der kræver en ligelig fordelt indsats i forhold til både el, varme og køling på områderne bolig, industri og husholdninger. Der lægges op til at skabe markeder for energieffektivitet med inddragelse af alle relevante aktører. Indsatsen skal koordineres i en national handlingsplan med årlig overvågning. Tyskland er i dag den største aftager af dansk energiteknologi, og de danske virksomheder og leverandører er velrenommerede for deres brede kendskab og fleksible løsninger. Der eksisterer således en god platform for at øge den danske eksport inden for energieffektiviseringsløsninger, herunder isolering til bygninger.

Den tyske vindindustri omsætter årligt for ca. 9 mia. EUR. På eksportsiden er den tyske vindindustri en oplagt indgang til det globale vindmarked, da omkring to tredjedele af den tyske vindmølleindustri's samlede produktion afsættes på verdens eksportmarkeder. Indførelsen af en 're-powering' bonus til de el-producenter, der opfylder myndighedernes nye krav om effektivisering af mindre og gamle vindmøller, har for alvor sat skub i markedet.

Fra 2011 til 2012 steg 're-powering' markedet i Tyskland med 30%, og da antallet af ældre møller stiger i takt med tiden, er der gode udsigter i relation til sanering og effektivisering af eksisterende vindmøller. Generelt hersker der blandt de store producenter på det tyske marked en forventning om, at vindmarkedet fremadrettet vil være stabilt, og at markedstendenserne for fremtiden ser positive ud. På trods af at den tyske regering er i gang med en mindre reform af de forskellige støtteordninger, er udsigterne for vindenergimarkedet fortsat positive, og der eksisterer derfor en række gode muligheder for danske leverandører af løsninger og teknologi til vindmølleindustrien.

Endvidere skaber politiske krav om at erstatte fossile energikilder med mere miljøvenlige bioteknologiske løsninger et øget fokus på blandt andet bioøkonomi. Dette gælder i første række biomasse til højværdiprodukter, såsom medico-, industri- og proteinproduktion, men også i forhold til energiudnyttelsen. Således vil der utvivlsomt komme en stigende efterspørgsel i Tyskland efter teknologier, der hjælper med at forbedre den komplicerede og energikrævende fremstillingsproces af 2G- og 3G-bioprodukter. I denne proces vil der være efterspørgsel efter danske kompetencer inden for forædling, biomasse, alternative brændstoffer m.v.

I Danmark er der netop under Fødevareministeriet nedsat et panel, hvis opgave er at pege på konkrete tiltag, som



kan fremme bioøkonomien. Det skal være tiltag, der helt fra landbruget og fiskeriets produktion over forarbejdning og til forbrug, kan fremme den bæredygtige bioøkonomi. Således at ressourcer og produkter i langt højere grad bliver udnyttet til gavn for miljøet, klimaet, vækst og beskæftigelse.

Tyskland er endnu længere fremme på dette område, og der blev allerede i 2009 nedsat et lignende panel. Der er fra tysk side stor interesse i at indgå i et tættere samspil med Danmark. Denne interesse er baseret på de stærke danske kompetencer inden for bioteknologi, særligt inden for fødevarer.

For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for miljø- og energiområdet vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre en række aktiviteter i samarbejde med bl.a. State of Green. Aktiviteterne skal synliggøre de danske spidskompetencer inden for fjernvarme. Det gøres bl.a. gennem road shows med danske leverandører, rundbordssamtaler med beslutningstagere samt public affairs seminarer.
- Etablere en platform for videndeling mellem danske og tyske virksomheder, der har fokus på energieffektivitet. Initiativet sker i samarbejde med bl.a. State of Green.
- Styrke indsatsen på vindenergiområdet bl.a. ved at ansætte en Regional Sales Manager, der med base i Hamborg skal opdyrke det tyske marked for løsninger inden for vindenergi.
- I samarbejde med Klima-, Energi- og Bygningsministeriet at etablere en enhed for eksport af den danske energimodel samt ansætte en person, der ved opsøgende kontakt til tyske myndigheder, organisationer mv. kan skabe bedre viden om den danske energimodel og derved synliggøre danske styrkepositioner.
- Skabe yderligere dialog omkring bioøkonomi mellem tyske og danske aktører samt øge den tyske interesse for at investere i bioøkonomiske områder i Danmark.

3.2 Industrielle løsninger

3.2.1 Underleverandør

Den tyske maskinindustri omsatte i 2013 for 205 mia. EUR. Sektoren er kendetegnet ved en stabil vækst de senere år, og den tyske maskineksport er i dag større end før finanskrisen. Mere end 6.000 virksomheder beskæftiger ca. 970.000 arbejdstagere i Tyskland.

Den tyske maskinindustri er også det største eksportområde for Tyskland, og i 2012 var den samlede tyske maskineksport på 149 mia. EUR. Tyskland sidder på ca. 16,5% af den samlede verdenshandel inden for maskinindustri efterfulgt af Japan med 11,8%, USA med 11,3% og Kina med 10,2%.

Inden for områderne måle- og testteknik, rengørings-systemer, print og papirhåndtering samt hydraulik har Tyskland over en fjerdedel af den samlede verdenshandel. Tyskland er det største europæiske marked for udstyr til landbrugssektoren og landbrugsteknik med en samlet omsætning i 2012 på ca. 7,5 mia. EUR.

Tyskland er den oplagte genvej til vækstmarkederne for især de små og mellemstore danske virksomheder. I stedet for at eksportere direkte til vækstmarkederne eller andre fjernmarkeder, som for eksempel USA og Japan, kan der med fordel eksporteres til en tysk industrikoncern, der efterfølgende eksporterer sine produkter til vækst- og fjernmarkederne.

For den danske maskinindustri gælder, at den er præget af høj produktivitet og har succes med global eksport af

meget specialiserede maskiner. Samtidig er maskineksporten til Tyskland kendetegnet ved, at eksport til den sydlige del af landet er markant lavere end til de nordlige delstater. Heri ligger en god mulighed.



For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for maskin- og underleverandørindustrien vil der blive taget initiativ til at:

- Tilbyde små og mellemstore virksomheder en "Sub-Unternehmer Paket" (underleverandørpakke) med fokus på at skabe bedre adgang for danske underleverandører til større tyske industrikoncerner, primært i Sydtykland. Desuden at gennemføre målrettede events med præsentation af en gruppe potentielle danske underleverandører med fokus på såvel innovation som eksport overfor tyske industrikoncerner, og endelig gennemføre rundture i Tyskland (jf. afsnit 2.2) som opfølgning på de årlige industrimesser inden for maskin- og underleverandørindustrien.



3.2.2 Industrie 4.0

Gennem målrettet politisk fokus, offentlig støtte og en stærk tro på den industrielle vækst står Tyskland som en central spiller i den globale digitalisering af traditionelle produktionsindustrier. Verden står overfor en fjerde industriel revolution. I Tyskland kaldes denne "Industrie 4.0". Tanken er at transformere og omdanne konventionelle fabrikker til "smarte fabrikker", som er mere produktions- og omstillingsfleksible, ressourceeffektive samt har større interaktion med kunder og partnere.

