



Ambitiøse SMV'er klar til at erobre nye markeder i 2018

Halvdelen af de små og mellemstore virksomheder (SMV'er), der allerede eksporterer, har mod på at starte op på nye markeder i 2018. Det er gode nyheder i en tid, hvor der er gang i den internationale økonomi.

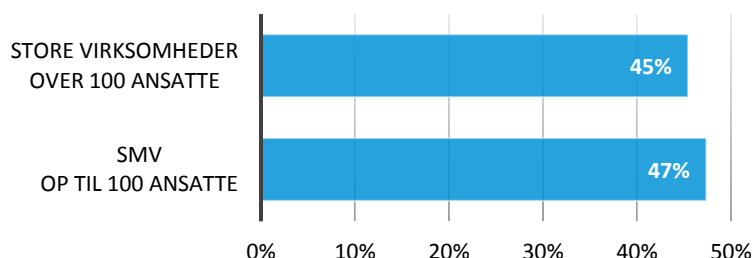
Det er velkendt, at de store danske virksomheder har succes med deres eksport til udlandet. Mindre kendt er det, at rigtig mange SMV'er også er gode til at afsætte deres produkter i resten af verden.

Store og små har appetit på nye markeder i 2018

Tilmed viser en ny undersøgelse blandt DI's medlemsvirksomheder, at de eksporterende SMV'er har mindst lige så stor appetit på at erobre nye markeder i 2018 som de store danske virksomheder.

Mange vil ind på nye markeder i 2018 - både store og små virksomheder

Andel af eksporterende danske virksomheder, der overvejer at gå ind på nye markeder i 2018



Kilde: DI's virksomhedspanel, december 2017

Både blandt SMV'erne og de store virksomheder er det lige knap halvdelen af de virksomheder, som allerede er i gang i udlandet, der vil erobre nye markeder i 2018. Det er særdeles positivt i en tid, hvor der er gang i den internationale økonomi, og hvor mulighederne for eksport er særdeles store. Ifølge de seneste tal fra Den Internationale Valutafond (IMF) forventes væksten i verdensøkonomien i 2018 at blive på 3,7 pct., hvilket er det højeste niveau siden 2011.

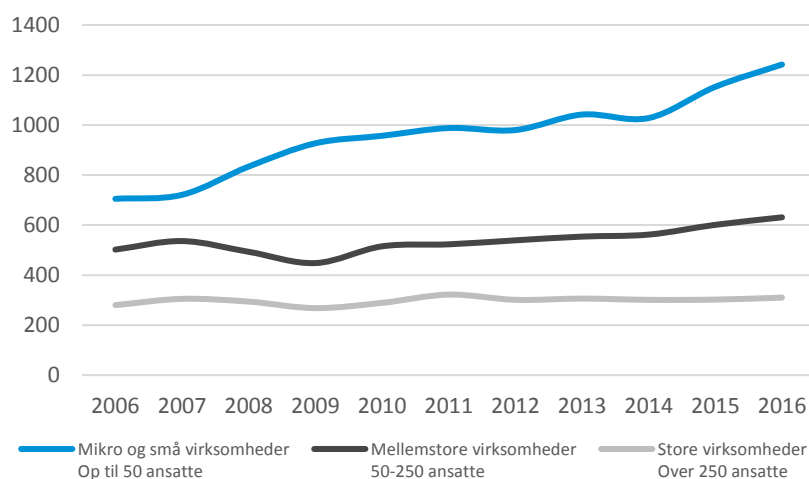
SMV'erne har fået smag for Asien og USA

EU's indre marked – og i særdeleshed nærmarkederne – aftager naturligvis en stor del af SMV'ernes eksport. Men over de seneste år har både de helt små og de mellemstore virksomheder fået smag for at komme længere ud i verden.

Flest SMV'er aktive på de europæiske markeder

Set på tværs af de forskellige globale regioner, er flest SMV'er aktive på de europæiske markeder. På en andenplads kommer USA, og på en tredjeplads kommer ASEAN-sammenslutningen af sydasiatiske økonomier. Den største stigning over de seneste ti år er sket i antal virksomheder, der er aktive på det kinesiske marked.

Flere danske SMV'er på det kinesiske marked



Anm.: Definitionen af små og mellemstore virksomheder (under 250 ansatte) afviger her fra DI's normale definition (under 100 ansatte)

Kilde: Udenrigsministeriet, Eksportrådet: Eksportstatistik SMV'er

...men Kina kalder også på SMV'erne

Siden 2007 er antallet af danske mikro og små virksomheder (det vil sige virksomheder med op til 50 medarbejdere), der eksporterer til Kina, steget med 72 pct. Til sammenligning er antallet af mellemstore virksomheder (det vil sige virksomheder med 50-250 medarbejdere) med eksport til Kina i samme periode steget med 18 pct. Mange store virksomheder har længe været aktive på det kinesiske marked, og blandt dem har stigningen begrænset sig til 2 pct. i perioden.