Industrie 4.0 er drevet af den globale konkurrence, især fra Kina, og faktorer såsom kortere produktlevetid, øget tilpasning og mangel på arbejdskraft samt de miljømæssige konsekvenser ved produktionen. Tyskland forventes at investere massivt i forskning og udvikling af Industrie 4.0 for at bevare sin position som førende industrination - også i fremtiden. Det er af meget stor betydning for tysk økonomi.

Der er dog tale om en gradvis udvikling i Tyskland, hvor især bil- og flyindustrien er frontløbere, og de to industrier er efter sigende allerede nået til "punkt 3.8". Den tyske og ikke mindst sydtyske forskning og udvikling inden for disse to industrier er bl.a. drevet af BMW, Siemens og Daimler.

Industrie 4.0 er ikke afgrænset til bil- og flyindustrien. Den vedrører derimod mange andre industrier og brancher, hvilket giver danske virksomheder inden for software, sensorer, processorer og kommunikationsteknologier god mulighed for at fremme udviklingen og samarbejdet med tyske aktører.

Tyskland satser på og har behov for et værdinetværk med kontinuerlig optimering af alle processer, hvilket danske virksomheder kan være med til at dække. Den danske IKT-branche er kendetegnet ved at tænke i helheder og løsninger samt have stærke kompetencer inden for software udvikling og sikkerhed. IKT udgør således et attraktivt område for tyske investeringer.

For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for Industrie 4.0. vil der blive taget initiativ til at:

- Iværksætte aktiviteter til fremme af innovation og danske kommercielle interesser, herunder tiltrækning af tyske investeringer, gennem bl.a. netværksarrangementer, workshops, messedeltagelse og dannelse af mindre konsortier af danske virksomheder, der kan tilbyde løsninger og teknologier til den tyske industri.



3.2.3 Automotive

Den tyske bilindustri omsatte i 2013 for ca. 362 mia. EUR. Industrien investerer årligt ca. 20 mia. EUR i forskning og udvikling og beskæftiger ca. 720.000 mennesker inden for områderne forskning og udvikling, produktion, administration og salg. Produktionen af personbiler alene omsatte i 2012 for 280,3 mia. EUR, mens produktionen af reservedele og tilbehør til motorkøretøjer omsatte for 68,4 mia. EUR.

På det vesteuropæiske marked er hver anden ny bil tysk. På verdensplan har den tyske bilindustri også godt fat, eftersom tæt på hver femte bil på globalt plan er af tysk mærke.

Bilindustrien er en voksende forbruger af bl.a. software på grund af det stadigt stigende omfang af computerstyrede

elektronik i moderne biler. Det forventes derfor også, at bilindustrien vil være ledende på digitaliseringsfronten i 2014. Endvidere er den tyske bilindustri kendetegnet ved innovative løsninger inden for kendte teknologier som nye motorer, optimeret design og nye materialer.

Med den ambitiøse plan om 1 mio. elbiler på de tyske veje i 2020 tager den tyske regering vigtige skridt til at stå i spidsen for fremtidens "elektromobilitet". Elektrisk mobilitet er morgendagens teknologi, men eksisterende teknologier skal optimeres. Der investeres derfor kraftigt i ny teknologi, forskning og udvikling samt uddannelse for at realisere dette mål. Dette er især interessant for danske innovationsdrevne IKT-virksomheder samt danske netværk.

For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for bilindustrien vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre en række målrettede fremstød med danske virksomheder med besøg hos tyske bilproducenter eller de største underleverandører til tyske bilproducenter. Inden for rammerne af industrielt design, udvikling, innovation og produktion af komponenter vil der under fremstødene blive arrangeret præsentationer og workshops.
- Afholde dansk-tyske workshops og netværksarrangementer med henblik på vidensudveksling inden for elektromobilitet, herunder tiltrækning af tyske investeringer til Danmark.

3.3 Design og arkitektur

3.3.1 Mode, design og møbler

De tyske forbrugere ser optimistisk på fremtiden, og hver fjerde forbruger udtaler i en forbrugeranalyse foretaget af Ernst & Young, at de vil bruge flere penge på bl.a. beklædning i 2014.

Det tyske forbund for detailhandel med tekstiler (Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels) har regnet sig frem til, at de tyske kvinder i gennemsnit bruger 806 EUR om året på beklædning, hvorimod de tyske mænd i gennemsnit bruger 428 EUR. Gennemsnittet for børne- og ungdomsbeklædning ligger på 380 EUR om året.

Inden for de senere år er postordrehandel og internethandel blevet mere og mere populært i Tyskland. De ubestridte topscorere inden for denne distributionsform er beklædning, tekstiler og sko, og tendensen er stigende. Modebranchen ligger bl.a. på førstepladsen gennem e-handel via smartphones og tablets i Tyskland, og to tredjedele af de tyske tabletbrugere har købt tøj online.

Møbelbranchen omsatte i 2012 for 31,4 mia. EUR, hvor langt hovedparten er privat salg. Den tyske forbruger brugte i gennemsnit 390 EUR på møbler i 2013. Lysten til selv at designe boligen stiger, hvilket især mærkes i byggemarkederne og hos diverse indretningsbloggere, der får et større og større publikum. Køkkenet bliver mere og mere opfattet som et vigtigt opholdsrum, og køkkeninventar, -elementer og -møbler udgør nu ca. 30% af omsætningen i møbelsektoren.



Der ses en stigende efterspørgsel efter dansk designede møbler og brugskunst. Dette har bl.a. ført til etablering af danske showrooms og butikker omkring de store byer – Berlin, Hamborg, München og Stuttgart. Eksposeringen af de danske designkompetencer og -produkter i Tyskland kombineret med tyskernes interesse for at se mod nord for at hente inspiration i den skandinaviske mode- og designbranche er således med til at skabe yderligere afsætningsmuligheder for den danske mode- og designbranche i Tyskland.

For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for mode, design og møbler vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre flere målrettede designevents, herunder "Dansk Designplatform" med virksomhedspræsentationer og udstillinger, promovering af dansk møbeldesign, samt mode- og designevents i forbindelse med Design Woche i München. Endvidere generel markedsføring af dansk design, mode og arkitektur ved for eksempel besøgsprogrammer til Danmark for tyske journalister, meningsdannere og indkøbere i samarbejde med Dansk Design & Arkitektur Initiativ (DDAI).

3.3.2 Byggeri, arkitektur og byplanlægning

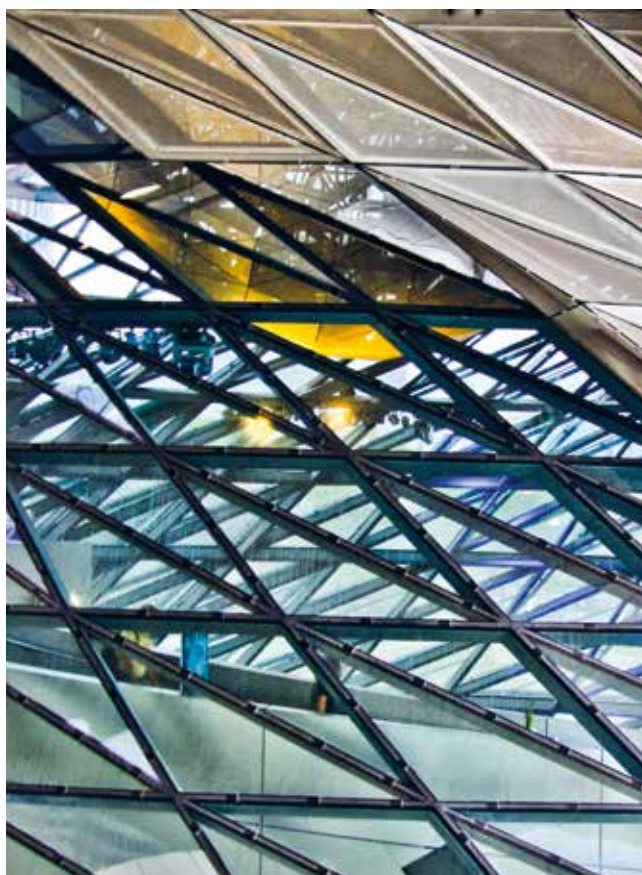
Byggebranchen i Tyskland tæller 75.000 virksomheder med en totalomsætning på 93 mia. EUR, heraf går ca. 37% til erhvervsbyggeri, 35% er boliger og 28% går til det offentlige byggeri.

Prognoser for 2014 taler ifølge det tyske institut for økonomisk forskning (DIW) om gode udsigter for byggebranchen. Således forventes en vækst på mellem 2% og 6% i erhvervsbyggeri og boligbyggeri. DIW forventer en vækst på hele 7% inden for offentligt byggeri. Endvidere er der boligmangel i en række større tyske byer, og en større del af den eksisterende boligmasse står overfor renoveringer. Tyskernes fokus på energi- og klimarigtige løsninger som bæredygtigt byggeri (herunder også social bæredygtighed), energieffektivitet, herunder isolering, ventilation og et sundt boligmiljø skaber gode muligheder for afsætning af danske løsninger.

Der er ligeledes behov for renovering af skoler samt opførelse af nye skoler. I Hamborg alene er der afsat mere end 2 mia. EUR til skoleområdet. I Tyskland kigges der ofte mod nord for projektreferencer inden for skolebyggeri, og Danmark samt det øvrige Skandinavien betragtes her som foregangslande.

Flere sammenlægninger af sygehuse og klinikker vil også skabe et investeringsbehov, som overvejende vil skulle kobles med innovative løsninger. Med superhospitalerne bidrager Danmark med ny viden i branchen. Den demografiske udvikling med flere ældre vil føre til byggerier inden for ældrepleje og udvikling af ældrevenlige boliger. Et område hvor Danmark ligeledes har stor erfaring.

Tyskland oplever i øjeblikket en stigende interesse for cykler som transportmiddel, og der er en stor interesse i de tyske byer og kommuner for danske løsninger med integrering af cykeltransport i byplanlægningen og design af offentlige rum, der fremmer cykelkulturen. Det tyske Forbundsministerium for Transport og Digital Infrastruktur stiller årligt 3 mio. EUR til rådighed til at styrke rammebetingelserne for cyklismens udbredelse i de tyske delstater og kommuner.



For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for byggeri, arkitektur og byplanlægning vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre "Happy Copenhagen" – en studietur til København for en række tyske arkitektvirksomheder samt afholde seminarer om adgang, krav mv. til leverandører til tyske byggemarkeder.
- Skabe dialog med rette tyske beslutningstagere inden for urban mobilitet, byplanlægning, transport og infrastruktur.

3.4 Fødevarer

Fødevareindustrien er den fjerdestørste industri i Tyskland og beskæftiger 550.000 mennesker fordelt på ca. 6.000 virksomheder. De vigtigste områder i sektoren udgøres af kød- og mælkeprodukter, bagerivarer samt alkohol, særligt øl. Fødevarebranchen i Tyskland befinder sig i en konsolideringsfase, hvor flere store handelsaktører gennem omstruktureringer, fusioner og overtagelser vokser sig større eller helt ændrer organisationskarakter.

De tyske forbrugere stiller stadig større krav til kvalitet og pris, hvilket skaber stor konkurrence på det tyske fødevarermarked, og forbrugerne kan i dag vælge mellem mere end 170.000 forskellige produkter på hylderne. Sundhed og bæredygtighed spiller en vigtig rolle, og mange tyske forbrugere efterspørger derfor produkter af høj kvalitet, som også gerne har en unik historie bag sig. Desuden fylder spørgsmålet om fødevaresikkerhed stadig mere hos den enkelte forbruger.

Emballagen er vigtig, herunder også hvordan produktet tager sig ud farve- og udformningsmæssigt. I Tyskland hersker der en vis konservatisme, idet nye produkter på en eller anden måde bør afspejle det velkendte.

Forbrugerne i Sydtyskland har generelt en anden smags- og spisekultur end forbrugerne i Nordtyskland. Danske fødevarerproducenter skal derfor gøre sig klart, at det kræver en ekstra indsats at komme ind på det sydtyske marked, herunder evt. at tilpasse produkterne, således at de passer bedre til de sydtyske smagsløg. Til gengæld er mulighederne store, hvis det lykkedes at slå igennem på markedet.



I takt med at flere kvinder kommer på arbejdsmarkedet, at befolkningen bliver ældre, og at et stigende antal husstande i dag blot består af en enkelt person, udgør fødevarerprodukter, som let og hurtigt kan tilbedes, en stadig større del af det tyske fødevarermarked. De tyske forbrugere har desuden et stadig større ønske om at spise sundt, når de går i byen for at spise. Et flertal af kantinerne på arbejdspladserne udbyder i dag sunde samt kalorie reducerede, vegetariske eller biocertificerede måltider.

Muligheder for danske virksomheder er blandt andet inden for gourmetvarer og økologi. Danske fødevarer har ry for at være af høj kvalitet, og fødevaresikkerheden blandt danske fødevarerproducenter er i top.

For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for fødevaresektoren vil der blive taget initiativ til at:

- Gennemføre aktiviteter, der demonstrerer de danske kompetencer på fødevarerområdet, herunder bringe danske økologiske og gourmetprodukter tættere på den tyske forbruger. Desuden udvikles aktiviteter med fokus på danske natur- og helseprodukter samt gennemføre besøgsprogrammer i regi af markedsføringskonsortiet FOOD for tyske journalister med fokus på økologi og kvaliteten i de danske fødevarer.

3.5 Sundhed

Tyskland er et af de lande i verden, der bruger flest penge på sundhedsområdet. I 2011 brugte Tyskland 294 mia. EUR på sundhed, hvilket svarer til 11,3% af det tyske BNP. Dermed udgør Tyskland et marked med et stort potentiale for danske sundhedsvirksomheder.