I 2016 udgjorde mikro og små virksomheder således over halvdelen af alle danske virksomheder med aktiviteter på det kinesiske marked, mens mellemstore virksomheder udgjorde knap 30 pct.

Antallet af danske mikro og små virksomheder, der eksporterer til ASEAN og USA er ligeledes steget med henholdsvis 40 pct. og 33 pct. siden 2007. Mikro og små virksomheder udgør hele 68 pct. af de danske virksomheder, der eksporterer til USA, og de mellemstore virksomheder udgør ekstra 22 pct. SMV'erne udgør således samlet 90 pct. af de danske virksomheder der eksporterer til USA, mens de store virksomheder udgør de resterende 10 pct. Dog står de store virksomheder for over 80 pct. af den samlede eksportværdi til USA. Det samme mønster gør sig gældende for dansk eksport til ASEAN og Kina.

Antal SMV'er og store virksomheder og eksportværdi

SMV'erne udgør størstedelen af virksomhederne der eksporterer til de pågældende lande, men de store virksomheder står for størstedelen af eksportværdien.

	SMV		Store virksomheder	
	Antal virk.	Eksportværdi	Antal virk.	Eksportværdi
ASEAN	1.893	2,5 mia. kr.	319	9,1 mia. kr.
Kina	1.873	4,2 mia. kr.	310	24,1 mia. kr.
USA	3.549	8,6 mia. kr.	402	43,6 mia. kr.

Kilde: Udenrigsministeriet, Eksportrådet: Eksportsstatistik SMV'er

Anm.: Definitionen af små og mellemstore virksomheder (under 250 ansatte) afviger her fra DI's normale definition (under 100 ansatte). Data 2016.

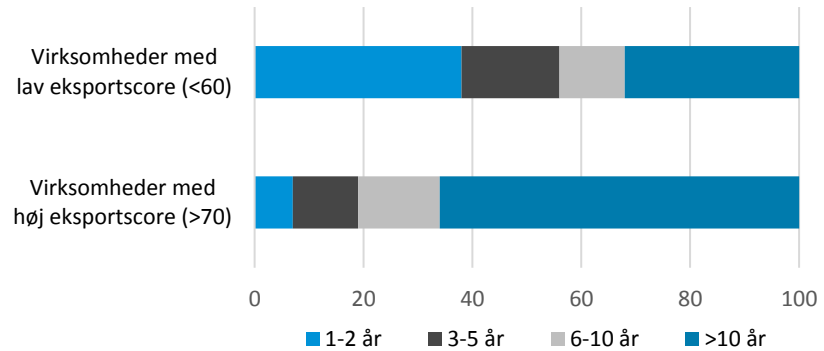
Vender vi blikket hjemad mod det indre marked, kan vi se, at antallet af danske mikro og små virksomheder med eksport til EU, siden 2007 er steget med 7 pct., mens antallet af danske mellemstore og store virksomheder med eksport til EU er faldet med hhv. 5 og 7 pct. i samme periode. I denne forbindelse skal det bemærkes, at det kun er virksomheder med en samlet EU-eksport over 5 mio. kr., der er medtaget i statistikken.

Eksportlykken følger den erfarne – og den, der bruger andres erfaringer

Det diskuteres ofte, hvad der skal til for, at flere SMV'er lykkes med eksport. En af de ting, der har størst betydning er – ikke overraskende – erfaring. En undersøgelse gennemført af EKF Danmarks Eksportkredit på baggrund af forskning fra Tuborg Research Centre, Aarhus Universitet viser, at de virksomheder, der har været aktive på eksportmarkeder i mere end 10 år også har den højeste EksportScore. EksportScoren dækker over, hvor økonomisk parat virksomheden er til at få succes på eksportmarkederne målt på de fem parametre produktivitet, sikkerhed, kundekredit, kapital og erfaring.

De bedste har masser af erfaring

Hvor længe har virksomheden eksporteret?