Generelt forventes en kontinuerlig vækst i den tyske sundhedssektor. En OECD-rapport fra 2013 viste netop, at sundhedssektoren er upåvirket af konjunkturtilbagegangen i Europa. Til gengæld er sektoren præget af demografiske forandringer. Flere ældre betyder flere mennesker, der skal tages hånd om. Plejen er således i fokus i den aktuelle tyske sundhedspolitik. Tysklands sundhedssektor er et stort apparat med ca. 5 mio. ansatte (jf. bilandustrien med 720.000 ansatte), ca. 2.000 sygehuse med i alt ca. 500.000 sengepladser og 132 lovpligtige sygekasser. Det tyske sundhedsvæsen er velfungerende, men der er stadig plads til forbedringer mht. bæredygtighed, kvalitet og effektivisering. En proces danske virksomheder kan bidrage til med sundheds-IT, rehab og medicin. Her matcher danske kernekompetencer de tyske behov i dag og i de kommende år. Konkret er følgende områder særligt relevante:

For så vidt angår hospitaler og ambulant forsyning har den generelle sparekurs tvunget mange tyske delstater, kommuner og byer til at sælge ud af de offentlige sygehuse. Det giver gode muligheder for vækst blandt private sygehuskæder, som har større fokus på effektivisering af processerne. Samtidigt skal kvaliteten af behandlingen øges betydeligt. I disse processer kan specifikke hospitals-IT løsninger blive relevante. Der er dog en række strukturelle udfordringer, som skal ændres inden sundheds-IT kan have en virkning i Tyskland for eksempel er datasikkerheden i forbindelse med telemedicin et tema. Tyskland er her i begyndelsesfasen, hvilket skaber oplagte muligheder for danske løsninger eller for at anvende Danmark som test-marked for tyske løsninger.

I forhold til ældreplejen er der politisk fokus på at forbedre kvaliteten både mht. institutioner og plejepersonale. Pleje i eget hjem vil blive støttet endnu mere med plejeservices og tilpasning af boligen. Særlig fokus er på demenssyge. Brugen af sundheds-IT og specifikke, innovative rehabprodukter er ikke særlig udbredt – endnu.

Det er en klar trend, at det tyske sundheds- og plejevæsen vil efterspørge innovative produkter, som aflaster og erstatter plejepersonale og øger selvstændigheden af de plejekrævede. Design og funktionalitet af hjælpemidler samt digitalisering af processer er noget, som vil blive efterspurgt af brugerne i Tyskland. På dette felt er Tyskland ikke kommet lige så langt som Danmark. Derfor bør kendskab til danske løsninger på forskellige sundhedsområder øges.

Medicinalvirksomheder søger i dag at øge patientinvolveringen i udviklingsfasen. Formålet er at øge effekten af lægemidlerne, idet produkterne derved i højere grad møder patienternes individuelle behov. Begrebet "e-patient" (dvs. en patient, der er velinformeret og som træffer beslutninger om egen sundhedspleje) er blevet stadig mere interessant for medicinalvirksomheder. Både Danmark og Tyskland er ved at gennemføre nye foranstaltninger, der skal sikre kvaliteten i deres respektive sundhedssystemer, og som skal forbedre patientsikkerheden via gennemsigtighed, kvalitetssikring og forbedret patientinformation.

Ikke mindst er der fokus på, hvordan den offentlige og private sektor kan øge samarbejdet for at gøre sundhedsvæsenet mere integreret og holistisk. Det vil derfor være relevant at få skabt øget fokus på den danske medicinalbranches innovative løsninger i forhold til at møde patienternes behov samt de danske erfaringer med offentligt/privat samarbejde inden for sundhedssektoren. Danmark har samtidig en styrkeposition og viden om den innovative lægemiddelindustri inden for sygdomme som diabetes, mentale sygdomme, dermatologi og allergier.



For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for sundheds- og plejesektoren vil der blive taget initiativ til at:

- Lave fremstød for medicin, sundheds-IT, ældrepleje og rehab.
- Lave fælles events med fokus på 'integrated care' og offentligt/privat samarbejde, bl.a. mellem de offentlige sundhedsmyndigheder og farmaindustrien, med henblik på at dele erfaringer og udveksle best practice mellem Tyskland og Danmark, herudover delegationsrejser til Danmark i regi af Healtcare DENMARK med fokus på telemedicin og digitalisering af sundhedsvæsenet.
- Målrette markedsføring af de danske kompetencer og løsninger inden for sundheds-IT og lægemiddelområdet over for tyske investorer.

3.6 Informations- og kommunikationsteknologi

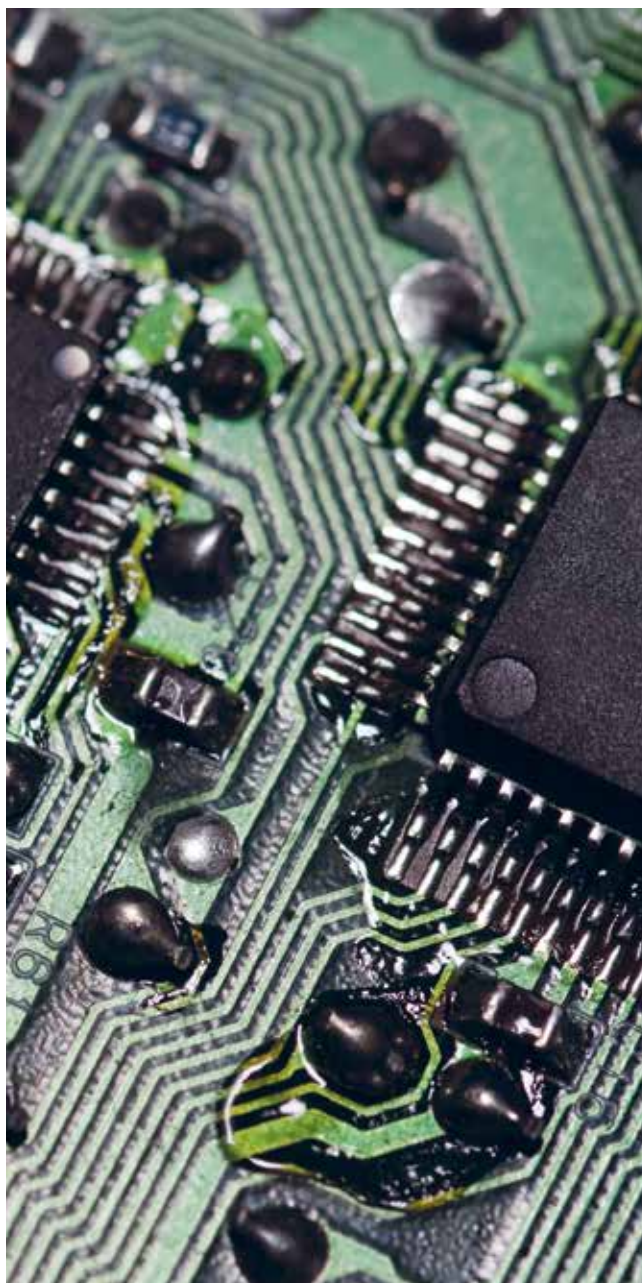
Tyskland er Europas største IT-marked med en årlig omsætning på over 130 mia. EUR, og markedet viser pæne vækstrater. Der er mere end 72.000 virksomheder i informations- og kommunikationsteknologi branchen (IKT) i Tyskland, der tilsammen beskæftiger 876.000 mennesker. Det er et stort marked med en høj eksportandel og konstant vækst.

Ifølge Tysklands føderale forening for informationsteknologi, telekommunikation og nye medier (BITKOM) forventes der fortsat vækst og udvikling på markedet i de kommende år. Den mest udtalte tendens er en stigende implementering af teknologier på nye platforme såsom 'cloud computing' (dvs. levering af software og tjenesteydelser via internettet, således at applikationen ligger i "skyen") og øget anvendelse af mobile datatjenester og mobile applikationer.

IKT-investeringer i Tyskland var alene i 2013 på 18,2 mia. EUR og medførte en stigning i produktiviteten på 23%. IKT har en stor betydning for stort set alle industrier og brancher, herunder instrumentteknologi, IKT-udbydere af farma, maskinbyggeri, IKT-hardware, elektroteknik og bilindustrien.

IKT spiller en væsentlig og stigende rolle for udviklingen af de forskellige sektorer. Tysklands fokus på IKT-området udmøntes bl.a. i fremtidens løsninger som Industrie 4.0. Innovation og entreprenørskab er drivende faktorer inden for IKT, og Danmark besidder mange af de kompetencer, som efterspørges inden for software, telekommunikation og ikke mindst evnen til at tænke i helheder og løsninger.

Markedet for IKT i Tyskland er i vækst, og tyske virksomheder efterspørger løsninger og kompetencer, som danske virksomheder kan byde ind med.



For at sætte fokus på de uudnyttede muligheder inden for IKT-sektoren vil der blive taget initiativ til at:

- Fremme brugen af IKT i forhold til den samlede handlingsplan. IKT går igen i fremtidens grønne løsninger, sundhed samt industriel udvikling. Der vil derfor være fokus på at fremme danske interesser inden for sundheds-IT, Industri 4.0., bilindustrien samt cleantech med særlig fokus på 'smart grid'.

4.

Initiativkatalog 2014–2016

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Tværgående aktiviteter

Rundfahrt Deutschland Partnere Udenrigsministeriet, Brancheorganisationer	Markedsstrukturer, samarbejds-partnere og kundegrupper kan være meget varierende i de forskellige tyske delstater. Specielt er der tydelige forskelle mellem Nord- og Sydtykland. Ligeledes kan det ofte være nødvendigt at have flere forskellige geografiske indgange til det tyske marked, idet mange agenter, kæder og indkøbere ikke dækker hele landet.	Demonstrere variationen og mangfoldigheden i Tyskland inden for et givet område/sekto ved at sammensætte grupper af virksomheder og tage dem på en rundtur i Tyskland startende i Nordtyskland med stop undervejs og slutte af i Sydtykland. På turen besøges relevante virksomheder og organisationer. Konceptet er som udgangspunkt ikke sektorspecifikt, men den enkelte tur rettes mod en specifik målgruppe.	Demonstrere og identificere nye forretningsmuligheder for danske virksomheder og derved bidrage til øget salg. Desuden skabe bedre netværk og kendskab til Tyskland for den enkelte deltager, ligesom danske kompetencer, produkter og services bliver synliggjort i Tyskland.
Kommunikation og forretningsudvikling Partnere Udenrigsministeriet	Der er behov for at øge kendskabet til potentialet i Tyskland og særligt Sydtykland gennem målrettet kommunikation og opmærksomheds skabende aktiviteter bl.a. gennem presse og sociale medier. Herunder bør der fokuseres på nye sektorer og områder af særlig interesse for dansk erhvervsliv.	Tilknytning af en kommunikations- og forretningsudviklingsmedarbejder med fokus på opmærksomheds skabende aktiviteter, herunder events, presse og sociale medier, udarbejdelse af markedsføringsmateriale samt afdækning af nye forretningsområder med særligt potentiale for dansk erhvervsliv.	Skabe øget synlighed i såvel Danmark som Tyskland om markeds muligheder med henblik på øget afsætning for danske virksomheder, investeringer i Danmark samt styrket netværk mellem danske og tyske interessenter.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Turisme

Turisme Partnere Erhvervs- og Vækstministeriet	Den tyske privatøkonomi er blandt Europas bedste, og tyskerne har nem adgang til Danmark. Tyskerne rejser især til Danmark for at holde familieferier ved kysten. Det er de tyske kyster, der er den største konkurrent til kystferie i Danmark. Derfor er der et stort potentiale i at kommunikere og markedsføre „Die Dänische Nordsee“ for så vidt angår Vestkysten og Die Dänische Ostsee for alle destinationer ved Kattegat, Østersøen m.v.	I 2014 sætter VisitDenmark i sin markedsføring på det tyske marked fokus på Danmarks styrker som turistland med fokus på kystturisme, familievenlighed og København samt turismens effekt på eksport, herunder for eksempel gastroturisme som showcase for danske fødevarer.	Øge antallet af tyske turister, der vælger at holde ferie i Danmark.
---	--	--	---