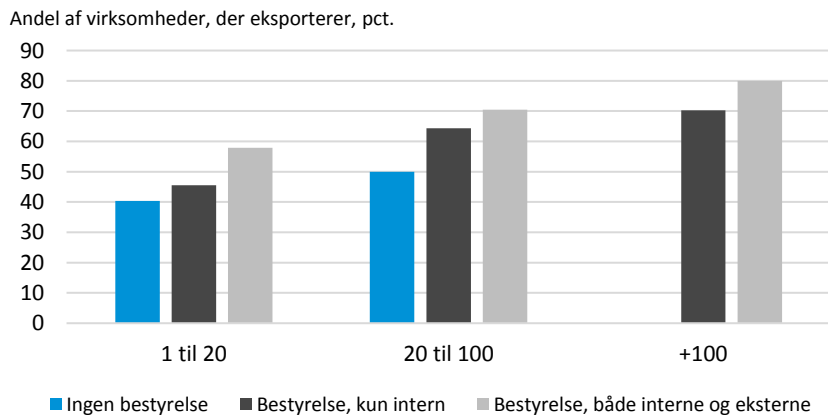
Kilde: EKF Danmarks Eksportkredit og Tuborg Research Centre, Aarhus Universitet
 Note: 547 virksomheder har svaret på EKF's EksportScore-test og har fået en score fra 0 til 100 baseret på fem parametre: Produktivitet, sikkerhed, kundekredit, kapital og erfaring

Bestyrelsesmedlemmer bidrager med international erfaring

Virksomheder, der ikke allerede har mange års erfaring med eksport, kan drage nytte af andres erfaringer. Det kan de gøre ved at have eksterne bestyrelsesmedlemmer med erfaring inden for international forretningsudvikling. Virksomheder med eksterne bestyrelsesmedlemmer har en større tilbøjelighed til at eksportere, end virksomheder med udelukkende interne eller ingen bestyrelsesmedlemmer. Mange virksomheder kan sagtens være begyndt med at eksportere uden eksterne i bestyrelsen, men bestyrelsen og netværk med andre virksomheder, er en god kilde til viden om eksport og internationalisering.

Virksomheder med eksterne i bestyrelsen eksporterer mere

Andel af virksomheder der eksporterer, fordelt på størrelse og bestyrelse



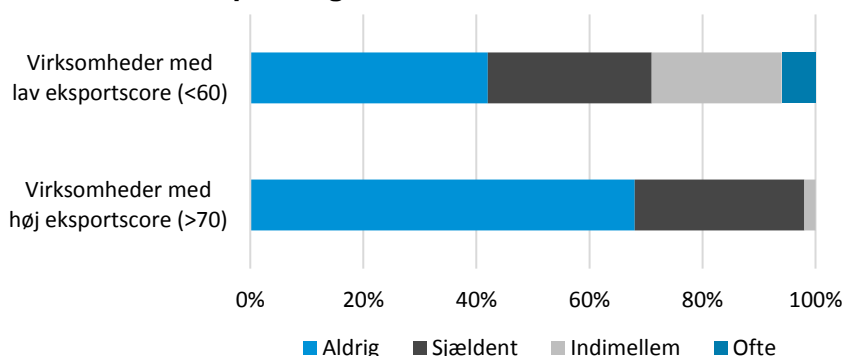
Kilde: DI's Virksomhedspanel, december 2017

Eksportværktøjer og rådgivning kan være genvej til eksportsucces

Endelig er der en række eksperter og værktøjer, man kan trække på, for at skyde genvej til eksporterfaring. Der er naturligvis forskellige risici forbundet med at sælge i nye lande og til nye kunder. Det gælder eksempelvis risikoen for, at kunden ikke kan betale sine regninger. Det er en risiko, som de bedste eksportører i EKF's EksportScore test er gode til at håndtere. 93 pct. af dem oplever sjældent eller aldrig at tabe penge på deres kunder, og de siger stort set aldrig nej til ordrer grundet risici på det givne marked. Det sker på trods af, at de virksomheder er mere til stede på fjerne markeder, der i højere grad er præget af risici, end nærmarkederne.

Til sammenligning oplever mere end hver tredje virksomhed med en lavere EksportScore jævnligt eller indimellem at miste penge, fordi kunden ikke kan eller vil betale.

Har I sagt nej til ordrer, fordi der var politisk uro eller andre risici på det givne marked?



Kilde: EKF Danmarks Eksportkredit og Tuborg Research Institute.
 Note: 547 virksomheder har svaret på EKF's EksportScore-test og har fået en score fra 0 til 100 baseret på fem parametre: Produktivitet, sikkerhed, kundekredit, kapital og erfaring.

En forklaring er, at virksomheder med en højere EksportScore har en kreditpolitik og / eller benytter sig af instrumenter, der begrænser deres risiko som remburs, garantier eller eksportkreditforsikring. Virksomheder med en lavere EksportScore siger oftere nej til ordrer fra kunder, som de er usikre på og går dermed glip af salg.

Mangel på ressourcer bremser eksport

En del SMV'er har ikke eksport og forventer heller ikke at tage hul på nye eksportmarkeder i 2018. Det er der flere forklaringer på.