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Innovativ/ vidensbaseret vækst			
Iværksætter/entreprenørskab Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	München har et i europæisk sammenhæng unikt økosystem for innovation. Mange nystartede virksomheder vælger München pga. et stærkt iværksætermiljø, adgang til venturekapital, mange internationale virksomheder samt et stærkt forskningsmiljø.	Gennemførelse af en række entreprenørskabs camps med danske virksomheder. Formålet er i tæt samspil med lokale spillere at tage en række udvalgte virksomheder igennem et skræddersyet forløb med 'business model evaluation', 'concept design adaption', 'pitching' samt 'training' og sætte de deltagende virksomheder i stand til at præsentere deres idé/projekt overfor ledende venture fonde og virksomheder.	Bidrage til udvikling og internationalisering af de deltagende virksomheder for eksempel gennem adgang til kapital, partnere m.v.
International klynge matchmaking Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	Danske SMV'er kan have svært ved at finde frem til relevante samarbejdspartnere i Tyskland. Klynge-til-klynge-samarbejder mellem danske og tyske klynger er en effektiv genvej for SMV'er til at finde nye samarbejdspartnere – både B2B – og videnssamarbejder.	Gennemføre en International Cluster Matchmaking dag i Berlin i samarbejde med Baltic Sea Region og Nordisk Ministerråd. Formålet er, at klynger på tværs af de deltagende lande får mulighed for at mødes og identificere nye relevante samarbejdsmuligheder, der gavner virksomhederne i begge klynger	Etablering af dansk-tyske klynge-samarbejder, øge videnssamarbejdet mellem danske og tyske virksomheder og videninstitutioner samt øgede eksportmuligheder for danske SMV'er. Hertil kommer synliggørelse af danske styrkepositioner og kompetencer i Tyskland.
Promovering af dansk ErhvervsPhD Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	Den danske ErhvervsPhD-ordning fremhæves internationalt som førende indenfor erhvervsrettede Ph.D.-uddannelser. Andelen af udenlandske studerende og universiteter er dog relativt lav pga. manglende kendskab til og skepsis overfor ordningen og vanskelighederne i at samarbejde på tværs af grænser. Der er derfor et uudnyttet potentiale for danske virksomheder i at rekruttere udenlandske samarbejdspartnere til ErhvervsPhD-projekter.	Formålet er at matche tyske studerende med danske virksomheder til ErhvervsPhD-forløb gennem en målrettet indsats i Tyskland og Danmark.	Tiltrække højtuddannet arbejdskraft og viden til danske virksomheder. Endvidere skabe netværk mellem danske virksomheder og tyske universiteter samt øge internationaliseringen af dansk innovation.
Innovationsprojekter Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	Udnytte synergien mellem forskning og udvikling, videregående uddannelser, investeringsfremme og innovation.	Gennemføre nye innovationsprojekter indenfor bioøkonomi, fremtidens mobilitet samt akustik indenfor sundhedsområdet for derved at skabe en tættere forbindelse mellem danske forsknings- og udviklingsmiljøer, teknologivirksomheder og de tyske miljøer.	Internationalisering af danske innovative selskaber, teknologier og processer.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Grøn vækst			
Fjernvarme Partnere Udenrigsministeriet, Erhvervs- og Vækstministeriet	Varmeforsyningen udgør mere end halvdelen af det samlede energiforbrug i Tyskland. Imidlertid udgør fjernvarme kun 14% af det samlede tyske varmemarked (i Danmark er tallet 63%). Et tysk ønske om øget forsyningssikkerhed samt ambitiøse tyske klimamålsætninger gør danske kompetencer og erfaringer inden for især grønne fjernvarmeløsninger attraktive.	Der planlægges gennemført forskellige aktiviteter, der synliggør de danske spidskompetencer. Aktiviteterne kan bl.a. markedsføres sammen med State of Green. Der vil bl.a. være tale om road shows for danske leverandører, rundbordsamtaler for relevante beslutningstagere samt public affairs arrangementer med fokus på fjernvarme og den tyske Energiewende samt gennemførelse af 1-2 tyske delegationsbesøg i Danmark.	Styrke netværk af relevans for danske aktører samt øget opmærksomhed omkring og synliggørelse af danske erfaringer og kompetencer inden for fjernvarmeområdet.
Energieffektivitet Partnere Udenrigsministeriet, Erhvervs- og Vækstministeriet	Regeringsgrundlaget for den nye tyske regering fremhæver energieffektivitet som et væsentligt element i den forestående energiomstilling, og området fylder til stadighed mere i Tyskland. Såvel el, varme som køling er i fokus inden for bolig, industri og husholdningerne. Hertil kommer hele den intelligente styring af forbruget.	Dannelsen af en platform for videndeling mellem danske og tyske virksomheder inden for energieffektivitet. Et element her vil være afholdelse af snævre, fokuserede seminarer inden for udvalgte underområder som eksempelvis løsninger til energibesparelse i produktionen. De enkelte seminarer kan bl.a. markedsføres i samarbejde med State of Green.	Styrke BtB-netværk, øget opmærksomhed omkring og synliggørelse af danske erfaringer og kompetencer inden for energieffektivitet samt øget afsætning af danske løsninger og produkter.
Vindenergi Partnere Udenrigsministeriet, Erhvervs- og Vækstministeriet	Vindenergisektoren er et vigtigt element i den igangværende omstilling til grøn energi i Tyskland – såvel offshore som onshore. Den danske branche vurderer, at det tyske marked også i de kommende år vil være ét af de vigtigste for danske leverandører af produkter, løsninger og rådgivning.	Ansættelse af en "Regional Sales Manager" inden for vindenergi. Medarbejderen placeres på handelskontoret i Hamborg qua byens førende position på området. Der vil være et tæt samarbejde med det nyetablerede Danish Wind Export Association og State of Green om bl.a. BtB-arrangementer i forbindelse med messen WindEnergy Hamburg og forskellige netværksinitiativer såsom studieture og delegationsbesøg.	Satsningen forventes at kunne føre til nye forretningsmuligheder for danske leverandører af komponenter og løsninger til vindmølleindustrien samt øget synlighed af danske spidskompetencer.
Eksport af den danske energimodel Partnere Udenrigsministeriet, Klima-, Energi- og Bygningsministeriet	Danmark råder over en række spidskompetencer inden for energiforsyning og energiteknologi samt erfaringer med energipolitiske rammebetingelser og regulering. Den tyske omstilling til mere grøn energi stiller store krav til såvel energiproduktion som energidistribution. På en række områder rummer den danske energimodel stort potentiale for Tyskland.	Der etableres en enhed for eksport af den danske energimodel samt ansættes en rådgiver på ambassaden i Berlin, der kan skabe kontakt til en række centrale tyske aktører inden for det energipolitiske felt og som over for disse kan demonstrere danske styrkepositioner og løsninger. Tyske interessenter er myndigheder, herunder politiske aktører på såvel forbunds- som delstatsniveau, samt brancheorganisationer. Der samarbejdes med State of Green hvor muligt.	Initiativet vil skabe øget tysk kendskab til den danske energimodel, herunder danske spidskompetencer inden for særligt fjernvarme og energieffektivitet. En afledt effekt heraf er en øget efterspørgsel efter danske energiløsninger, produkter og serviceydelser.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Grøn vækst

Bioøkonomi Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet, Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri	Stigende politiske krav om bæredygtighed skaber grundlag for øget fokus på bl.a. bioøkonomi, som er baseret på krav om anvendelse af mere miljøvenlige bioteknologiske løsninger som erstatning for fossile energikilder.	Skabe yderligere dialog omkring bioøkonomi og løsninger mellem danske og tyske spillere bl.a. det danske og det tyske bioøkonomipanel. Desuden at skabe øget tysk interesse for at investere i bioøkonomiske områder i Danmark.	At danske kernekompetencer bidrager til bioøkonomiske løsninger i Tyskland, herunder tyske bioøkonomiske investeringer i Danmark og øget dansk-tysk samarbejde.
Investeringsfremme – Cleantech Partnere Udenrigsministeriet	Danmark har en stærk position indenfor cleantech området. Grundet den tyske energiforsynings massive omstilling de kommende år, vil der blive efterspurgt kompetencer og løsninger, som Danmark kan levere. Særligt vedvarende energi og 'smart grid'/intelligente løsninger forventes at drive investeringerne.	Styrke investeringsfremmeindsatsen overfor tyske energivirksomheder gennem synliggørelse af de danske styrkepositioner med henblik på at tiltrække investorer, som vil placere forskning, udvikling og arbejdspladser i Danmark.	Øget kendskab til hvad Danmark kan tilbyde indenfor cleantech og dermed muligheder for tyske virksomheder.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Industrielle løsninger

Underleverandører Partnere Udenrigsministeriet	Den tyske maskinindustri er kendetegnet ved en stabil vækst gennem de senere år, og den tyske maskin-eksport er i dag større end før finanskrisen. Desuden er Tyskland den oplagte genvej til vækstmarkederne og andre fjernmarkeder for især de små og mellemstore virksomheder. I stedet for at eksportere direkte til vækstmarkederne kan man med fordel eksportere til en tysk industrikoncern, der efterfølgende eksporterer sine produkter til vækst- og fjernmarkederne.	Lancere en "Sub-Unternehmer Paket", et produkt med et længerevarende rådgivningsforløb målrettet underleverandører til større tyske industrikoncerner, primært i Sydtykland. Gennemføre præsentationer hos større tyske industrikoncerner med deltagelse af en gruppe danske potentielle leverandører. Præsentationerne er relevante for såvel innovation som eksport og vil kunne sammentænke de to områder. Som opfølgning på Hannover Messen arrangeres besøgsture til Tyskland for deltagende virksomheder på fællestanden 6 måneder efter messens afholdelse. Turen kunne eksempelvis afholdes inden for rammerne af "Rundfahrt Deutschland" (jf. tværgående aktiviteter).	Aktiviteterne vil identificere nye samarbejdsmuligheder og øgede afsætningsmuligheder for danske underleverandører. Desuden skabes større synlighed for danske produkter, services og kompetencer.
---	--	---	---

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Industrielle løsninger			
Industrie 4.0 Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	Med politisk fokus, offentlig støtte og en tro på industriel vækst er Tyskland en absolut nøglespiller i den globale digitalisering, som finder sted i de fleste high-tech industrier. Faktisk baner Tyskland vej for den fjerde industrielle revolution (Industrie 4.0) gennem en digitalisering af de klassiske produktionsindustrier. Hovedformålet er at transformere konventionelle fabrikker til 'smarte fabrikker', som er mere fleksible og ressourceeffektive, og hvor kunder og partnere er integrerede.	Der vil blive afdækket muligheder for danske spillere på det tyske marked fra udvikling til færdige produkter, herunder udvalgte segmenter gennem udbygning af netværk med vigtige tyske spillere for eksempel Plattform Industrie 4.0. Endvidere iværksættes aktiviteter, som kan fremme innovation, udvikling og kommercielle interesser for Danmark, og hvor relevant danne mindre konsortier bestående af komplementære danske virksomheder. Endvidere fokuseres på at afdække potentialet for tyske investeringer i Danmark.	Øge danske markedsmuligheder indenfor Industrie 4.0 samt øge tyske investeringer i Danmark. Desuden bidrage til innovation.
Automotive Partnere Udenrigsministeriet	Automobilindustrien er en drivende kraft i Tyskland indenfor innovation, forskning og udvikling. Bilindustrien er en voksende forbruger af software og indlejrede systemer på grund af det stadigt stigende omfang af computerstyrede elektronik i moderne biler. En stor del af den digitale udvikling finder derfor sted indenfor automobilområdet. Det forventes, at bilindustrien vil være digitaliseringsledende i 2014.	På baggrund af en afdækning af de danske kompetencer sammensættes en gruppe/klynge af danske producenter/virksomheder med henblik på at gennemføre en række målrettede fremstød. Et fremstødselement kunne være et besøg hos tyske bilproducenter eller hovedunderleverandør til tyske bilproducenter, hvor der arrangeres en række præsentationer og workshops.	Synliggørelse af danske kompetencer inden for industrielt design samt opdyrke nye forretningsområder for danske producenter af diverse komponenter og software.
Automotive Partnere Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet	Der er store muligheder indenfor intelligent trafikstyring og 'mobility' koncepter for danske virksomheder i Tyskland. CO2 udslippet skal reduceres, trafikken i byer og på landeveje skal optimeres, og 'mobility' skal kontrolleres og styres mere effektivt. Hertil kommer, at de store tyske automobilproducenter løbende søger nye transport-, 'mobility'- og forretningsløsninger.	Afholdelse af dansk-tysk workshop og netværksarrangement med henblik på nye relationer og markedsføring af danske kompetencer. Kontakt til potentielle investorer om brug af Danmark som testland samt udvikling af nye integrerede løsninger.	Styrket netværk mellem tyske virksomheder og forskningsinstitutioner og danske spillere, øget afsætning af danske løsninger samt øgede tyske investeringer indenfor mobilitet i Danmark.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Design og arkitektur			
Mode & design Partnere Udenrigsministeriet, Erhvervs- og Vækstministeriet	Tyskerne viser stigende interesse for dansk mode og design. Den store tyske købekraft kombineret med Danmarks solide brand på området gør, at efterspørgslen efter danske mode- og designprodukter samt relaterede ydelser er stigende.	Gennemførelse af flere målrettede design events, herunder Dansk Designplatform, to gange årligt, promovering af dansk møbeldesign via afholdelse af seminarer og events, for eksempel under Design Woche München. Generel markedsføring af dansk design, mode og arkitektur, for eksempel besøgsprogrammer for tyske journalister, meningsdannere og indkøbere samt fremvisning af digital udstilling om dansk arkitektur og design i regi af Dansk Design & Arkitektur Initiativ (DDAI).	Øget afsætning for danske virksomheder inden for mode og design, herunder eksponering af danske møbler, tilbehør og tøj i forbindelse med diverse udstillinger. Desuden øget omtale af dansk mode og design i relevante tyske medier.
Arkitektur og byggeri Partnere Udenrigsministeriet	Der er boligmangel i en række større byer, og herudover er en større del af den eksisterende boligmasse saneringsmoden. Det betyder muligheder inden for såvel nybyggeri som renovering af eksisterende boligmasse, specielt med fokus på sundt boligmiljø, herunder isolering, ventilation, genanvendelse af affaldsprodukter og social bæredygtighed.	Gennemføre "Happy Copenhagen" – studietur til København for en række tyske arkitektvirksomheder. Deltagelse på fagmesser med danske fællesstande, afholdelse af seminar om adgang, krav mv. til leverandører til de tyske byggemarkeder, generel markedsføring (jf. mode & design)	Øget kendskab til dansk arkitektur og byggeri, herunder bæredygtighed, miljø mv. samt integrering af danske arkitektur- og byggesløsninger i tysk byggeri.
Byplanlægning og cyklisme Partnere Udenrigsministeriet	Danmark er internationalt anerkendt for byplanlægning og særligt i forhold til integrering af cykeltransport. Det er lykkedes i en række byer med etablering af netværk af cykelstier og de såkaldte cykelmotorveje at fremme cykelkulturen. Det har vakt stor interesse i Tyskland, hvor cykling som transportform også er i vækst, men hvor den nødvendige infrastruktur endnu ikke eksisterer i tilstrækkeligt omfang.	Skabe dialog med rette tyske beslutningstagere inden for urban mobilitet, byplanlægning, transport og infrastruktur. Dette vil bl.a. ske ved afholdelsen af et public affairs arrangement, der samtidig kan fungere som åbningsarrangement for cykelmessen VELOBerlin 2014, den største publikumsmesse for cykling i Tyskland, hvor Danmark er partnerland.	Bringe danske erfaringer til tyske beslutningstagere samt give danske virksomheder inden for rådgivning, byplanlægning samt producenter af cykelløsninger en platform for at præsentere og sælge danske løsninger.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Fødevarer			
Fødevarer Partnere Udenrigsministeriet, Ministeriet for Fødevarer, Erhvervs- og Vækstministeriet, Brancheorganisationer	Den tyske forbruger er i stigende grad bevidst om sundhed, økologi og kvalitet. Kvalitet er kommet i højsædet, og de tyske forbrugere ved godt, at kvalitet koster – og er villige til at betale. Samspillet mellem valg af konkrete fødevarer og sundhed kan synliggøres. Med øget fokus på økologi, fødevaresikkerhed og sundhed hos den tyske forbruger er det oplagt at bringe danske produkter og erfaringer på banen.	Der planlægges gennemførelse af en række aktiviteter, der demonstrerer de danske kompetencer på fødevareområdet, herunder økologiske produkter. Der tænkes bl.a. gennemført matchmaking ture til Tyskland for relevante danske fødevareproducenter. Desuden udvikles aktiviteter, der bringer danske økologiske fødevarer samt natur- og helseprodukter højere op i bevidstheden hos den tyske forbruger, herunder fokus på tyske kantiner med bl.a. danske maduger. Endelig gennemføres besøg i Danmark for en gruppe tyske journalister med fokus på økologi og danske kvalitetsfødevarer.	Større bevidsthed i Tyskland om kvaliteten i danske fødevarer med den afsmitende effekt at øge afsætningen af danske fødevarer i Tyskland. Endvidere sætte et større dansk fingeraftryk på den tyske velfærd og sundhed gennem øget dansk afsætning af natur- og helseprodukter samt økologiske fødevarer.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
Sundhed			
Medicin, sundheds-IT, ældrepleje og rehab Partnere Udenrigsministeriet, Sundhedsministeriet	Som mange andre vestlige økonomier står Tyskland overfor væsentlige demografiske udfordringer i form af befolkningsnedgang samt flere ældre medborgere, som kræver pleje. En udvikling, der lægger pres på det eksisterende sundhedssystem og kræver nye pleje- og behandlingsmetoder.	Fælles fremstød på conhIT 2014, Europas største udstilling og kongres for sundheds-IT-løsninger. Her sættes fokus på sundheds-IT og på Danmarks styrkeposition indenfor den innovative lægemiddelindustri. Fælles begivenheder i forbindelse med den danske fællesstand på MEDICA 2014 og 2015. Mulighed for afholdelse af events, der har fokus på farmaceutiske innovative lægemidler. Udstilling på Altenpflege 2015 med fokus på ældrepleje, herunder særlig fokus på design.	Stigende afsætning af danske sundheds-, mediko- og rehabiløsninger. Øge styrkepositionen for den danske medikobranche i Tyskland.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Sundhed