Eksport-SMV'er mangler ressourcer til at opsøge nye markeder

Blandt de SMV'er, der allerede eksporterer, men som ikke ønsker at udvide til nye markeder i 2018, er det over halvdelen, der angiver, at manglende ressourcer ligger bag beslutningen om ikke at opsøge nye kunder. Derudover er også manglende efterspørgsel eller mangel på ledig produktionskapacitet blandt årsagerne.

Ressourcer begrænser eksport-SMV'ernes drøm om flere nye markeder

Eksport-SMV'ernes årsager til ikke at eksportere til flere nye markeder i 2018

	Andel
Vi har ikke ressourcer til at opsøge kunder på flere nye markeder	52,5
Der er ikke tilstrækkelig efterspørgsel efter vores vare/service på flere markeder	20,0
Vi har pt. ikke ledig produktionskapacitet til flere nye markeder	19,2
Andre årsager	21,7

Kilde: DI's virksomhedspanel, december 2017

Amn.: Tallene summer ikke helt til 100 da enkelte har angivet flere årsager

Kun 6 pct. af de SMV'er, der endnu ikke eksporterer, har planer om at begynde at sælge til udlandet i 2018. Knap halvdelen angiver, at virksomhedens vare/service ikke kan eksporteres. Herudover angives årsager som manglende ressourcer eller kapacitet, manglende efterspørgsel på eksportmarkederne samt manglende konkurrenceevne sammenlignet med udenlandske konkurrenter.

Hvad karakteriserer SMV'er der ikke eksporterer?

	Andel
Overvejer nye markeder i 2018	6,0
Vores vare/service kan ikke eksporteres	46,4
Vi kan ikke konkurrere med vores udenlandske konkurrenter	11,5
Vi har ikke ressourcer til at opsøge kunder på nye markeder	10,9
Vi har pt. ikke ledig produktionskapacitet til nye markeder	6,0
Der er ikke tilstrækkelig efterspørgsel efter vores vare/service på eksportmarkederne	4,4
Andre årsager	15,8

Kilde: DI's virksomhedspanel, december 2017

Amn.: Tallene summer ikke helt til 100 da enkelte har angivet flere årsager

De få SMV'er, der overvejer at begynde at eksportere i 2018 vil i overvejende grad begynde at sælge til Sverige, Tyskland og Norge. Nærmarkederne er et naturligt sted at starte, da virksomhederne generelt oplever færrest udfordringer på disse markeder.¹

¹ DI Analyse: Få hindringer på de nære eksportmarkeder, juni 2015

3 gode råd til SMV'er med internationale ambitioner:

- 1. Kend dit kundesegment:** Eksport og internationalisering skal altid tage udgangspunkt i virksomhedens kernekompetencer. Valg af eksportmarkeder skal foretages ud fra en vurdering af, hvor man finder kunder på eksportmarkeder som efterlyser samme produkt eller service som på eksisterende markeder.
- 2. Fokuser på ét eller få markeder:** Foretag en struktureret markedsudvælgelse på baggrund af virksomhedens vigtigste kundesegment og hvor virksomheden er konkurrencedygtig. Fokuser på ét eller få markeder ad gangen.
- 3. Slutkundeperspektiv:** Overvej opbygningen af salgskanaler grundigt ud fra din slutkundes behov og ønsker i dialog med din distributør.

Her kan du få hjælp til internationalisering:

DI's afdeling for international virksomhedsrådgivning (DIBD) bistår medlemsvirksomheder med eksport- og internationaliseringsrådgivning på baggrund af mere end 20 års erfaring. DI assisterer med strategisk forretningsudvikling og operationel etablering via egne kontorer i Kina, Rusland, Indien, Brasilien, USA, Mexico og Kenya samt gennem et globalt netværk af søsterorganisationer og partnere. Læs mere på: <http://www.di.dk/international>

EKF, Danmarks Eksportkredit, kan hjælpe med adgang til finansiering af eksport, finansiering til dine kunder af konkrete eksportforretninger, samt beskyttelse mod tab på udenlandske kunder. Læs mere på ekf.dk

Væksthusene hjælper med rådgivning og sparring i forhold til internationaliseringsplaner, vækst og finansiering. Læs mere på startvaekst.dk

Indre Markeds Center hjælper med at afklare reglerne for eksport til andre EU-lande. Læs mere på <https://erhvervsstyrelsen.dk/kom-godt-i-gang-med-eksport>

Eksportrådet yder en række tilskud til rådgivning, eksportsparring og eksportforberedelse til SMV'er med internationale ambitioner. Læs mere på eksportraadet.dk