Offentlig/privat samspil indenfor sundhedsområdet Partnere Udenrigsministeriet, Sundhedsministeriet, Erhvervs- og Vækstministeriet	Alle vestlige lande står overfor de samme sundhedsmæssige udfordringer med demografiske forandringer, flere plejekrævende og begrænsede budgetter. Der er derfor behov for dialog på tværs af grænser om erfaringer og løsninger til gavn for den enkelte borger, virksomheder og det offentlige.	Afholde events med fokus på 'integrated care' og offentligt-privat samarbejde, hvor formålet er at dele erfaringer og udveksle best practice mellem Tyskland og Danmark. Særligt med fokus på samarbejdet mellem universiteter, sundhedsmyndighederne og den innovative lægemiddelindustri. Desuden dialogskabende events i forbindelse med ConhIT og Medica ved eksempelvis paneldebat om offentlig-private partnerskaber i en tysk og dansk sammenhæng, bl.a. mellem de offentlige sundhedsmyndigheder og farmaindustrien. Delegationsrejser til Danmark i samarbejde med Healthcare DEN-MARK med fokus på telemedicin og digitalisering af sundhedsvæsenet.	Øget fokus på offentlig-privat samarbejde inden for sundhedssektoren som grundlag for innovative løsninger, øget afsætning for danske virksomheder og investeringer i Danmark.
Investeringsfremme og sundheds-IT Partnere Udenrigsministeriet, Sundhedsministeriet	Grundet de demografiske udfordringer i Tyskland står man overfor et skifte i behandlingsmetoder samt brug af nye og mere innovative løsninger i plejesektoren. Danmark har grundet en stærk og innovativ offentlig sektor udviklet en række digitale løsninger, som er svar på Tysklands behov.	Måltrettet markedsføring af de danske kompetencer og løsninger indenfor sundheds-IT over for tyske investorer, herunder forskning og udvikling samt testfaciliteter, i tæt samspil med resten af Eksportrådet i Tyskland. Det kan være gennem deltagelse på events som for eksempel ConhIT eller ved direkte virksomhedskontakt.	Øgede tyske forskning- og udviklingsinvesteringer indenfor sundheds-IT samt anvendelse af Danmark som testland for nye løsninger.

Område/partnere	Potentiale	Handling/aktivitet	Forventet resultat
-----------------	------------	--------------------	--------------------

Informations- og kommunikationsteknologi

IKT som 'enabler' Partnere Udenrigsministeriet	Tyskland er Europas største IT-marked. IKT indgår i stort set alle industrier og brancher og spiller en stadig stigende rolle i forhold til produktion, processer, platforme, behandling mv. Danmark har en stærk IKT-sektor, som er kendetegnet ved evnen til at tænke i helheder og løsninger.	Fremme brugen af dansk IKT i forhold til den samlede handlingsplans sektorer og fokus. IKT er en 'enabler', som går igen i fremtidens grønne løsninger, mobilitet, sundhed, industrielle udvikling etc. Der vil særligt være fokus på at markedsføre og fremme danske interesser indenfor sundheds-IT, Industrie 4.0., bilindustrien og cleantech med særlig fokus på 'smart grid'.	Øge kendskabet til og salget af danske IKT-løsninger i Tyskland, investeringer og partnerskaber.
---	--	---	---

Vækst via Eksport: Danmark – Tyskland

25 konkrete vækstinitiativer inden for eksport, turisme, investeringer og innovation

Såfremt spørgsmål kan henvendelse rettes til:

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

Design

e-Types Daily

Foto

Forsidebillede: Colourbox
Side 4: Konsulatet i München
Side 6: Colourbox
Side 9: Konsulatet i München
Side 13: Colourbox
Side 14: Colourbox
Side 15: Colourbox
Side 16: Konsulatet i München
Side 17: Konsulatet i München
Side 18: Konsulatet i München
Side 19: Colourbox
Side 21: Colourbox
Side 22: Colourbox

Web

Publikationen kan hentes på
www.um.dk

Udenrigsministeriet – Eksportrådet

I samarbejde med:

- Erhvervs- og Vækstministeriet
- Klima-, Energi- og Bygningsministeriet
- Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser
- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri
- Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse