



# **Støtte til SMV'ers internationalisering**

Eksempler på god praksis



# **Støtte til SMV'ers internationalisering**

## Eksempler på god praksis



Neither the European Commission nor any person acting on behalf of the Commission is responsible for the use which might be made of the following information. The views in this brochure do not necessarily reflect the views and policies of the European Commission.

***Europe Direct er en service, der har til formål at hjælpe  
med at besvare Deres spørgsmål om Den Europæiske Union***

**Frikaldsnummer (\*):  
00 800 6 7 8 9 10 11**

(\*) Nogle mobiloperatører tillader ikke opkald til 00 800-numre eller tager betaling for sådanne opkald.

Yderligere oplysninger om EU fås på internet via Europa-serveren (<http://europa.eu>)

Bibliografiske data findes bagest i denne publikation

Luxembourg: Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer, 2008

ISBN 92-79-03078-7

© De Europæiske Fællesskaber, 2008

Eftertryk tilladt med kildeangivelse

*Printed in Italy*

TRYKT PÅ IKKE-KLORBLEGET PAPIR

# INDHOLD

|                                                                                                                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>FORORD</b>                                                                                                                                                 | <b>5</b>  |
| <b>INDLEDNING</b>                                                                                                                                             | <b>7</b>  |
| <b>1. BEVIDSTGØRELSE</b>                                                                                                                                      | <b>9</b>  |
| KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: spredning af oplysninger om internationaliseringstjenester og -redskaber                             | 10        |
| Centre for udvikling af iværksætterkultur og teknologi (Centres of Entrepreneurial and Technological Development — C.E.TE.DE-netværk)                         | 11        |
| BusinessInfo.cz — portal for erhverv og eksport                                                                                                               | 12        |
| <b>2. VÆRDIFULDE OPLYSNINGER</b>                                                                                                                              | <b>13</b> |
| Programmer til støtte for partnersøgning: Forretningsmuligheder                                                                                               | 14        |
| Oplysninger om udenlandske markeder: Tyske handelskamre i udlandet (AuslandsHandelsKammer (AHK))                                                              | 15        |
| Grænseoverskridende samarbejde og netværkssamarbejde inden for informationstjenester: B2fair — <a href="http://www.b2fair.com">www.b2fair.com</a>             | 16        |
| <b>3. PROGRAMMER FOR UDVIKLING AF MENNESKELIGE RESSOURCER</b>                                                                                                 | <b>17</b> |
| Uddannelsesprogrammer: Regionalt program, der skal fremme SMV'ernes eksport og internationalisering                                                           | 18        |
| Virksomhedsprogrammer: Globaali, evaluerings- og udviklingsprogram for SMV'er. En anerkendt eksperttjeneste, der støtter finske SMV'ers internationalisering. | 19        |
| Programmer for nyuddannede: INOV Contacto                                                                                                                     | 20        |
| <b>4. ØKONOMISK STØTTE TIL INTERNATIONALISERING</b>                                                                                                           | <b>21</b> |
| Kortfristet eksportkreditforsikring                                                                                                                           | 22        |
| Royalty-støtteordning for innovative nye virksomheder og virksomhedsvækst på nye markeder                                                                     | 23        |
| SMV'er og grænseoverskridende finansiering                                                                                                                    | 24        |
| <b>5. FREMME AF NETVÆRK</b>                                                                                                                                   | <b>25</b> |
| Finpro-eksportpartnerskab                                                                                                                                     | 26        |
| Etablering af et netværk for SMV'er, der ønsker at fremme deres eksport                                                                                       | 27        |
| <b>6. STØTTE TIL INTERNATIONALISERING INDEN FOR TJENESTEYDELSER</b>                                                                                           | <b>28</b> |
| PIPEnet                                                                                                                                                       | 29        |
| Spredning af specialiserede tjenester vedrørende området udenlandske strukturer                                                                               | 30        |

|                                                                                                                                        |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>7. FORBEDRING AF KONKURRENCEEVNEN VED HJÆLP AF INTERNATIONALISERING</b>                                                             | <b>31</b>     |
| »Flyt eller bliv og opnå forbedringer« – et redskab til bestemmelse af SMV'ernes muligheder for internationalisering                   | 32            |
| Kontrakter vedrørende industriel forskning og udvikling                                                                                | 33            |
| Støtteordning til fordel for virksomhedernes internationalisering ved hjælp af varecertifikater                                        | 34            |
| <br><b>8. SKRÆDDERSYET STØTTE</b>                                                                                                      | <br><b>35</b> |
| First flight                                                                                                                           | 36            |
| Væksthusprogram                                                                                                                        | 37            |
| Passport to export                                                                                                                     | 38            |
| PIPE                                                                                                                                   | 39            |
| <br><b>9. GRÆNSEOMRÅDER OG GRÆNSEOVERSKRIDENDE SAMARBEJDE.</b>                                                                         | <br><b>40</b> |
| Markedsplads Østersøen                                                                                                                 | 41            |
| Grænseoverskridende netværk – håndværksvirksomheder i grænseregionen (Belgien, Frankrig, Tyskland og Luxembourg).                      | 42            |
| Econet-platform: Virksomhedssamarbejde for østrigske, tjekkiske og slovakiske SMV'er i trekantsområdet mellem Wien, Brno og Bratislava | 43            |
| Kompetencenetværk for Nederlandene/Nordrhein-Westfalen, INTER-NED                                                                      | 44            |



## FORORD

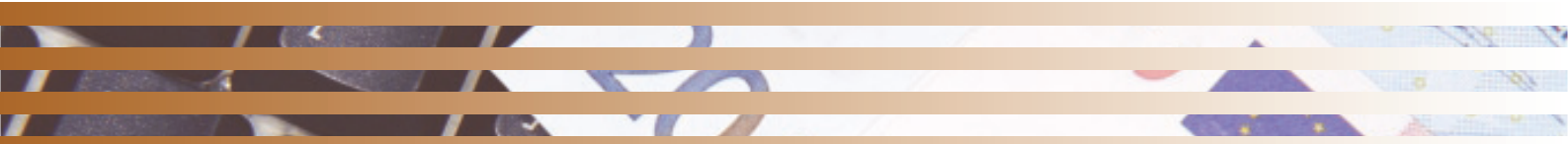
Denne brochure omfatter 27 udvalgte nationale programmer, der er blevet samlet i forbindelse med Best-projektet »Støtte til SMV'ers internationalisering«. Projektet løb fra november 2006 til december 2007 og var baseret på bidrag fra en gruppe eksperter fra EU, Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde og kandidatlandene. Disse eksempler på god praksis blev udvalgt blandt de mere end 90 programmer fra 23 forskellige lande, som eksperterne forelagde.

De forskellige eksempler på praksis beskrives under ni punkter, der vedrører emner, der er blevet udpeget som centrale for små og mellemstore virksomheders (SMV'ers) internationaliseringsproces:

1. Bevidstgørelse
2. Værdifulde oplysninger
3. Programmer for udvikling af menneskelige ressourcer
4. Økonomisk støtte til internationalisering
5. Fremme af netværk
6. Støtte til internationalisering inden for tjenesteydelser
7. Forbedring af konkurrenceevnen ved hjælp af internationalisering
8. Skræddersyet støtte
9. Grænseområder og grænseoverskridende samarbejde.

Det vigtigste kriterium for udvælgelse af eksemplerne på praksis under de ni punkter var det enkelte programs mulighed for at forbedre SMV'ernes evne til tage en eller flere af de udfordringer op, som er fremhævet under det pågældende punkt. Derudover skulle den pågældende praksis anvendes på nuværende tidspunkt og være operationel og let at overføre.

Dette betyder ikke, at programmerne kun dækker et af punkterne. I de fleste tilfælde dækker eksemplerne på praksis et bredt udsnit af SMV-støtten og er ikke begrænset til det punkt, hvorunder de blev valgt.



Disse eksempler på praksis og mange andre eksempler, der blev forelagt i forbindelse med dette projekt, kan også findes i Generaldirektoratet for Erhvervspolitik's onlinekatalog over god praksis, som kan findes på følgende websted:

**[http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise\\_policy/charter/](http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/)**



## INDLEDNING

En af EU's største succeser har været oprettelsen af et kæmpestort indre marked med over 450 mio. forbrugere. Og uden for Europa har den nuværende bølge af globalisering, der er præget af stærkt formindskede handelshindringer og transport-, kommunikations- og informationsomkostninger, åbnet op for enorme muligheder.

For mange små og mellemstore virksomheder (SMV'er) udgør nationale grænser dog stadig en væsentlig hindring for udvidelse af forretningen, og de er i stort omfang eller udelukkende afhængige af deres hjemmemarkeder. Aktuelle skøn tyder på, at kun en femtedel af de europæiske SMV'er eksporterer, og at kun 3 % af SMV'erne har datterselskaber, afdelinger eller joint ventures i udlandet. Mere bekymrende er det, **at en betydelig andel af de europæiske SMV'er end ikke overvejer internationalisering**, på trods af at SMV'erne allerede er udsat for stærk international konkurrence selv på deres egne hjemmemarkeder.

Undersøgelser har allerede vist den direkte forbindelse mellem internationalisering og forbedrede resultater blandt SMV'erne. Proaktiv internationalisering styrker væksten, forbedrer konkurrenceevnen og fremmer virksomhedens bæredygtighed på lang sigt.

På trods af fordelene er det stadig et stort skridt for de fleste små virksomheder at begynde at drive forretning i udlandet. De har ganske enkelt ikke de ressourcer og kontakter, som kunne gøre dem opmærksomme på relevante forretningsmuligheder, potentielle partnere og muligheder på markeder i udlandet. Derudover kan den økonomiske investering, der er nødvendig for at komme ind på det internationale marked, være en betydelig hindring for mange SMV'er. **Hindringernes dynamiske karakter** indebærer også, at vanskelighederne vil ændre karakter alt afhængigt af omfanget af virksomhedens internationalisering.

For at løse dette problem har de nationale og regionale myndigheder udviklet en lang række støtteprogrammer med henblik på at støtte SMV'ernes internationalisering. Finland oprettede det første agentur for handelsfremme i 1919, og i mange år fokuserede regeringens støtteprogrammer udelukkende på eksportfremme ved hjælp af redskaber som f.eks. eksportkreditter, handelsdelegationer, fælles messer osv. Disse **eksportstøtteforanstaltninger** har undergået en udvikling på baggrund af nye udfordringer og nye krævende miljøer, men sådanne programmer **tegner sig stadig for over 70 % af støtteforanstaltningerne til fremme af SMV'ers internationalisering på verdensplan**.

Disse programmer er ikke beskrevet i denne brochure. De har en fremtrædende stilling, er effektive med hensyn til eksportfremme og dækker et vigtigt behov blandt SMV'erne (navnlig for så vidt angår små og nystartede SMV'er), men alle regeringerne i de forskellige lande har et stort erfaringsgrundlag, og de har udviklet identiske eller næsten identiske løsninger for de nationale virksomheder.

Dette understreger, at **internationalisering ikke kun drejer sig om eksport**. F.eks. er grænseoverskridende samarbejde, deltagelse i effektive netværk og søgning efter konkurrencedygtige input eller nye teknologier betydningsfulde elementer i den moderne SMV's internationaliseringsbestræbelser. **Internationaliserede SMV'er kombinerer også forskellige tilgange, som styrker hinanden gensidigt, i deres internationaliseringsstrategi.**

Dette understreger, at **skræddersyet støtte til SMV'erne er den mest effektive støtte til SMV'ers internationalisering**. Dette indebærer, at virksomheden analyseres i sin helhed, og at der udarbejdes en individuel plan, som omfatter en række forskellige foranstaltninger, som i visse tilfælde rækker ud over internationalisering. Dette gælder det østrigske »Go international«-program, der gennemføres af Det Østrigske Handels- og Industri-kammer og Østrigs regering, og som ud over skræddersyet støtte fokuserer på internationalisering af økonomien som helhed (holistisk tilgang), hvilket indebærer, at der tages hensyn til andre områder som f.eks. virksomhedernes sociale ansvar og innovation. Den irske organisation »Enterprise Ireland« anvender støttemekanismer, som er udformet med henblik på at tage hensyn til alle virksomhedernes behov for at forberede dem bedre på internationalisering.

I en række undersøgelser er der allerede blevet fundet stærke forbindelser mellem **innovation og internationalisering: De to fænomener styrker hinanden indbyrdes, hvilket har positive virkninger for konkurrenceevnen**. Visse lande som f.eks. Norge er allerede i færd med at gennemføre integrerede politiske foranstaltninger, der omfatter programmer, som kombinerer innovation og internationalisering som den blanding af redskaber, der giver virksomhederne mulighed for øge deres værdiskabelse og forbedre deres konkurrenceevne. Disse typer programmer har også den fordel, at de henvender sig til virksomheder, som frem for alt er interesserede i internationalisering for at få bedre adgang til innovation, højteknologi eller knowhow. De giver også et bedre udgangspunkt for mere direkte at tackle et betydningsfuldt og relativt nyt fænomen, »the born globals«, som er virksomheder, der ønsker at gå direkte ud på det globale marked.

I denne brochure skal det understreges, at **det er af afgørende betydning for Europa at øge SMV'ernes kapacitet og effektivitet inden for internationalisering, da deres potentiale på dette område langt fra er udnyttet**. Bortset fra at forbedre SMV'ernes kendskab til behovet for internationalisering skal de europæiske nationale og regionale institutioner fremme lettere og mere udbredt adgang til støtteprogrammer samt adgang til relevante og nyttige oplysninger. Interne problemer som mangel på velkvalificerede medarbejdere, som kan bidrage til internationaliseringen, og behovet for direkte økonomisk støtte til internationalisering skal også løses. I den forbindelse skal der tages hensyn til SMV'ernes forskellighed, hvilket vil kræve individuelle løsninger for hver enkelt virksomhed.

Internationalisering er blevet en forudsætning for, at SMV'erne kan overleve i det stærkt konkurrenceprægede miljø, der findes i dag. Denne brochure har til formål at lette udveksling af viden og spredning af de gode internationaliseringsprogrammer, som forskellige europæiske lande gennemfører for nærværende.



## 1. BEVIDSTGØRELSE

Europa har behov for flere internationaliserede SMV'er. En stor del af SMV'erne og de fleste SMV'er med færre end 10 ansatte har koncentreret alle deres aktiviteter på lokale eller nationale markeder. Endnu mere bekymrende er det, at ifølge internationale undersøgelser har en stor andel af SMV'erne aldrig overvejet at gå ud på det internationale marked.

De betragter stadig en udvidelse af deres aktiviteter til udlandet som unødvendig eller for omkostningsfuld og risikabel. Internationalisering giver ikke desto mindre adgang til et større kundegrundlag, flere leverandører eller nye teknologier. Generelt giver internationalisering mulighed for opnåelse af forbedrede resultater, bæredygtighed på lang sigt og bedre konkurrenceevne, hvilket er de vigtigste fordele ved en vellykket internationaliseringsstrategi.

Det er vigtigt at fremme internationalisering blandt SMV'erne, men bevidstgørelse handler ikke kun om kendskab til fordelene ved internationalisering, men også om kendskab til eksisterende programmer, der støtter SMV'erne, når de beslutter sig for at gå ud på det internationale marked.

Dette manglende kendskab eller den forvirring, som forårsages af alt for mange og overlappende støtteordninger, medfører, at den enkelte SMV's ledelse føler sig fortabt, når den skal føre sin beslutning om at gå ud på det internationale marked ud i livet.

Dette gælder navnlig de mindste SMV'er, som potentielt har det største behov for støtte. Dette betyder, at der i forbindelse med det enkelte program skal gøres en stor indsats for at kommunikere med SMV'erne i målgruppen.

Programmer, som tilskynder SMV'erne til at søge uden for deres traditionelle markeder, når de ønsker at importere, eksportere eller finde samarbejdspartnere osv., og god og effektiv kommunikation med SMV'erne skal kobles sammen med brugervenlige ordninger (f.eks. en kvikskranke), der gør det lettere for den enkelte SMV at omsætte den indledende interesse til konkrete initiativer vedrørende internationalisering.

## Kontakt- oplysninger

Severi Keinälä  
Senior Advisor

Internationalisation of Enterprises  
Confederation of Finnish Industries  
EK

Tlf.: (358-400) 66 94 66

E-mail: [severi.keinala@ek.fi](mailto:severi.keinala@ek.fi)

Tuulikki Laine-Kangas  
Project Manager

Employment and Economic  
Development Centre  
of South Ostro Bothnia

Tlf.: (358-40) 594 99 44

E-mail:  
[tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi](mailto:tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi)

# KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: spredning af oplysninger om internationaliseringstjenester og -redskaber

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Finske SMV'er er ikke tilstrækkeligt opmærksomme på de mange forskellige internationaliseringstjenester og -redskaber, der findes. KiVi-projektet har til formål at etablere et samarbejde mellem offentlige, halvoffentlige og private organisationer om oprettelsen af platforme, der formidler oplysninger om og kontaktoplysninger for disse tjenester.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

KiVi-projektet koordineres af den finske industrisammenslutning (EK) og centrene for beskæftigelse og økonomisk udvikling (TE-centrene) i samarbejde med handelskamrene og sammenslutningen af finske virksomheder. Alle nationale samt et antal lokale organisationer, der fremmer internationalisering, er partnere i projektet.

Projektet giver et udgangspunkt og en platform for tilrettelæggelse af arrangementer, hvor der skal formidles oplysninger om internationaliseringstjenester og -redskaber. Hvert enkelt seminar organiseres på lokalt plan, og ideelt set deltager alle lokale aktører i planlægningsfasen for at inddrage alle relevante erfaringer vedrørende de lokale virksomheders behov og præferencer.

På nationalt plan koordineres projektet ved hjælp af en internetbaseret platform, hvor alle fremtidige arrangementer offentliggøres, og hvor der i en senere fase også kan findes programmer og præsentationer. Dette gør kommunikationen mere effektiv og er en tjenesteydelse, som kan anvendes af alle lokale arrangører. På samme platform kan der findes en række forskellige redskaber, herunder en beskrivelse af arrangementernes gennemførelse og indhold, en skabelon for programmet og/eller invitationen, et evalueringsskema og et Excel-skema til analyse af evalueringerne.

Arrangementerne består af seminarer af en halv eller en hel dags varighed, hvor der spredes oplysninger ved hjælp af præsentationer og virksomhedscases (det foretrukne redskab) samt på mini-messen, hvor alle interesserede leverandører af tjenesteydelser har en stand i forhallen til de lokaler, hvor seminaret afholdes. Alle præsentationer gemmes på den nationale internetplatform.

## Målgruppe

Primært finske SMV'er, men repræsentanter for store virksomheder er også velkomne. Den sekundære målgruppe omfatter offentlige, halvoffentlige og private organisationer, der arbejder for at fremme finske virksomheders internationalisering.

## Forventede eller opnåede resultater

Projektet har til formål at øge kendskabet til de tjenester og finansielle redskaber, der er til rådighed, blandt iværksættere og virksomhedsrepræsentanter.

I forbindelse med den første runde af seminarer deltog 1 379 personer i de 18 arrangementer, dvs. gennemsnitligt 77 deltagere pr. arrangement, hvilket betragtes som meget tilfredsstillende for seminarer af denne type. Der kan konstateres en deltagelse af samme omfang i forbindelse med anden runde.

På en skala fra 1 til 5 fik indholdet 4,0 point, tilrettelæggelsen og lokalerne 4,1 point og præsentationer 3,9 point i evalueringsskemaerne. Overordnet set blev arrangementerne betragtet som meget gode, og visse individuelle præsentationer fik en fremragende bedømmelse.

På evalueringsmødet med partnerorganisationerne var evalueringerne meget gode, og projektet blev betragtet som nyttigt og fordelagtigt, og følgelig blev en anden runde af seminarer iværksat.

## Yderligere oplysninger

[www.ek.fi/kivi](http://www.ek.fi/kivi)

## Anbefaling

Anne Linnonmaa, administrerende direktør, Anne Linnonmaa Ltd

»KiVi-projektet er et fremragende redskab til at bringe oplysningerne tættere på virksomhederne. Derudover er det yderst interessant at høre om andre virksomheders erfaringer med internationalisering. Der skabes nye ideer gennem netværkssamarbejde med organisationer og andre virksomheder.«

# Centre for udvikling af iværksætterkultur og teknologi (Centres of Entrepreneurial and Technological Development — C.E.TE.DE-netværk)

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Bevidstgørelse, oplysninger og organisatorisk bistand til arbejdet med at eksportere varer og tjenesteydelser. Foranstaltningen dækker alle regioner og præfekturer i Grækenland.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Initiativet gennemføres af centrene for udvikling af iværksætterkultur og teknologi (C.E.TE.DE), som er et regionalt netværk bestående af almennyttige organisationer, der koordineres og overvåges af generalsekretariatet for erhvervs politik under udviklingsministeriet. De 13 centre findes i hovedstaden for hvert enkelt præfektur i hver enkelt region og har en kvikskranke, hvor der kan fås oplysninger om eksport af varer og tjenesteydelser, organisatorisk bistand (rådgivning) og oplysninger om aktiviteter, der har til formål at støtte eksportarbejdet.

Oplysningerne opdeles normalt i forskellige emner, hvorved der skabes en »eksportværktøjskasse«. Derudover arbejder centret for at tilskynde grupper af virksomheder, der er villige og i stand til at kaste sig ud i eksportaktiviteter, til at gøre en fælles indsats for at markedsføre deres varer og tjenesteydelser på internationale markeder. Arbejdet koordineres af og gennemføres i samarbejde med det græske råd for udenrigshandel.

## Målgruppe

Hovedsageligt SMV'er med særlig fokus på små og meget små virksomheder, som ikke har udviklet eksportaktiviteter, er i færd med at udvikle eksportaktiviteter eller har meget begrænsede eksportaktiviteter udtrykt som procentdel af deres årlige omsætning.

## Forventede eller opnåede resultater

Variere alt afhængigt af præfektur. Der foreligger endnu ikke officielle samlede resultater.

## Yderligere oplysninger

Dette initiativ er præget af dynamik og fleksibilitet. Det omfatter decentrale aktiviteter inden for et sæt specifikke, men fleksible rammer. I hvert enkelt center er der mulighed for at initiativet kan bygge videre på og udnytte lokale komparative fordele. Foranstaltningen hilses velkommen af alle mere betydningsfulde aktører som f.eks. udviklingsministeriet, lokale myndigheder, erhvervssammenslutninger, medierne og vigtigst af alt SMV'erne selv.

## Kontakt-oplysninger

Dr Kottakis Ioannis

Ministry of Development  
General Secretariat of Industry  
119, Mesogeion Avenue  
GR-10192 Athens

Tlf.: (30-210) 696 90 33

Fax (30-210) 696 90 34

E-mail: kottakisi@ypa.gr

## BusinessInfo.cz — portal for erhverv og eksport

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Det kan være vanskeligt for SMV'er at finde og få adgang til relevante oplysninger. SMV'erne mangler ressourcer, og der er for mange forskellige statslige og ikke-statslige institutioner, der tilbyder oplysninger og tjenesteydelser. Indbyrdes forbundne eller interinstitutionelle dagsordener er heller ikke beskrevet, da der ikke findes en enkelt institution eller et enkelt agentur med ansvar for dette.

BusinessInfo.cz-portalen er hovedsageligt udformet for tjekkiske virksomheder. Men også udenlandske SMV'er kan finde de oplysninger, som er nødvendige for at etablere en forretning i Tjekkiet.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

BusinessInfo.cz er en officiel internetportal for erhverv og eksport. Portalen fungerer som en internetbaseret kvikskranke og kan findes på følgende websted: [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz). Portalen integrerer oplysninger fra statslige organer, agenturer og ikke-statslige organisationer og sammenslutninger og dækker en bred vifte af oplysninger fra letlæselige til relativt komplekse elektroniske skemaer.

### Målgruppe

Individuelle SMV'er. Særlig målgruppe: nystartede eksportvirksomheder.

### Forventede eller opnåede resultater

Hvert år er resultaterne fra det foregående år blevet næsten fordoblet.

Antal besøgende

2002: 6 642 om måneden

2003: 20 124 om måneden

2004: 34 325 om måneden

2005: 60 120 om måneden

2006: 146 472 om måneden

Antal registrerede brugere

2002: 306

2003: 430

2004: 1 994

2005: 8 230

2006: 15 958

Brugertilfredshed: over 7,5 (ud af 10 point) hvert år.

### Yderligere oplysninger

[www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz)

### Kontakt- oplysninger

Radek Ježdík

Czechtrade

E-mail: [radek.jezdik@czechtrade.cz](mailto:radek.jezdik@czechtrade.cz)

Tlf.: (420) 224 90 75 73

Michal Sontodino

Czechtrade

E-mail:

[michal.sontodino@czechtrade.cz](mailto:michal.sontodino@czechtrade.cz)

Tlf.: (420-224) 90 75 20



## 2. VÆRDIFULDE OPLYSNINGER

I undersøgelser vedrørende SMV'er anføres værdifulde oplysninger gentagne gange som et af de vigtigste punkter for SMV'er, som planlægger eller er ved at bevæge sig ud på det internationale marked. Mange virksomheder, navnlig meget små virksomheder og virksomheder, som lige har påbegyndt internationaliseringsprocessen, mangler de ressourcer og den ekspertise, der er nødvendig for at kunne finde forretningsmuligheder i udlandet, potentielle partnere samt oplysninger om forretningspraksis i udlandet, eksportprocedurer, importregler, standarder og produktspecifikationer, lovgivning, krav vedrørende markedsføring osv.

For at øge antallet af internationaliserede SMV'er er det af afgørende betydning at give lettere adgang til denne form for oplysninger, således at virksomhederne kan minimere de relativt høje omkostninger og risici, der i begyndelsen er forbundet med at bevæge sig ud på det internationale marked. Adgang til relevante oplysninger af denne type er af afgørende betydning for SMV'ernes beslutningsproces, da de giver dem mulighed for at fastlægge en internationaliseringsstrategi.

Det er en stor opgave at forsyne SMV'erne med relevante oplysninger om internationalisering. I denne brochure vil vi gerne sætte fokus på tre aspekter:

- programmer til støtte for partnersøgning
- oplysninger om udenlandske markeder
- grænseoverskridende samarbejde og netværkssamarbejde inden for informationstjenester.

I det følgende afsnit beskrives tre forskellige former for praksis, hvis endelige mål er at give de deltagende SMV'er værdifulde oplysninger, som kan gøre en forskel og er umiddelbart anvendelige.

## Programmer til støtte for partnersøgning

### Forretningsmuligheder

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Projektet »Forretningsmuligheder« blev iværksat med henblik på at forenkle iværksætternes adgang til oplysninger om nye forretnings- og eksportmuligheder og internationalisering af tjenesteydelser. Det dækker hele Tjekkiet.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Eksportmuligheder, som der er opnået kendskab til via tjekkiske handelskamre i udlandet, tjekkiske ambassader og onlineskemaer på det tjekkiske websted for handel, samles i den centrale database, oversættes til tjekkisk, opdeles efter sektorer og offentliggøres derefter på webstedet. Når der modtages en mere konkret og specifik forespørgsel fra en udenlandsk virksomhed, gennemgås listen over tjekkiske producenter, og den pågældende virksomhed får en liste over potentielle tjekkiske leverandører.

#### Målgruppe

SMV'er, virksomheder, der ønsker at eksportere.

#### Forventede eller opnåede resultater

Kvantitative resultater: hvert år offentliggøres ca. 5 000 meddelelser vedrørende eksportmuligheder og forespørgsler fra udenlandske virksomheder, 4 000 udbud og 700 tilbud. Antallet af besøg på webstedet skønnes at ligge i intervallet 20 000-100 000 om måneden. Der findes ingen samlede oplysninger om succesraten, dvs. kontrakter, der er indgået på grundlag af de oplysninger, der er blevet offentliggjort og/eller behandlet, da der kun er blevet fulgt op på et begrænset antal respondents resultater.

#### Yderligere oplysninger

[www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)

[www.czechtradeoffices.com](http://www.czechtradeoffices.com)

### Kontakt-oplysninger

Jana Falathová

CzechTrade — Czech Trade  
Promotion Agency  
Dittrichova 21  
CZ-12801 Prague 28

E-mail:

[jana.falathova@czechtrade.cz](mailto:jana.falathova@czechtrade.cz)

## Oplysninger om udenlandske markeder

### Tyske handelskamre i udlandet (AuslandsHandelsKammer (AHK))

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

AHK-netværket tilbyder SMV'erne informationstjenester og vejledning vedrørende markeder i hele verden.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Der findes ca. 120 tyske handelskamre i udlandet fordelt på 80 lande i alle verdensdele. De fleste er uafhængige institutioner, hvis hovedindtægtskilde er deres tjenesteydelser. Disse institutioners tjenesteydelser omfatter oplysninger om import- og eksportlovgivning, told, investeringsmuligheder i udlandet, valutabestemmelser, markeds- muligheder og markedsføringsstrategier for tyske virksomheder. De rådgiver virksomhederne på stedet og hjælper dem med at få internationale forretningskontakter. Basisinformation er gratis, men detaljerede oplysninger og specifik individuel rådgivning skal der betales for. Derudover fungerer de som første kontaktpunkt og vigtigste mellemled for virksomheder i værtslandet, der ønsker at gøre forretninger i Tyskland. Samtidig udfører AHK'erne en række vigtige opgaver, som er i den tyske regerings interesse, og som ellers skulle udføres af statslige institutioner.

Den største fordel er, at SMV'erne kan få professionel vejledning og oplysninger om markeder i udlandet fra en tysk organisation i det pågældende land. Der er således mulighed for, at eksporterende SMV'er løbende kan få støtte hjemmefra. Deres tjenesteydelser inden for udenrigshandel er særligt nyttige for SMV'er, der ikke har deres egen eksportafdeling.

#### Målgruppe

Eksportvirksomheder og andre interesserede tyske virksomheder, navnlig SMV'er.

#### Forventede eller opnåede resultater

AHK'erne formidler ca. 100 000 forretningskontakter om året. De er integrerede i værtslandets økonomi og kan tilbyde perfekte forretningsmuligheder via deres kontakter i det lokale erhvervmiljø. At 40 000 virksomheder – heraf to tredjedele fra andre lande end Tyskland – er medlem af disse kamre er et vidnesbyrd herom.

I 2006 påbegyndtes udviklingen af det nye servicekoncept »DEinternational« (www.deinternational.de). Under dette navn tilbyder AHK'erne basale tjenesteydelser på en måde, der gør dem mere sammenlignelige i hele verden, og de udvider viften af særlige tjenesteydelser. Gennem samarbejdet med yderligere partnere har de også udvidet viften af tjenesteydelser, således at den omfatter fremme af udenrigshandel. DEinternationals tjenesteydelser er forskelligartede, fleksible og skræddersyet til de særlige behov, som virksomheder af forskellig størrelse og fra forskellige erhvervsgrene har. For tyske SMV'er indebærer dette bedre markedsadgang, bedre kundeorientering samt et netværk med en større grad af gennemsigtighed og større værdi.

#### Yderligere oplysninger

www.ahk.de

#### Anbefaling

Jörg Fischer, Knöpfler & Fischer Fensterbau OHG, Blumberg

»I forbindelse med et undersøgelsesbesøg i Dublin og Cork i november 2005 fik jeg et første indtryk af det interessante irske marked. Præsentationen ved handelskammeret i Dublin var professionel, fagligt relevant og direkte anvendelig. Jeg vil gerne samarbejde med handelskamrene i udlandet igen.«

#### Kontakt- oplysninger

Alexander Lau

Deutscher Industrie- und  
Handelskammertag (DIHK)  
International Economic Affairs  
Breite Strasse 29  
D-10178 Berlin

Tlf.: (49-30) 203 08 23 10

Fax (49-30) 203 08 23 33

E-mail:

lau.alexander@berlin.dihk.de

## Kontakt- oplysninger

### b2fair Management Board:

Jürgen Schäfer

Enterprise Europe Network  
Heilbronner Strasse 43  
Postfach 102155  
D-70017 Stuttgart

Tlf.: (49-711) 165 72 80

Fax (49-711) 165 73 00

E-mail:  
js@handwerk-international.de

Sabrina Sagramola

Enterprise Europe Network  
7 rue Alice de Gasperi  
L-2981 Luxembourg

Tlf.: (352) 42 39 39-334

Fax (352) 43 83 26

E-mail: sabrina.sagramola@cc.lu

## Grænseoverskridende samarbejde og netværkssamarbejde inden for informationstjenester

### B2fair — [www.b2fair.com](http://www.b2fair.com)

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

B2fair er et støtteinstrument inden for samarbejde og partnersøgning. Det dækker SMV'er over hele Europa og er åbent for alle.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Internationalt samarbejde bliver mere og mere vigtigt som et redskab, der kan give adgang til udenlandske markeder. Navnlig internationale handelsmesser er en effektiv platform for møder mellem virksomheder, da udstillere og besøgende samles, og et velforberedt forretningsmøde kan give begge parter en merværdi. Mange SMV'er modtager forespørgsler vedrørende forretningskontakter fra udenlandske virksomheder.

Organisationen bag B2fair kan tilbyde at undersøge virksomhedsprofilen, forberede møderne, ledsage SMV'erne til handelsmesserne og sørge for stande, tolke og andre tjenesteydelser.

Denne foranstaltnings grundlag er en onlinedatabase og oplysninger om arrangementer. Den giver europæiske virksomheder mulighed for at offentliggøre deres virksomhedsprofil på internettet og at matche profilerne i forbindelse med internationale handelsmesser i Europa. De deltagende erhvervsorganisationer (B2fair-partner-netværket) kan yde bistand i denne forbindelse. B2fair administreres af Euro Info Centrene i Stuttgart og Luxembourg og blev etableret af Europa-Kommissionen. Fordelene omfatter bl.a.:

- et internationalt netværk med mere end 30 partnere
- bæredygtigheden i et europæisk projekt, som Kommissionen medfinansierer
- et stort antal virksomhedsmøder og stor kundetilfredshed
- et begrænset deltagergebyr
- stor reklameværdi i forbindelse med internationale handelsmesser.

#### Målgruppe

Indenlandske og udenlandske virksomheder fra alle sektorer.

#### Forventede eller opnåede resultater

Ca. 2 500 virksomheder deltog i 10 internationale handelsmesser, herunder f.eks. Hanover Messe, ELMIA i Sverige, Midest i Paris, AMB i Stuttgart, MSV i Brno og HI i Herning. Der blev arrangeret 15 000 forretningsmøder, hvoraf 30 % blev betragtet som et godt første møde. Deltagerne udfylder et spørgeskema straks efter mødernes afslutning og endnu et ca. et halvt år senere.

#### Yderligere oplysninger

[www.b2fair.com](http://www.b2fair.com)

E-mail: [info@b2fair.com](mailto:info@b2fair.com)

#### Anbefaling

Bernhard Traube, Alfred Bolz Gerätebau GmbH, Argenbühl — Eisenharz

»B2fair gav os en række værdifulde kontakter, som i to tilfælde førte til et konkret forretningssamarbejde. Vores slovakiske partner besøgte os for nylig. Vi vil meget gerne deltage igen.«



### **3. PROGRAMMER FOR UDVIKLING AF MENNESKELIGE RESSOURCER**

SMV'er er karakteriseret ved fleksibilitet og gode evner til at innovere og tilpasse sig, men et indtog på internationale markeder kræver yderligere kompetencer, ledelseskvalifikationer og en stabil arbejdsstyrke på lang sigt, således at der kan udvikles en internationaliseringsstrategi, uden at det går ud over den daglige drift.

Selv om mange SMV'er ikke altid helt forstår det, er følgende en af de vigtigste hindringer, som SMV'er står over for, når de overvejer internationalisering: Mange SMV'er mangler visse kvalifikationer og først og fremmest den tid, som det kræver at komme ud på det internationale marked. Programmer, der støtter SMV'erne, når de skal tilegne sig disse kvalifikationer og ansætte specialiserede medarbejdere, vil i høj grad forbedre SMV'ernes muligheder for at foretage en langsigtet satsning i udlandet. I mange tilfælde vil sådanne programmer bidrage til at give SMV'erne forudsætningerne for internationalisering.

Dette emne omfatter aspekter som SMV'ers rådgivning og vejledning af andre SMV'er, langsigtede coachingprogrammer, ansættelse af praktikanter eller nyuddannede med viden inden for internationalisering osv. Dette emnes betydning understreges gennem fokus på tre forskellige tilgange, der supplerer hinanden indbyrdes:

- uddannelsesprogrammer
- virksomhedsprogrammer
- programmer for nyuddannede.

## Uddannelsesprogrammer

### Regionalt program, der skal fremme SMV'ernes eksport og internationalisering

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Dette regionale program har til formål at øge SMV'ernes konkurrenceevne gennem fremme af og støtte til eksport og internationalisering.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Programmet er baseret på et koncept, der er udviklet for SMV'er, som har potentiale og evne til at øge deres konkurrenceevne på verdensplan gennem innovation og internationalisering. Der er tale om et virksomhedsudviklingsprogram, som indebærer, at virksomhederne deltager i en udviklingsproces af 12 til 14 måneders varighed. Innovation Norway (Innovasjon Norge) yder virksomhederne økonomisk støtte til et virksomhedsudviklingsprojekt.

Programmet er opdelt i fire faser:

- 1) beskrivelse og vurdering af de interesserede virksomheders behov og livsfase, dvs. om de er villige, rede og i stand til at udnytte programmet
- 2) analyse af virksomhedens evner inden for innovation og teknologisk udvikling; dette udgør grundlaget for de markedsførings- og teknologiprojekter, der skal gennemføres inden for rammerne af programmet
- 3) planlægning: bistand til virksomheden ved udviklingen af dens markedsførings- og/eller teknologiprojekt
- 4) gennemførelse: bistand til virksomheden ved gennemførelsen af dens projekter gennem skræddersyet støtte, der omfatter forskellige kompetence-, rådgivnings-, netværks- eller finansieringstjenester.

#### Yderligere oplysninger

I 1999 tog amterne (fylkene) Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag initiativ til at etablere et stærkere og mere koordineret program for støtte til internationalisering blandt virksomhederne i regionen. På grundlag af en forundersøgelse blev et treårigt program, som blev finansieret af amterne og Innovation Norway, påbegyndt i 2001. På grund af den positive evaluering af de første tre år fortsatte programmet efter 2003. En række branchenetværk i amterne er blevet etableret og drives inden for rammerne af programmet. Ved udgangen af 2005 fandtes der fem forskellige netværk: miljø, sundhed, energi, ikt samt olie og gas.

#### Evaluerings/resultater

I perioden 2001-2003 deltog over 300 virksomheder i en eller flere aktiviteter under programmet, og mere end 170 virksomheder er blevet underkastet en dybtgående analyse. De deltagende virksomheder har samlet set haft en gennemsnitlig stigning i deres eksportsalg på 7 %. Det tætte samarbejde mellem det regionale handelskammer, eksportsammenslutninger, Innovation Norway, private konsulenter, forsknings- og uddannelsesinstitutioner, kommuner og amtsråd har resulteret i højere kvalitet og mere målrettet støtte til SMV'ernes internationalisering.

#### Yderligere oplysninger

[www.innovasjonnorge.no](http://www.innovasjonnorge.no)

## Kontakt-oplysninger

Christian Peter Haugen  
Senior Adviser

Innovation Norway

Tlf.: (47) 74 13 54 00

Fax (47) 74 13 54 01

E-mail:

[christian.peter.haugen@invanor.no](mailto:christian.peter.haugen@invanor.no)

## Virksomhedsprogrammer

### Globaali, evaluerings- og udviklingsprogram for SMV'er. En anerkendt eksperttjeneste, der støtter finske SMV'ers internationalisering.

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Formålet med internationaliseringsprogrammet Globaali er at hjælpe finske SMV'er med at få succes i den internationale konkurrence med så lille en risiko som muligt gennem udarbejdelse af en udviklingsplan for virksomheden.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Globaali er et landsdækkende evaluerings- og udviklingsprogram, der skal vurdere SMV'ernes evne til internationalisering. Der er tale om en eksperttjeneste, der modtager økonomisk støtte. Programmet er tilpasset en individuel virksomhed/vare og er landespecifikt. Uddannede og godkendte Globaali-konsulenter, som er specialister inden for internationalisering af virksomheder, sikrer programmets kvalitet. Formålet med Globaali-internationaliseringsprogrammet er at:

- vurdere en virksomheds muligheder inden for internationalisering gennem en analyse af kvaliteten af varerne, distributionskanalerne, forretningsmetoderne og ressourcerne
- kortlægge virksomhedens ønsker, muligheder og visioner, for så vidt angår internationalisering, og udarbejde en vurdering af virksomhedens konkurrencemæssige situation på internationalt plan. Globaali-specialisten vil også undersøge virksomhedens konkurrencemæssige fordele og muligheder på det internationale marked
- udarbejde en internationaliseringsmodel for virksomheden, dvs. en strategi, der vil sikre succes på målmarkedet, og iværksætte et relateret internationaliseringsprogram med en beskrivelse af investerings- og udviklingsområder, foranstaltninger der skal træffes, personale med hovedansvar for processen samt planer og økonomiske ressourcer.

#### Målgruppe

SMV'er (EU's definition) i alle sektorer, herunder også tjenesteydelser. Disse SMV'er vil være i færd med at indlede eller udvide deres internationale operationer (virksomheder, der endnu ikke er på det internationale marked, begyndere og avancerede virksomheder).

#### Forventede eller opnåede resultater

Mere end 700 virksomheder har forbedret deres forudsætninger for internationalisering gennem Globaali. Centret for beskæftigelse og økonomisk udvikling foretager en årlig evaluering, og den gennemsnitlige bedømmelse af Globaali var 8,1 i 2005 og 7,8 i 2006 på en skala fra 4 til 10.

Net Effect Oy evaluerede Globaali-konceptet i 2004. Af evalueringen fremgår det, at Globaali opfylder et klart behov blandt finske SMV'er og er af høj kvalitet ifølge de deltagere, der blev spurgt i forbindelse med undersøgelsen. Gennemførelsen af projektet blev anset for at være tilstrækkeligt fleksibel og for at indebære en klar vurdering af virksomhedernes forudsætninger for internationalisering.

#### Yderligere oplysninger

[www.te-keskus.fi](http://www.te-keskus.fi)

[www.yrityssuomi.fi](http://www.yrityssuomi.fi)

#### Anbefaling

Markku Hakkarainen, administrerende direktør for FinnKatalyt Oy

»Globaali-programmet gav os hjælp til at analysere og få overblik over vores ressourcer og muligheder inden for internationalisering. Rådgivningen i forbindelse med programmet gjorde det klart, at der er behov for at fokusere på to centrale erhvervsgrene på det internationale marked.«

#### Kontakt-oplysninger:

Tuulikki Laine-Kangas

Employment and Economic  
Development Centre  
of South Ostro Bothnia  
Huhtalantie 2  
FI-60220 Seinäjoki

E-mail:

[tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi](mailto:tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi)

## Kontakt- oplysninger

Humberto Gonçalves

ICEP Portugal  
Rua Direita do Viso, 120  
P-4269-002 Porto

E-mail:  
humberto.goncalves@icep.pt

## Programmer for nyuddannede

### INOV Contacto

#### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Økonomisk strukturforanstaltning rettet mod videreuddannelse af højt kvalificerede medarbejdere med henblik på at give portugisiske virksomheder mulighed for at konkurrere i den globale økonomi. Foranstaltningen er landsdækkende.

#### Kortfattet beskrivelse af praksis

Hvis nationale virksomheder skal opnå gode resultater i forbindelse med en internationaliseringsproces, forudsætter det også et engagement i uddannelse af medarbejderne. Forbedring af medarbejdernes kvalifikationer muliggør udvikling af internationaliseringsstrategier, som til gengæld fremmer forbedret konkurrenceevne på lang sigt. Dette medfører også en styrkelse af de tekniske, teknologiske og markedsføringsmæssige ressourcer, innovation af produkter og processer samt organisationsmæssige tilpasninger, som nødvendiggøres af udviklingen på internationale markeder. Formålet med INOV Contacto er at forbedre unge praktikanters kvalifikationer og at give dem bedre muligheder for at blive ansat i virksomhederne. Programmet omfatter også forskning og spredning af strategiske oplysninger, der er blevet indsamlet af Network Contacto. Gennem Network Contacto får praktikanterne også mulighed for at deltage i alle de arrangementer, der tilrettelægges af netværket, at åbne debatter og forskellige fora og at deltage i en jobbørs. Programmet består af:

- et kursus i international ledelse (CGI), der gives af universitetslærere og førende personer fra den nationale og internationale forretningsverden; kurset kombinerer praktiske aspekter med teoretiske og tematiske forløb og omfatter undervisning inden for international ledelse og kulturforvaltning
- praktikophold af to måneders varighed (fire uger i den teknologiske sektor) i portugisiske virksomheder for at give praktikanterne kendskab til virksomhedens drift og ledelse samt specifik viden inden for eksport og international ledelse af virksomheder
- praktikophold af seks måneders varighed (ni måneder i den teknologiske sektor) i virksomheder i udlandet som indledning på praktikanternes erhvervskarriere og for at fremme deres kendskab til det internationale forretningsmiljø; i mange tilfælde muliggør programmet, at praktikanterne kan påbegynde en erhvervskarriere i udlandet eller i Portugal i værtsvirksomheden.

Virksomheder og organisationer, der ønsker at deltage i INOV Contactos internationale praktikprogram, udvælges på grundlag af deres potentiale til at bidrage til udviklingen af den nationale økonomi og det portugisiske erhvervslivs produktivitet og konkurrenceevne.

Programmet finansieres med tilskud fra EU's Europæiske Fond for Regionaludvikling (EFRU) og Den Europæiske Socialfond (ESF) samt den portugisiske stat.

#### Målgruppe

Portugisiske og multinationale virksomheder, som har forretninger af et vist omfang i Portugal; desuden udenlandske virksomheder, der ikke er repræsenteret i Portugal, men som er af stor strategisk betydning for landets økonomi, og internationale organisationer som f.eks. Verdensbanken, Europa-Kommissionen, Den Europæiske Investeringsbank osv.

#### Forventede eller opnåede resultater

INOV Contacto har givet inspiration til nye ideer og anbefalet en række unge nyuddannede, som ud over deres universitetsuddannelse har praktisk erfaring fra en række forskellige lande, til internationaliserede virksomheder. Et andet resultat har været oprettelse og forvaltning af et uformelt vidensnetværk bestående af unge nyuddannede portugisere (uanset bopælsland), hvor der fokuseres på de erfaringer og kvalifikationer, de har opnået under deres praktikophold, og som rådgiver om og forsøger at udbrede tilgangen med benchmarks i forbindelse med SMV'ernes internationalisering.

#### Yderligere oplysninger

[www.networkcontacto.com](http://www.networkcontacto.com)

[www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)



## 4. ØKONOMISK STØTTE TIL INTERNATIONALISERING

Internationalisering udgør en belastning for virksomhedens finansieringsevne. Alle undersøgelser blandt SMV'er viser, at dette sammen med adgang til informationer af høj værdi står øverst på listen over de centrale vanskeligheder, som SMV'erne står over for, når de overvejer internationalisering.

Generelt er finansielle spørgsmål ikke et SMV'ernes ekspertiseområde, og emnet kræver en masse tid og energi. I forbindelse med internationalisering drejer det finansielle aspekt sig ydermere ikke blot om cashflow-forvaltning eller sikring af adgang til yderligere finansiering. Internationalisering vedrører også en bred vifte af specifikke faktorer som kursrisiko, sikkerhed for betalinger fra udlandet, vanskeligheder med at yde udenlandske kunder kredit osv.

Dette betyder, at finansiering i forbindelse med internationalisering er et problem med to facetter: På den ene side drejer det sig om at få oplysninger om nye vanskeligheder og finansielle mekanismer forbundet med internationalisering, og på den anden side drejer det sig om at få adgang til de ekstra midler, der er nødvendige for finansiering af forretningerne i udlandet. Adgang til disse midler indebærer yderligere omkostninger og vanskeligheder, fordi de finansielle institutioner mener, at der er tale om en øget risiko, og kræver i visse tilfælde brug af finansielle instrumenter, der er specifikt tilpasset internationalisering.

I dette afsnit beskrives forskellige former for praksis, der giver løsninger på nogle af de problemer, der peges på ovenfor.

## Kontakt- oplysninger

Dr Clearchos Efstratoglou  
Deputy General Manager

Export Credit Insurance  
Organisation  
57, Panepistimiou Street  
GR-105 64 Athens

Tlf.: (30-210) 331 00 17

Fax (30-210) 331 84 10

E-mail: efstratoglou@oaep.gr

## Kortfristet eksportkreditforsikring

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Dette program bidrager til effektiv fremme af græske SMV'ers eksport, da det dækker op til 95 % af eksportværdien, hvis betalingen udebliver på grund af handelsmæssige eller politiske forhold. Eksportkreditforsikringen kan have en varighed på op til 180 dage. For en række specifikke varer kan den udvides til et år. Programmet dækker hele landet.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

Programmet gennemføres af organisationen for eksportkreditforsikring, som tilskynder græske SMV'er til at begynde at sælge i udlandet gennem forsikring af de eksportkreditter, der ydes til udenlandske købere. En eksportør, der ønsker at opnå dækning, skal udfylde et ansøgningsskema og indsende det til organisationen for eksportkreditforsikring. Hvis organisationen godkender eksportørens anmodning om forsikring, underskriver de to parter en forsikringspolice, der fastsætter henholdsvis præmien, som er afhængig af risikoen, bestemmelseslandet og betalingsbetingelserne. Hvis den skade, som forsikringspolice dækker, rent faktisk indtræffer, vil organisationen for eksportkreditforsikring efter kundens anmeldelse, og hvis fristen i forsikringspolice er udløbet (tre til ni måneder, alt afhængigt af den risiko, der er dækket), holde eksportøren skadesløs og samtidig overtage alle eksportørens rettigheder og fordringer over for den udenlandske skyldner. Selv om organisationen ikke finansierer eksporten, giver den indirekte hjælp til SMV'er, der har vanskeligt ved at få bankfinansiering til deres eksport, idet den giver alle forsikrede eksportører ret til at stille retten til skadeserstatning som sikkerhed over for en bank eller en anden finansieringsinstitution.

### Målgruppe

Alle eksporterende græske SMV'er, der sælger varer eller tjenesteydelser »på kredit« i udlandet. Organisationen for eksportkreditforsikring støtter SMV'er, der har eksportaktiviteter, uden begrænsninger, for så vidt angår størrelsen af deres årlige eksportsalg.

### Forventede eller opnåede resultater

Der er blevet underskrevet ca. 2 000 forsikringspolice, og siden 1998, hvor programmet blev påbegyndt, har næsten 700 eksporterende SMV'er i Grækenland benyttet sig af ordningen.

### Yderligere oplysninger

[www.ecio.gr](http://www.ecio.gr)

# Royalty-støtteordning for innovative nye virksomheder og virksomhedsvækst på nye markeder

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Dette initiativ har til formål at lette finansieringen af konceptbekræftelsesfasen for SMV'er på grundlag af den forventede omsætning og letter således opstartsfasen i forbindelse med nye aktiviteter.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Mange investorer og produktudviklere står over for et dilemma, når de søger finansiering i konceptbekræftelsesfasen. Hvad enten der er tale om business angels eller venturekapitalinvestorer, så kræver ejerandelsinvestorer ofte en stor andel af virksomheden på grund af den store risiko. Ved royalty-finansiering undgås dette dilemma. I stedet for at sælge andele lover opfinderer ganske enkelt investoren en del af de fremtidige salgsindtægter mod at få et forskud. Foranstaltningen giver adgang til finansiering af projekter, der anses for at være for risikable til, at der kan opnås støtte via lån. Dette skyldes normalt en forventning om, at der skabes et afkast på lang sigt. I forbindelse med royalty-finansiering vil virksomheden betale en procentdel af salgsindtægterne eller nettofortjenesten, hvilket træder i stedet for et månedligt afdrag på gælden eller ejerandele i virksomheden. Følgende aktiviteter er omfattet af ordningen:

- udvikling af nye produkter/processer
- innovative videnbaserede nystartede virksomheder
- betydelige forbedringer af eksisterende produkter/processer
- betydelige forbedringer af design
- udvidelse af virksomheder i de målsektorer, der er blevet udpeget i Malta Enterprises strategi
- 'konceptbekræftelsesprojekter
- SMV'er, der er i færd med at udvikle en markedspenetrationsstrategi, der er baseret på internationalisering.

## Målgruppe

Virksomheder, der ønsker at udvikle nye produkter eller udvikle eksisterende produkter på grundlag af kravene på et nyt marked.

## Forventede eller opnåede resultater

Der er tale om en relativt ny ordning; på nuværende tidspunkt er der blevet underskrevet en royalty-aftale, mens man er nået langt med evalueringen af en række andre aftaler.

## Yderligere oplysninger

[www.maltaenterprise.com](http://www.maltaenterprise.com)

## Anbefaling

Peter Delia, Ricston Ltd

»Ricston Ltd tilbyder rådgivning, support og uddannelse inden for open source-teknologier og specialiserer sig for nærværende inden for teknologier til virksomhedsintegration. Vi bliver finansieret privat og søgte Malta Enterprise om støtte under ordningen for royalty-finansiering i september 2006. De midler, som blev stillet til rådighed for Ricston under denne ordning, er til stor hjælp og bidrager til finansiering af udviklingen af vores medarbejdere og de tjenesteydelser, som vi tilbyder det internationale forretningsmiljø. Vi har oplevet stor vækst og succes og store ændringer i disse få måneder og håber på fortsat støtte fra Malta Enterprise, når vi skal tage de udfordringer op, som vi står over for. Da royalty-ordningen indebærer tilbagebetaling på grundlag af omsætningen, lettede det opstartsfasen for vores forretningstiltag.«

## Kontakt-oplysninger

Dennis Vella  
Head, Relationship Management  
and Internationalisation  
Department

Malta Enterprise

Tlf.: (356) 25 42 00 00/25 42 32 93

E-mail:  
[dennis.vella@maltaenterprise.com](mailto:dennis.vella@maltaenterprise.com)

## SMV'er og grænseoverskridende finansiering

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Oplysninger om finansielle produkter og emner er fragmenterede og uoverskuelige. Dette er navnlig et problem for SMV'er med et ønske om internationalisering, som har behov for finansiering samt en plan for forberedelserne.

Vores mål er at forbedre adgangen til finansiering for SMV'er ved at samle de oplysninger, der er til rådighed, på et websted. Vi samarbejder i den forbindelse med den private sektor, herunder bankforeningen (NVB) og SMV-sammenslutningen (MKB-NI), og tager altså udgangspunkt i efterspørgslen. Webstedet dækker hele verden og er rettet mod nederlandske SMV'er og deres partnere.

Denne praksis blev indledt af det nederlandske handelsråd, DTB (et offentlig-privat organ, der rådgiver regeringen), og gennemføres af kontoret for international handel og internationalt samarbejde, EVD.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

På webstedet ([www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering](http://www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering)) kan der findes oplysninger om de produkter, som den private finansielle sektor, staten, EU og internationale institutioner tilbyder.

Der kan findes oplysninger om særlige produkter som f.eks. eksportkreditforsikring og internationale kreditvurderinger, men også om factoring, venturekapital, betalingsbetingelser og leasing samt roadmaps, som være meget nyttige i forbindelse med grænseoverskridende finansiering. Tilsyneladende forskelligartede produkter opdeles efter art, og der findes en enkel og brugervenlig præsentation af produkterne samt en sammenligning af betingelser og priser.

Det skal være muligt at finde oplysningerne så hurtigt som muligt. Dette opnås ved hjælp af korte, men detaljerede sider og nyttige links til den rette side på udbyderens websted. EVD er stadig i færd med at forbedre indholdet: enkle roadmaps, forretningskoncepter og om kort tid henvisninger til finansielle/juridiske rådgivere for SMV'er (revisorer og jurister) osv.

### Målgruppe

Målgruppen er nederlandske SMV'er, der eksporterer, investerer og deltager i grænseoverskridende samarbejde. Den består af ca. 75 000 virksomheder (hvoraf ca. 70 000 er eksportører). Langt størstedelen (en anslået andel på 80 %) har ikke behov for eksterne oplysninger eller rådgivning om finansiering, da de kan klare sig selv eller finde løsninger i samarbejde med deres udenlandske kunder. Den potentielle målgruppe består således af ca. 15 000 SMV'er. Erfaringen viser også, at SMV-rådgivere finder oplysningerne nyttige.

### Forventede eller opnåede resultater

Reaktionerne fra den finansielle sektor, handelskamre, sammenslutningen af SMV'er osv. er meget positive. Det ser ud til, at vi har fundet en niche på markedet. Dette bekræftes af følgende:

- 1) EVD har forbedret sine redskaber til måling af antallet af besøgende, således at resultaterne fra forskellige søgemaskiner kan korrigeres. Dette giver et klart billede af antallet af besøgende. Resultater: ca. 3 900 besøgende i 2007. Dette er et godt resultat set i forhold til andre dele af webstedet, navnlig når der tages hensyn til, at der er tale om en specialiseret niche.
- 2) Siderangeringen på Google. Webstedet har ca. 80 sider, og i 85 % af tilfældene findes de som et af de tre første hits, når der søges ved hjælp af Google. Dette tyder på, at webstedet er populært og let at anvende for kunderne.

### Yderligere oplysninger

[www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering](http://www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering)

### Kontakt-oplysninger

Maarten Brouwer

EVD

Juliana van Stolberglaan 148  
2595 CL Den Haag, Netherlands

Tlf.: (31-70) 778 80 79

E-mail: [brouwer@evd.nl](mailto:brouwer@evd.nl)



## 5. FREMME AF NETVÆRK

Netværk fremmer i sagens natur forbindelser mellem forskellige virksomheder og organisationer med samme mål og interesser og giver mulighed for værdifulde synergieffekter: omkostningsdeling, bedre eller hurtigere adgang til nye teknologier, forbedret adgang til potentielle forretningspartnere osv.

Både eksperter og personerne bag forskellige undersøgelser er derfor enige om, at netværk er et af de mest effektive redskaber, hvormed der kan opnås succes på det internationale marked, og både regeringer og erhvervsorganisationer bidrager derfor til at fremme og støtte sådanne netværk.

Netværkenes karakter kan variere og omfatte SMV'er såvel som store virksomheder samt forskellige sektorer og endog have forskellig geografisk dækning alt afhængigt af netværkets hovedformål. En af de største fordele ved netværk er de begrænsede omkostninger for deltagerne set i forhold til de fordele, der kan opnås.

De forbindelser, der skabes i eller ved hjælp af et netværk, har traditionelt været et centralt redskab for SMV'er, der ønsker at udvide deres aktiviteter i udlandet, og et fremragende redskab, når der søges teknologi og knowhow.

I dette afsnit beskrives to former for praksis, hvis hovedformål er at fremme forbindelser mellem deltagere med fælles mål, der støtter hinanden indbyrdes.

## Finpro-eksportpartnerskab

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Finpro-eksportpartnerskab er et redskab, der kan åbne markeder for grupper af SMV'er, og som udnytter synergieffekterne mellem de deltagende virksomheder. Det er rettet mod virksomheder, der er hjemmehørende i Finland, men målmarkedet kan være et hvilket som helst land.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

Der er tale om et samarbejdsprojekt for SMV'er, der sammen vil trænge ind på et eller flere markeder. Et sådant projekt skal have deltagelse af mindst fire virksomheder, der skaber synergieffekter. Finpro vil på vegne af gruppen ansætte en ekstern eksportdirektør, som udgør en supplerende ressource for virksomhederne og er til stede på målmarkedet, og hvis netværk virksomhederne kan udnytte. Eksportdirektøren kan også være baseret i Finland, hvis forretningernes karakter tillader det. De deltagende virksomheder spiller en aktiv rolle i forbindelse med projektet. Arbejdsmetoden giver dem også fremragende muligheder for at opnå viden og vækst. Eksportdirektørens jobbeskrivelse kan udarbejdes på grundlag af virksomhedernes behov. Det handler primært om at åbne døre, om markedsundersøgelser, om partnersøgning og om at finde sparringspartnere. Finpro varetager projektledelsen og leder ca. 30 eksportpartnerskaber hvert år, og der er i den forbindelse tale om forskellige målmarkeder og brancher. Der gives statsstøtte i maksimalt tre og et halvt år. Bevillingen og finansieringen er dog altid for et år ad gangen. I den indledende fase kan der lægges en forberedende periode af seks måneders varighed.

### Målgruppe

Finske SMV'er med særlig vægt på vækstvirksomheder. Større virksomheder kan også deltage.

### Forventede eller opnåede resultater

Arbejdsmetoden tilskynder virksomhederne til at øge deres kendskab til international handel og hjælper dem med at evaluere deres konkurrenceevne og udarbejde deres internationaliseringsstrategier. Det forventes også, at den vil være til fordel for de erhvervsdrivende på et håndgribeligt plan: udvælgelse af partnere og distributører, etablering af samarbejde med underleverandører og etablering af egne forretninger på målmarkedet. Finpro har stået for ledelsen af eksportpartnerskaber siden begyndelsen af 1990'erne, og over 1 200 virksomheder har deltaget. Ifølge en undersøgelse, som handelshøjskolen i Åbo gennemførte i 2005, mener langt størstedelen af virksomhederne, at eksportpartnerskabet er af central betydning.

### Yderligere oplysninger

[www.finpro.fi](http://www.finpro.fi)

### Kontakt- oplysninger

Silva Paananen

Finpro, Region Finland  
PO Box 358  
FI-00180 Helsinki

Tlf.: (358) 204 69 51

E-mail: [silva.paananen@finpro.fi](mailto:silva.paananen@finpro.fi)

# Etablering af et netværk for SMV'er, der ønsker at fremme deres eksport

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Dette initiativ, der gennemføres i den vestlige Transdonau-region, som er en af de mest udviklede i Ungarn, har til formål at skabe SMV-netværk, som i sidste ende skal skabe større eksport. De centrale elementer i dette program er etablering af netværk og forbindelser samt udveksling af viden og erfaringer.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

»Etablering af et netværk for SMV'er, der ønsker at fremme deres eksport« har været et velkendt program i Ungarn siden 2003, og den vestlige Transdonau-region er den tredje region, hvor programmet indføres. Programmet fokuserer på vidensudvikling i erhvervslivet for at fremme SMV'ernes grænseoverskridende aktiviteter.

Formålet med dette tilbagevendende netværksarrangement for SMV'er er at fremme udveksling og spredning af viden om erhvervslivet og praksis, der kan ændre SMV'ernes adfærd og således skabe et grundlag for øget eksport på det indre marked og udvidelse af eksporten til tredjelande.

I forbindelse med denne praksis kombineres læring, netværkssamarbejde og etablering af alliancer med et operationelt mål omfattende forøgelse af deltagernes omsætning og eksport. Projektet har tre faser:

- 1) udvælgelse af aktive SMV'er i regionen, som skal danne en gruppe bestående af 25-30 iværksættere, og indledende høringer vedrørende deres hensigter og mål, for så vidt angår samarbejdet, udvælgelse af store virksomheder/vejledere, der kan hjælpe SMV'erne, dvs. personer med betydelig erfaring inden for eksportfremme og -forvaltning
- 2) teambuilding blandt SMV'erne og store virksomheder inden for rammerne af arrangementer, der omfatter uddannelse, workshops og erfaringsudveksling og er af en måneds varighed
- 3) høringer inden for rammerne af månedlige workshops i en periode på et år med henblik på at øge de faglige kompetencer inden for forvaltning af SMV'er og at etablere et forhold mellem deltagerne. Workshopperne ledes af konsulenter, som kan være ledere fra store virksomheder eller eksperter fra økonomi- og transportministeriet. Eksperter fra ministeriet, handelskamrene, Euro Info Centrene (EIC) samt fra det ungarske investerings- og handelsudviklingsagentur holder foredrag. SMV'erne kan vælge emnet for den månedlige workshop. Økonomi- og transportministeriet og de regionale handelskamre står i fællesskab for den økonomiske støtte. Disse arrangementer giver SMV'erne mulighed for at etablere et samarbejde, navnlig hvad angår fælles eksport til markeder i tredjelande.

## Målgruppe

SMV'er med mere end 10 ansatte og en årlig omsætning på over 150 000 EUR. De udvalgte SMV'er er ikke nødvendigvis internationale virksomheder, men skal være i stand til at udvikle en tilstedeværelse på det internationale marked og/eller være eller have mulighed for at blive underleverandører.

## Forventede eller opnåede resultater

Forbedring af SMV'ernes viden om erhvervslivet og moderne ledelse og samtidig hermed forøgelse af lokale SMV'ers evne til at eksportere ved hjælp af erfaringsudveksling, netværkssamarbejde og etablering af forbindelser mellem SMV'erne og de store virksomheder og blandt SMV'erne selv.

## Yderligere oplysninger

[www.gkm.hu](http://www.gkm.hu)

[www.itd.hu](http://www.itd.hu)

[www.plato.hu](http://www.plato.hu)

[www.mkik.hu](http://www.mkik.hu)

## Kontakt-oplysninger

Julia Zeiler  
Chief Advisor, Business  
Environment Development  
Department

Ministry of Economy and Transport  
Margit körút 85  
H-1024 Budapest

Tlf.: (36-1) 336 77 06

Fax (36-1) 336 74 26

E-mail:  
[zeiler.julianna@gkm.gov.hu](mailto:zeiler.julianna@gkm.gov.hu)



## **6. STØTTE TIL INTERNATIONALISERING INDEN FOR TJENESTEYDELSER**

På trods af at mere end 75 % af Europas bruttonationalprodukt skabes på grundlag af tjenesteydelser, fokuserer de fleste støtteprogrammer for internationalisering på produkter enten eksplicit eller som standard.

Der er klart, at tjenesteydelser har visse kendetegn, der adskiller dem fra produkter og kan gøre internationalisering vanskeligere, men der er en klar mangel på programmer, der fokuserer specifikt på støtte til tjenesteydelser. En del af forklaringen er, at de fleste agenturer for handelsfremme mangler erfaring eller ekspertise inden for støtte til internationalisering, for så vidt angår tjenesteydelser.

Dette område har dog det største vækstpotentiale, og foranstaltninger på området kan potentielt give det største afkast af de penge, der investeres: handelen med tjenesteydelser er vokset betydeligt hurtigere end handelen med varer i de senere år, og der er tale om en tendens, som vil fortsætte de kommende år.

På europæisk plan vil den fuldstændige gennemførelse af direktivet om tjenesteydelser i 2009 indebære en forøgelse af antallet af muligheder og konkurrenter i den nærmeste fremtid.

I det følgende afsnit præsenteres to former for praksis, der støtter eksport af tjenesteydelser, og som kan tjene til inspiration for udvikling af tilsvarende eller supplerende programmer til støtte for internationalisering inden for tjenesteydelser.

# PIPEnet

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Fremme af hver enkelt virksomheds internationaliseringsstrategi ved hjælp af skræddersyede konsulenttydelser og de mest hensigtsmæssige teknologiske redskaber. PIPEnet optimerer nye informations- og kommunikationsteknologier (ikt) for de deltagende SMV'er. Foranstaltningen dækker hele Spanien.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Foranstaltningen er blevet udviklet af og ledes af det spanske institut for udenrigshandel med økonomisk støtte fra Europa-Kommissionen (samfinansiering). Virksomhederne får en strategisk plan, der struktureres på møder med deltagelse af den pågældende virksomhed og en konsulentfirma. Planen omfatter to forskningsprojekter: Det første vedrører situationen med hensyn til nye teknologier i mållandene, og det andet vedrører referencevirksomheder i internetbranchen. I planen tages der også hensyn til virksomhedens behov, for så vidt angår teknologi, budget og personale.

I det første år efter afleveringen af den endelige dokumentation står konsulentfirmaet til rådighed for SMV'erne med teknisk bistand til gennemførelse af planen.

De deltagende virksomheder betaler kun 20 % af udgifterne til konsulentfirmaet, og ICEX dækker 80 % af de resterende omkostninger, op til i alt 6 000 EUR.

## Målgruppe

Alle sektorer, herunder tjenesteydelser, og virksomheder fra alle regioner i Spanien. Kun for SMV'er, der opnår mindre end 30 % af deres omsætning ved eksport.

## Forventede eller opnåede resultater

I løbet af de lidt over to år efter oprettelsen af PIPEnet-programmet har ca. 1 500 virksomheder gennemført det indledende konsulentmøde med en ekspert, og mere end 300 har gennemført hele programmet for konsulentbistand.

## Yderligere oplysninger

[www.portaPIPE.com](http://www.portaPIPE.com)

## Anbefaling

Julio Gabriel Esteban, eksportdirektør, NIKAI

»Vi var opmærksomme på de muligheder, som internettet giver, men vidste ikke, hvordan vi skulle udnytte dem (...). Det er et aktiv at kunne øge effektiviteten, at bidrage til forretningsnetværket, at opbygge et stærkt mærke og at adskille sig fra konkurrenterne.«

CREYCONFÉ, Madrid

»Det har været en værdifuld erfaring for virksomheden. Den vil hjælpe os med at udnytte internettet mere effektivt (...). Vi er i færd med at forbedre vores websted med nyt indhold. Vi planlægger at indføre nye B2B-redskaber i den nærmeste fremtid.«

## Kontakt-oplysninger

Mar Castro  
Managing Director of Export  
Initiation and New Projects

ICEX - Instituto Español  
de Comercio Exterior  
Paseo de la Castellana, 18 - 5ª planta  
E-28046 Madrid

Tel (34) 91 349 6335

Fax (34) 91 349 0686

E-mail: [mar.castro@icex.es](mailto:mar.castro@icex.es)

## Kontakt- oplysninger

Gianpaolo Gansi  
Commercial Director  
of Promofirenze

Special Agency  
of the Florence Chamber  
of Commerce and Industry  
Enterprise Europe Network  
Via Por S. Maria —  
Palazzo Borsa Merci  
I-50122 Florence

Tlf.: (39-055) 267 16 48

Fax (39-055) 267 14 04

E-mail:  
gianpaolo.gansi@promofirenze.com

# Spredning af specialiserede tjenester vedrørende området udenlandske strukturer

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Oprettelse af et netværk af faglige kontakter i udlandet, primært SMV-støtteorganisationer, for så effektivt som muligt at behandle europæiske SMV'ers anmodninger vedrørende internationaliseringsprojekter. Denne foranstaltning anvendes i hele Italien.

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Resultaterne har vist, at gennem oprettelse af dette betydningsfulde ekspertnet ændres holdningen til kundeorienterede eksporttjenester til det bedre, og nye modeller, forslag og eksempler på bedste praksis spredes blandt medlemmerne af gruppen.

På grund af netværksgruppens kvalifikationer er tjenesternes kvalitet blevet forbedret, og indsatsen er blevet rettet mod kundetilfredshed. Derudover har denne internationaliseringsmetode bidraget til uddannelse af hver enkelt netværkspartners personale.

## Målgruppe

Faglige organisationer, italienske eller lokale handelskamre, den italienske handelskommissions kontorer, Enterprise Europe Network, lokale eksperter, private konsulentfirmaer og sammenslutninger, som har til formål at tilbyde SMV'erne specialiserede tjenester.

## Forventede eller opnåede resultater

I de seneste fire år er operationelle tjenester ofte blevet kopieret af andre nationale og udenlandske kamre og organisationer, hvilket har indebåret eksport af og internationalisering inden for tjenesteydelser.

På nuværende tidspunkt består dette ekspertnet af ni kontorer i udlandet, som ledes direkte af nettet, 19 italienske handelskamre, 13 højt kvalificerede konsulenter i forskellige brancher på målmarkederne samt en række af Enterprise Europe Network partner.

## Yderligere oplysninger

En gang om året samles de udenlandske partnere, der er involveret i levering af tjenesteydelserne (kontorer, der ledes direkte af nettet, lokale eksperter, private konsulentfirmaer, Enterprise Europe Network osv.) til et møde. På mødet drøftes nye ordninger for indførelse af tjenesteydelser rettet mod SMV'er.

## Yderligere oplysninger

[www.promofirenze.com](http://www.promofirenze.com)

## Anbefaling

dott.sa Beatrice Tenca, generalsekretær for det italiensk-polske handels- og industrikammer

»... som følge af samarbejdet med Promofirenze og de tjenesteydelser inden for udvikling, der tilbydes af specialiserede internationaliseringstjenester, har vi hjulpet en lang række italienske virksomheder med at vinde fodfæste på markedet. Den succes, der er opnået med disse tjenesteydelser, har givet os mulighed for at opnå gode resultater for vores virksomheder og at udbrede tilgangen med »skræddersyede tjenesteydelser« på europæisk plan - det giver bedre og bedre resultater at tilbyde skræddersyede tjenesteydelser.«



## 7. FORBEDRING AF KONKURRENCEEVNE VED HJÆLP AF INTERNATIONALISERING

Undersøgelser, der er blevet gennemført for nylig, giver klare beviser for, at internationaliserede SMV'er opnår bedre resultater end ikke-internationaliserede virksomheder, hvilket viser, at der er en direkte sammenhæng mellem internationalisering og konkurrenceevne. I forbindelse med disse undersøgelser var der en stærk tendens til, at internationalisering blot blev opfattet som eksport, men andre former for internationalisering kan også vise sig at være et meget værdifuldt redskab til forbedring af den lokale økonomis konkurrenceevne.

Hvis virksomhederne får hjælp til at outsource visse aktiviteter, der repræsenterer en ringe værdi eller ikke er kerneaktiviteter, eller hvis de får hjælp til at finde andre og billigere leverandører, vil det ikke kun indebære, at den pågældende virksomheds konkurrencesituation forbedres, men også at virksomheden og de arbejdspladser, den skaber i den lokale økonomi, sikres på lang sigt. I takt med øget globalisering vil dette emne blive af større og større betydning.

Andre former for støtte kunne gives til søgning efter og fremme af import af udenlandsk teknologi eller udenlandske eksperter eller overordnet set til politikker, der direkte og specifikt er rettet mod at øge lokale virksomheders konkurrenceevne. Dette kunne give værdifulde løsninger for navnlig de brancher og/eller regioner, som er præget af en ekstremt stærk konkurrence.

Der afviges her i betydeligt omfang fra de traditionelle aktiviteter og arbejdsområder, som de fleste myndigheder og organer med ansvar for handelsfremme har, men nogle af dem er begyndt at interessere sig for emnet og undersøge mulige tilgangsvinkler. I dette afsnit fremlægges tre forskellige eksempler.

## »Flyt eller bliv og opnå forbedringer« – et redskab til bestemmelse af SMV'ernes muligheder for internationalisering

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Denne foranstaltning har til formål at give SMV'erne mere udførlige oplysninger om flere faktorer end blot arbejdskraftomkostninger i andre lande for at give dem mulighed for at træffe bedre beslutninger om internationalisering. Redskabet er sammen med konsulentbistand blevet anvendt af en række fremstillingsvirksomheder i hele Sverige.

### Brief description

»Flyt eller bliv og opnå forbedringer« blev skabt af udviklingskontoret ALMI, og 35 konsulenter er blevet uddannet i at anvende redskabet. Der er tale om et computerbaseret redskab, som bruger SMV'ernes egne resultatopgørelser og balancer som grundoplysninger. Tal for 18 forskellige faktorer anvendes til sammenligning af situationen i ti forskellige lande. Beregningen viser udviklingen i virksomhedens indtægter, hvis den flytter sine aktiviteter til forskellige lande. Redskabet er under udvikling med henblik på, at det skal kunne vise en simulering af forskellige forbedringer, som virksomheden kan foretage, hvis den vælger at blive hjemme, og virkningerne af disse forbedringer for virksomhedens indtægter. De tal, der er indkodet i redskabet, ajourføres hvert år.

Dette redskab får virksomhederne til at fokusere på deres produktivitet frem for flytning af produktionen. Dette styrker den europæiske dimension, fordi virksomhederne tilskyndes til at overveje at samarbejde med europæiske virksomheder i stedet for at fokusere på produktion i Asien.

### Målgruppe

SMV'er, der overvejer at flytte deres forretningsaktiviteter uden for Sverige, eller virksomheder, der ønsker at undersøge deres konkurrenceevne på internationalt plan.

### Forventede eller opnåede resultater

I alt 104 virksomheder har anvendt det computerbaserede redskab til at evaluere, om de vil vinde eller tabe ved at flytte produktionen. Ud af disse 104 virksomheder har 52 valgt at effektivisere deres produktion, og 12 har valgt at flytte hele eller en del af deres produktion til udlandet. Fyrre virksomheder har anvendt redskabet til andre formål som f.eks. analyse af konkurrencesituationen, rentabilitetsanalyse eller ganske enkelt til opnåelse af dokumentation til brug ved interne strategiske drøftelser.

Der er blevet gennemført i alt 128 oplysningsarrangementer vedrørende redskabet.

### Anbefalings

»Vi har nu et fremragende grundlag for at træffe beslutninger om næste trin i vores udvikling. Dette er et nyttigt redskab for mange virksomheder, også selv om de ikke påtænker at flytte deres produktion.«

### Kontakt- oplysninger

Bjorn Olanders

ALMI Development Agency

E-mail: [bjorn.olanderson@almi.se](mailto:bjorn.olanderson@almi.se)

Ulla Rolf

Enterprise Europe Network ALMI

Box 1501

S-351 15 Växjö

E-mail: [ulla.rolf@almi.se](mailto:ulla.rolf@almi.se)

# Kontrakter vedrørende industriel forskning og udvikling

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Målet med dette program er at stimulere og støtte små og mellemstore leverandørers evne til at gennemføre markedsorienteret forskning og udvikling af nye og innovative produkter og tjenesteydelser i tæt samarbejde med en krævende kunde. Da aktiviteter i udlandet i form af samarbejde om innovation skaber mere innovation, hilses udenlandske virksomheder i særlig grad velkomne som partnere.

## Brief description

Der er på internationalt plan stigende opmærksomhed på de store forretningsmuligheder, der ligger i tæt samarbejde mellem en leverandør og en stor krævende kunde med en fælles interesse – udvikling af et unikt nyt produkt eller en unik ny tjenesteydelse.

En kontrakt vedrørende industriel forskning og udvikling er en bindende aftale mellem to eller flere virksomheder om at samarbejde om udviklingen af de allernyeste produkter, processer eller tjenesteydelser. Kunden skal være førende på markedet og fagligt anerkendt og have adgang til et bredt marked. Parterne fastlægger selv indholdet, således at de får det størst mulige udbytte af støtteordningen. En kontrakt vedrørende industriel forskning og udvikling indgås kun i tilfælde, hvor der er tale om en usædvanligt høj grad af innovation og værdiskabelse, et klart defineret markedspotentiale og stor merværdi.

Virksomhederne skal udfylde og indsende en formel ansøgning til Innovation Norway. I forbindelse med et projekt vedrørende industriel forskning og udvikling skal en af parterne – leverandøren – være en mindre udviklingsvirksomhed (SMV). Hvis en virksomhed lever op til disse krav, kan der inden for rammerne af en kontrakt ydes et tilskud på op til 35 % af de støtteberettigede omkostninger. Hvis leverandøren ikke er SMV, kan der kun ydes et tilskud på op til 25 % af projektomkostningerne.

## Målgruppe

SMV'er med indenlandske og/eller udenlandske kunder.

## Forventede eller opnåede resultater

En evaluering fra 2007, som var baseret på mere end 1 200 projekter, der blev finansieret i perioden 1995-2000, viste, at 44 % af projekterne forretningsmæssigt set var vellykkede. Kun 12 % af projekterne slog fejl. Virksomheder med højt uddannede medarbejdere, en innovationsstrategi og internationale partnere havde de bedste resultater. Projekterne har skabt en betydelig omsætning og eksport for et beløb, der mindst svarer til det samlede tilskudsbeløb, i løbet af de seneste 10 år (over 1,4 mia. NOK i perioden 1995-2005). Kontrakter vedrørende industriel forskning og udvikling anses for en af Innovation Norways mest vellykkede støtteordninger og tilskynder både til innovation og internationalisering.

## Yderligere oplysninger

[www.innovasjon norge.no](http://www.innovasjon norge.no)

## Kontakt-oplysninger

Per Niederbach  
Director

Innovation Norway

E-mail:  
[per.niederbach@invanor.no](mailto:per.niederbach@invanor.no)

Tlf.: (47) 22 00 25 00

Fax (47) 22 00 25 01

## Støtteordning til fordel for virksomhedernes internationalisering ved hjælp af varecertifikater

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Ordningen blev indført, efter at et spørgeskema, der var blevet sendt til en række eksportvirksomheder, havde vist, at varecertifikater kan udgøre en reel barriere for at trænge ind på et nyt marked. Dette gælder navnlig lande som Rusland, Belarus og Ukraine, som er traditionelle eksportmarkeder for polske virksomheder.

### Brief description

Virksomhederne kan ansøge om et tilskud, der skal dække 50 % af omkostningerne forbundet med at opnå et varecertifikat, som kræves i henhold til lovgivningen for et givent eksportmarked. Dette gælder ikke certifikater, der kræves i henhold til lovgivningen for det indre marked, eller procescertifikater.

Virksomhederne skal selv dække alle omkostninger forbundet med processen, før tilskuddet ydes. Tilskuddet dækker kun 50 % af omkostningerne til certificeringsprocessen. Efter underskrivelse af støtteaftalen og efter proceduren med forberedelse og opnåelse af certifikatet godtgør ministeriet virksomheden 50 % af de samlede omkostninger. Støtten er begrænset til ca. 13 000 EUR pr. virksomhed pr. år og er baseret på de minimis-reglen for statsstøtte i EU.

Følgende omkostninger forbundet med opnåelse af et certifikat eller forlængelse af dets gyldighed dækkes under ordningen:

- konsulentbistand forbundet med opnåelse af certifikatet
- udarbejdelse og oversættelse af den tekniske dokumentation, der kræves af det attesterende organ
- transport og forsikring af prøveeksemplarer og teknisk dokumentation, der sendes til det attesterende organ
- certificeringsproceduren
- opnåelse og udstedelse af certifikatet.

### Målgruppe

SMV'er, der ønsker at investere i nye markeder for deres produkter, hvis der på disse markeder kræves specifikke varecertifikater.

### Forventede eller opnåede resultater

Antal underskrevne støtteaftaler: 370 siden 2002.

### Kontakt-oplysninger

Dr Igor J. Mitroczuk  
Support Instruments Department

Ministry of Economy  
Plac Trzech Krzyży 3/5  
PL-00-507 Warsaw

Tlf.: (48-22) 693 53 44

E-mail: igor.mitroczuk@mg.gov.pl



## 8. SKRÆDDERSYET STØTTE

Mange internationaliseringsprogrammer vedrører et specifikt behov eller arrangement, dvs. de indebærer støtte til løsning af et specifikt problem vedrørende internationalisering som f.eks. lokale virksomheders deltagelse i udstillinger i udlandet. I mange tilfælde er der grundlæggende tale om et tilskud bestående af økonomisk støtte alene. I mange tilfælde er støtten ikke segmenteret, og den er kun meget sjældent tilpasset modtagerens specifikke behov.

Ikke desto mindre har SMV'erne forskellige strukturer, er fordelt på forskellige brancher og har meget forskellige problemer. Vigtigst er, at de kan være i meget forskellige internationaliseringsfaser, og følgelig er der tale om forskellige behov, udfordringer og risici. Støtteprogrammer for internationalisering bør være tilpasset den enkelte SMV's virkelighed, og hver enkelt deltagende SMV bør tilbydes en skræddersyet internationaliseringsplan.

Denne type programmer indebærer normalt et langsigtet engagement, som i visse tilfælde kan have en varighed på over et år. På trods af dette eller muligvis derfor viser undersøgelser blandt SMV'er, at effektiviteten af disse programmer og tilfredsheden med dem er meget stor, og at de øger muligheden for, at SMV'erne kan få held med internationalisering på lang sigt.

En sådan individuel støtte er til stor hjælp for virksomheder, som overvejer internationalisering for første gang. Disse programmer påbegyndes normalt med en omfattende og strategisk analyse af virksomheden, hvor der anlægges en helhedsbetragtning af SMV'en, og hvorefter det forsøges at løse de individuelle problemer, som står i vejen for udviklingen af en langsigtet bæredygtig internationaliseringsstrategi.

En række europæiske organisationer tilbyder allerede disse konsoliderede og integrerede internationaliseringsprogrammer (som normalt er rettet mod eksport) for SMV'er. Der gives en beskrivelse af fire programmer af denne type i det følgende.

## First flight

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

»First flight« har til formål at bistå virksomhederne med at forvalte risici, tidsforbrug og udgifter forbundet med internationalisering ved hjælp af vurdering og udvikling af nøglekompetencer.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

»First flight« er en proces, der skal bistå kunderne i forbindelse med deres behov vedrørende international udvikling, da udvikling af nye markeder er et væsentligt aspekt af virksomhedsudvikling, som er omkostningstungt og tidskrævende. »First flight«-programmet hjælper virksomhedens ledelse med at strukturere planlægningsprocessen systematisk og konsekvent gennem overvejelse af en lang række forskellige emner.

Ved hjælp af et spørgeskema, der udfyldes af virksomheden med bistand fra en udviklingsrådgiver, vurderes følgende områder: oversigt over virksomheden, virksomhedens resultater, ledelsesressourcer, markedskendskab, forretningsmuligheder samt budgetter og finansiering.

Efterfølgende udarbejdes en handlingsplan i samarbejde med virksomheden, og der trækkes i den forbindelse på en lang række støtteforanstaltninger, som Enterprise Ireland (EI) tilbyder:

- adgang til de tjenesteydelser, som EI kan tilbyde ved hjælp af netværk i udlandet, herunder f.eks. markedsundersøgelser
- udvikling af ledelseskvalifikationer gennem deltagelse i forskellige uddannelsesprogrammer
- adgang til et netværk af rådgivere inden for specifikke områder, f.eks. økonomisk planlægning, markedsudvikling osv.
- deltagelse i handelsdelegationer
- tilførsel af centrale medarbejdere (med de krævede kvalifikationer) om nødvendigt.

### Målgruppe

»First flight« er en tjenesteydelse, der tilbydes af Enterprise Ireland og er rettet specifikt mod virksomheder, hvis eksportforretning er helt ny eller i den indledende fase (eksport for mindre end 30 000 EUR).

### Forventede eller opnåede resultater

»First flight« tilbyder oplysninger af høj værdi, som kan gøre en forskel og bruges direkte af de deltagende SMV'er. Processen styres for at minimere virksomhedens risiko og er skræddersyet til virksomhedens behov. »First flight« betragtes som det første skridt i retning af en langsigtet internationaliserings- og eksportstrategi.

### Yderligere oplysninger

[www.enterprise-ireland.com](http://www.enterprise-ireland.com)

## Kontakt-oplysninger

Neil Cooney

Policy Division  
Enterprise Ireland  
Glasnevin, Dublin 9  
Ireland

Tlf.: (353-1) 808 20 00

Fax (353-1) 808 20 20

E-mail:

[neil.cooney@enterprise-ireland.com](mailto:neil.cooney@enterprise-ireland.com)

# Væksthusprogram

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Dette program dækker SMV'ernes behov på en innovativ måde og begynder med en direkte kontakt med virksomhederne gennem en »lyttekampagne« og et efterfølgende tilbud om at tage del i virksomhedens risici og succes. Foranstaltningen anvendes i hele Italien.

## Kortfattet beskrivelse

Den specialiserede bistandstjeneste giver bistand, som er fuldstændigt skræddersyet efter kundens behov: kundesøgning, udvælgelse af partnere samt analyser af markedet og konkurrencesituationen.

Væksthustjenesten med henblik på internationalisering har til formål at støtte SMV'er, som ikke selv kan dække omkostningerne forbundet med internationalisering.

Virksomhederne tilbydes en deling af risici og eventuelle gevinster. Det er meningen, at der skal være tale om et midlertidigt væksthushus, hvor virksomhedernes salg på målmarkedet kan udvikles.

Der findes en samarbejdsaftale med nationale ledersammenslutninger, som har til formål at skabe veluddannede eksperter/vejledere.

## Målgruppe

De fleste brugere er små virksomheder og mikrovirksomheder, og der er ingen begrænsninger med hensyn til branche, størrelse og omsætning.

## Forventede eller opnåede resultater

Siden tjenesten påbegyndte sit arbejde, har 261 virksomheder fået bistand til internationalisering: 249 under den specialiserede bistandstjeneste, ti under væksthustjenesten med henblik på internationalisering og to under samarbejdsaftalen med nationale ledersammenslutninger.

## Yderligere oplysninger

[www.promofirenze.com](http://www.promofirenze.com)

## Anbefaling

Dott.sa Barbara Calvani, eksportchef, Centerglass Line, spa

»... efter handelsmissionens besøg i Casablanca, som blev arrangeret med støtte fra den specialiserede bistandstjeneste for internationalisering, har Centerglass Line påbegyndt udviklingen af et forretnings-samarbejde med en række marokkanske virksomheder, og Centerglass er begyndt at sælge sine produkter på det marokkanske marked. Jeg er meget tilfreds med den specialiserede bistandstjenestes personale og håber, at vi kan fortsætte samarbejdet.«

## Kontakt-oplysninger

Gianpaolo Gansi  
Commercial Director  
of Promofirenze

Special Agency of the Florence  
Chamber of Commerce and Industry  
Enterprise Europe Network  
Via Por S. Maria —  
Palazzo Borsa Merci  
I-50122 Florence

Tlf.: (39) 055 267 16 48

Fax (39) 055 267 14 04

E-mail:  
[gianpaolo.gansi@promofirenze.com](mailto:gianpaolo.gansi@promofirenze.com)

## Kontakt- oplysninger

Anne Woodward  
Head Trade Development  
and Services

UK Trade and Investment  
Kingsgate House  
66–74 Victoria Street  
London SW1E 6SW  
United Kingdom

Tlf.: (44-207) 215 84 63

E-mail: anne.woodward@  
uktradeinvest.gov.uk

## Passport to export

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Programmet blev oprettet på grundlag af anbefalinger fra forskningsprojekter, der var blevet gennemført på vegne af UK Trade and Investment (UKTI) for at påpege mangler i støtten til SMV'er, der lige er begyndt at eksportere. Foranstaltningen anvendes i England.

### Kortfattet beskrivelse

»Passport to export«-programmet gennemføres på lokalt plan af rådgivere inden for international handel (international trade advisers (ITAs)) med erfaring fra den private sektor, som er baseret i Englands forskellige regioner. Gennemførelsen varierer fra region til region, men omfatter en it-baseret diagnose, som kortlægger virksomhedernes vigtigste handelsrelaterede svagheder, skræddersyet ekspertrådgivning fra ITA'er, en handlingsplan, der fastlægges i fællesskab på grundlag af diagnosen, bistand med uddannelse og konsulentbistand, der er skræddersyet efter virksomhedernes behov, samt bistand med forberedelsen af markedsbesøg. Gratis rådgivning fra op til tre UKTI-kontorer i udlandet og rådgivning om andre relevante tjenesteydelser, som UKTI tilbyder, er også en del af programmet. I begrænset omfang er der i forbindelse med gennemførelsen af aktiviteter, der er vedtaget i handlingsplanen, også adgang til midler af en størrelse, der svarer til de midler, som virksomheden selv har investeret i projektet. Programmet kan eventuelt omfatte ikke-statslige tjenester.

For at sikre kvaliteten i forbindelse med gennemførelsen og dækning af alle programmets aspekter gennemføres der en evaluering hver sjette måned, hvor der ses på dokumentationen for de aktiviteter, som et antal virksomheder, der er nået til forskellige faser i programmet, har gennemført.

### Målgruppe

Virksomheder, hvis proaktive eksport ikke overstiger 10 % af omsætningen, og hvis kombinerede proaktive og reaktive eksport ikke overstiger 25 % af omsætningen. FoU-intensive SMV'er, der er mellem et og fem år gamle og er »born global« og således ikke lever op til kriteriet om, at de lige skal være begyndt at eksportere.

Programmet finder anvendelse i alle sektorer, herunder også sektoren for tjenesteydelser. ITA'erne skal dog tilstræbe at inddrage en stor andel innovative virksomheder i programmet.

### Forventede eller opnåede resultater

Næsten 10 000 SMV'er benytter sig af eller har benyttet sig af programmet siden november 2001.

»Passport for export«-programmet vurderes og evalueres ved hjælp af et system til vurdering af virkningerne. Resultater for april/juni 2007:

- Kvalitet 91 %
- Overordnet tilfredshed 87 %
- Adfærdsændringer 77 %
- Øget FoU 14 %
- Overvundne hindringer 73 %
- Anslået gevinst GBP 244 000

### Yderligere oplysninger

[www.uktradeinvest.gov.uk](http://www.uktradeinvest.gov.uk) ('our services', 'support to succeed')

### Anbefaling

Ian Campbell, direktør for virksomhedsudvikling, Akubio

»Vi ønskede at sælge direkte til videnskabscentre i både Europa og Nordamerika og ønskede også at finde en potentiel distributør i Japan. »Passport to export« har bidraget til vores kommercielle salg – inden for de næste måneder vil vi begynde at sælge vores nye produkt til en kunde på USA's østkyst. Takket være rapporten fra UKTI's tjeneste for oplysninger om udenlandske markeder (Overseas Market Information Service (OMIS)), som vi bestilte gennem programmet, er vi tæt på at finde en distributør i Japan.«

## PIPE

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Under PIPE ydes specialiseret konsulentbistand og økonomisk støtte til nye eksportvirksomheder i Spanien. Formålet er at øge og konsolidere antallet af eksportører og at løse det problem, der består i, at der kun findes et begrænset antal eksportvirksomheder.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

Det spanske institut for udenrigshandel, alle 87 spanske handelskamre, de 17 regionale regeringer og Europa-Kommissionen er alle inddraget i forvaltningen af programmet.

Alle SMV'er, der ønsker at eksportere, kan gennem dette program få al relevant støtte til påbegyndelse af deres aktiviteter. Virksomheden kan både få rådgivning fra førnævnte spanske institutter for udenrigshandel og bistand fra en specialkonsulent. Tjenesteydelserne omfatter:

- økonomisk støtte til dækning af 80 % af de omkostninger, der er påløbet i de to år, som programmet varer
- individualiseret og specialiseret rådgivning fra eksterne konsulenter
- supplerende tjenesteydelser, der er udformet specielt for SMV'erne, herunder f.eks. teknologioverførsel, forsikring, finansielle tjenesteydelser, information, uddannelse og reklameaktiviteter.

Programmet har en struktur med tre faser, der varer to år:

- 1) selvdiagnose af konkurrencesituationen og internationaliseringspotentialet (to til tre uger)
- 2) planlægning af internationaliseringsprocessen og markedsundersøgelser (tre til fire måneder; 30 timers individuel undervisning)
- 3) gennemførelse af en internationaliseringsplan (20-21 måneder; 70-100 timers individuel undervisning) samt oprettelse af eksportafdelingen med bistand fra en specialist.

Efter gennemførelsen af de tre faser og efter de deltagende SMV'ers påbegyndelse af eksportaktiviteterne, tilbyder PIPE et overvågningsprogram, som skal sikre, at de kan konsolidere sig som eksportører.

### Målgruppe

Programmet er rettet mod virksomheder fra alle sektorer, herunder sektoren for tjenesteydelser. Kun for SMV'er, der opnår mindre end 30 % af deres omsætning ved eksport.

### Forventede eller opnåede resultater

Det indledende mål, som blev nået, var at gøre 2 000 spanske SMV'er til virksomheder med regelmæssig eksport senest i 2000. Det andet mål, som også blev nået, var at øge dette antal til 4 500 spanske SMV'er senest i 2006; 4 994 virksomheder har benyttet sig af programmet siden 1998. I gennemsnit er eksporten steget med 71,1 %, de samlede indtægter med 24,8 % og beskæftigelsen med 13,5 % i de deltagende virksomheder.

### Yderligere oplysninger

[www.portalpipe.com](http://www.portalpipe.com)

### Anbefaling

José Ignacio Miguel Pampliega, direktør, Lyssolen

»Programmet for nye eksportører (PIPE) sætter fokus på betydningen af, at hele virksomheden deltager i eksportprocessen.«

Alfonso Schlegel, direktør, Bodegas Viña Extremeña

»Her i livet afhænger resultaterne ikke kun af den indsats, som man selv gør for at få tingene til at lykkes. En plan er af afgørende betydning for, at tingene kan lykkes. Programmet for nye eksportører (PIPE) hjalp os til at få styr på vores ideer, udforme strategier og fokusere på de prioriterede områder i forbindelse med vores eksportarbejde.«

Javier Domínguez, direktør, JOLCA

Vi har besluttet os for at deltage i programmets opfølgingsfase for at styrke vores eksportsstrategi på de vigtigste markeder: Vi mener, at det er på tide, at virksomheden begynder at fokusere på USA og en række lande i Asien.«

### Kontakt-oplysninger

Mar Castro  
Managing Director of Export  
Initiation and New Projects

ICEX - Instituto Español  
de Comercio Exterior  
Paseo de la Castellana, 18 - 5ª planta  
E-28046 Madrid

Tel (34) 91 349 6335

Fax (34) 91 349 0686

E-mail: [mar.castro@icex.es](mailto:mar.castro@icex.es)



DOUANE  
ZOLL

## 9. GRÆNSEOMRÅDER OG GRÆNSEOVERSKRIDENDE SAMARBEJDE

Der er 14 200 km indre grænser i EU. Selv hvis man definerer grænseregioner som et område, der kun dækker 25 km på hver side af grænsen, vil der stadig være 710 000 kvadratkilometer grænseregion – et område, der er dobbelt så stort som Tyskland.

Virksomheder har tendens til kun at se potentielle markeder, leverandører, samarbejdspartnere osv. på det nationale eller i visse tilfælde kun på det regionale område – selv hvis disse virksomheder hører hjemme et sted tæt ved grænsen. Denne begrænsning, som virksomhederne pålægger sig selv, mindsker deres muligheder. Dette påvirker navnlig meget små virksomheder og virksomheder i tjenesteydelses- og håndværkssektoren. Hvis virksomhederne søger uden for deres hjemland, åbnes døren til nye kunder, nye leverandører, nye teknologier og nye samarbejdsprojekter, hvilket muligvis er det bedste udgangspunkt for en SMV's fremtidige beståen. Grænseområder kan og bør skabe flere foregangsmænd inden for internationalisering.

Den fuldstændige gennemførelse af direktivet om tjenesteydelser, som forventes i december 2009, vil medføre, at dette emne får en endnu mere fremtrædende plads.

Myndighederne i visse lande spiller allerede en proaktiv rolle med hensyn til at fremme SMV'ernes lyst til at søge uden for hjemlandet. Under programmet »Österreich Service«, som gennemføres af håndværksrådet i München, får lokale SMV'er bistand til at leve op til reglerne og udfylde skemaer, når de leverer tjenesteydelser på tværs af grænsen.

Andre programmer fremmer større interregionalt samarbejde mellem SMV'er i to eller flere lande. Disse programmer er et eksempel på internationalt samarbejde mellem SMV'er og også på samarbejde mellem myndighederne. På de følgende sider kan der findes fire sådanne eksempler.

## Markedsplads Østersøen

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

For at fremme og lette handelen i Østersøregionen blev der oprettet et handelskontaktcenter for at gøre det lettere for virksomhederne at indhente oplysninger om bl.a. markederne i Sverige og svenske handelsbestemmelser.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

Den svenske regering gav det svenske handelsråd til opgave at oprette markedsplads Østersøen for at fremme og lette handelen i regionen. Sammenslutningen af svenske handels- og industrikamre fik til gengæld til opgave at bidrage til at lette svensk import fra Østersøregionen.

For at løse denne opgave oprettede sammenslutningen af svenske handels- og industrikamre en gratis helpdesk, der skal give kvalificeret rådgivning og markedsoplysninger samt besvare forespørgsler vedrørende svenske importbestemmelser og –procedurer. Derudover kunne helpdesken besvare virksomhedernes forespørgsler enten direkte gennem partnersøgning (om muligt) og udarbejdelse af lister over svenske importører eller ved hjælp af en skræddersyet database – Chamber Trade – hvor partnerne kan lade sig registrere og indtaste forretningsforslag samt søge efter potentielle handelspartnere.

Under anden søjle af markedsplads Østersøen, som blev forvaltet af det svenske handelsråd, blev der givet støtte primært til svenske SMV'er, der ønskede at etablere sig i Østersøregionen. Støtten havde form af virksomhedsrådgivning og praktisk bistand fra rådets regionskontorer i partnerlandene.

### Målgruppe

SMV'er i Estland, Kaliningrad, Letland, Litauen, Polen, Rusland, Sverige og Ukraine.

### Forventede eller opnåede resultater

Helpdesken udarbejder ca. 400 lister med kontaktoplysninger om svenske importører og besvarer ca. 80 detaljerede virksomhedsforespørgsler og 70 mindre detaljerede virksomhedsforespørgsler om året.

### Yderligere oplysninger

[www.chambertrade.com](http://www.chambertrade.com)

[www.balticsea.swedishtrade.se/english/index.asp](http://www.balticsea.swedishtrade.se/english/index.asp)

### Kontakt- oplysninger

Marcus Hellqvist

Stockholm Chamber of Commerce  
Västra Trädgårdsgatan 9  
Box 16050  
S-103 21 Stockholm

Tlf.: (46-8) 55 51 00 28

E-mail:  
[marcus.hellqvist@chamber.se](mailto:marcus.hellqvist@chamber.se)

## Kontakt- oplysninger

Marc Gross

Saar-Lor-Lux Interregional Council  
of Chambers of Skilled Crafts  
2, circuit FIL  
L-1347 Luxembourg

E-mail: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram

Enterprise Europe Network/PME  
Chambre des Métiers  
2, circuit FIL  
L-1347 Luxembourg

E-mail: christiane.bram@cdm.lu

# Grænseoverskridende netværk – håndværksvirksomheder i grænseregionen (Belgien, Frankrig, Tyskland og Luxembourg).

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Målet med dette program er udvikling af grænseoverskridende aktiviteter blandt SMV'er i håndværkssektoren ved hjælp af information, støtte, netværksaktiviteter og ledsagelse af håndværksvirksomheder på grænseoverskridende markeder i grænseregionen bestående af: Saarland (Tyskland), Lorraine (Frankrig), Luxembourg, Vallonien (Belgien), Rheinland-Pfalz (Tyskland).

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Grænseregionen omfatter tyske, luxemburgske, belgiske og franske regioner og støder op til to andre betydningsfulde grænseregioner: Den ene omfatter Maastricht i Nederlandene, Nordrhein-Westfalen og provinsen Liege, mens den anden omfatter Alsace, Baden-Württemberg og Basel (Schweiz). De mange forskelligheder udgør en konkurrencespecifik og kommerciel udfordring for håndværksvirksomheder. Iværksættere skal overvinde de administrative, lovgivningsmæssige, tekniske, sproglige og kulturelle vanskeligheder, som præger de enkelte håndværksfag i sektoren.

Inden for rammerne af et omfattende koncept trækkes der på moderne kommunikationsteknologier i forbindelse med udviklingen af et informations- og rådgivningsnetværk.

Til dette formål er der blevet udarbejdet en cd-rom og et websted for håndværkere i grænseregionen. Der kan findes oplysninger om procedurer og bestemmelser samt ansøgningsskemaer, som håndværksvirksomheder inden for bestemte fag bør være opmærksomme på, når de vil trænge ind på ovennævnte grænseoverskridende markeder. Hovedområder:

- udvikling af en fælles diagnosemetode for sammenslutninger af håndværksvirksomheder med henblik på at give virksomhederne information, der er baseret på netværksrelateret individuel rådgivning
- gennemførelse af bevidstgørelseskampagner ved hjælp af temarelaterede udvekslingsfora
- anvendelse af et støttesystem i forbindelse med undersøgelser blandt virksomheder med erfaring inden for grænseoverskridende arbejde (strukturundersøgelser og komparative undersøgelser af tendenser)
- struktureret og sammenfattende fremlæggelse af tematiske oplysninger vedrørende de forskellige håndværksfag i grænseregionen.

## Målgruppe

SMV'er i håndværkssektoren i de fem regioner, der udgør grænseregionen, i alt 156 975 virksomheder: 4 258 i Luxembourg, 11 155 i Saarland (Tyskland), 47 027 i Rheinland-Pfalz (Tyskland), 27 535 i Lorraine (Frankrig) og 67 000 i Vallonien (Belgien).

## Yderligere oplysninger

[www.cicm-irh.eu](http://www.cicm-irh.eu)

[www.artisanat-gr.eu](http://www.artisanat-gr.eu)

[www.handwerk-gr.eu](http://www.handwerk-gr.eu)

på tysk og fransk:

Cd-rom: »Grænseoverskridende markeder – håndværk uden grænser«

# Econet-platform: Virksomhedssamarbejde for østrigske, tjekkiske og slovakiske SMV'er i trekantsområdet mellem Wien, Brno og Bratislava

## Emne, mål og eventuelt geografisk område

Målet med programmet Interreg IIIA for Østrig-Slovakiet og Østrig-Tjekkiet er at forbedre situationen for SMV'er i grænseregionerne ved at give eller øge omfanget af oplysninger, konsulentbistand, uddannelsesforanstaltninger, grænseoverskridende netværkssamarbejde og andre former for samarbejde. Det omfatter følgende områder: Wien og Niederösterreich (Østrig), Jihomoravský kraj og Brno (Tjekkiet) og Bratislava og Trnava (Slovakiet).

## Kortfattet beskrivelse af praksis

Econet-platform er et Interreg IIIA-projekt i Østrig, Tjekkiet og Slovakiet, som skal fremme innovation og konkurrenceevne i området gennem intensivt virksomhedssamarbejde.

Foranstaltningstyper:

- erhvervsklubber i Østrig, Tjekkiet og Slovakiet
- Internetbaseret samarbejdsplatform ([www.econet-platform.at](http://www.econet-platform.at))
- seminarer om virksomhedsmiljø og –praksis i regionen
- konsulentbistand for SMV'er og virksomhedsundersøgelser
- høringsdage med erhvervsvejledere fra Østrig, Tjekkiet og Slovakiet
- møder vedrørende virksomhedssamarbejde i Østrig, Tjekkiet og Slovakiet
- præsentation af virksomheden på webstedet ([www.econet-platform.at](http://www.econet-platform.at)).

## Målgruppe

SMV'er i de østrigske, tjekkiske og slovakiske grænseregioner, navnlig:

- innovative SMV'er og nystartede virksomheder, der beskæftiger sig med produktion, industrielle tjenesteydelser og forskning i nye teknologier
- kvindelige ledere i den region, som projektet dækker
- kommercielle foretagender og eksportører/importører
- konsulenter.

## Forventede eller opnåede resultater

Mere end 1 800 registrerede medlemmer, mere end 3 900 deltagere i erhvervsklubberne, seminarer, høringsdage og samarbejds møder. Virksomhederne skal evaluere alle aktiviteter ved hjælp af spørgeskemaer.

## Yderligere oplysninger

[www.advantageaustria.org](http://www.advantageaustria.org)

[www.econet-platform.at](http://www.econet-platform.at)

## Anbefaling

Thomas Berger, CheckPoint Unternehmens & Finanzierungsberatungs GmbH, Wien

»Selv som lille virksomhed kan man med held udvide aktiviteterne til et marked på den anden side af grænsen. I så fald har man muligvis behov for at få kontakt med en person, som har erfaring med og kendskab til det nye marked, og som kan hjælpe med at etablere de første forretningskontakter. Econet-platform har vist sig at være det ideelle netværk til fremme af internationalisering af vores virksomhed, idet vi ved hjælp af platformen sikrede, at vi ikke løb uoverskuelige risici.«

## Kontakt-oplysninger

Herbert Stemper

Wirtschaftskammer Österreich/  
Austrian Federal Economic Chamber  
WIFI International Network (WIN)  
Wiedner Hauptstraße 63  
A-1045 Wien

Tlf.: (43-5) 909 00 45 55

Fax (43-5) 909 00 11 45 55

E-mail: [herbert.stemper@wko.at](mailto:herbert.stemper@wko.at)

## Kompetencenetværk for Nederlandene/Nordrhein-Westfalen, INTER-NED

### Emne, mål og eventuelt geografisk område

Omfattende oplysninger og rådgivning for tyske og nederlandske SMV'er til fremme af virksomhedernes handel på tværs af grænserne.

### Kortfattet beskrivelse af praksis

Projektet skaber forbindelse mellem ca. 20 handelskamre, virksomhedsudviklingsorganisationer, teknologcentre og universiteter på begge sider af grænsen. Det samler deres specialviden og gør den tilgængelig for virksomheder, der ønsker at skabe flere forretningskontakter. Der er blevet udviklet en række forskellige redskaber til støtte for handel mellem SMV'er i det tysk-nederlandske grænseområde:

- en onlineplatform med omfattende oplysninger på to sprog om en række organisationer for SMV'er
- informationskonferencer
- uddannelse for partnerorganisationernes konsulenter
- vidensbank med ekspertrådgivning for SMV'er på to sprog
- nyhedsbrev på to sprog med erhvervsinformation om nabolandet for SMV'er
- et rådgivningscenter, hvor der gratis kan indhentes oplysninger om nederlandske og tyske virksomheder.

De vigtigste fordele for deltagerne er:

- ajourført og relevant information på webstedet
- informationskonferencer vedrørende praksis
- forbedring af de deltagende institutioners image over for deres medlemmer
- intet behov for konsulentbistand takket være de tjenesteydelser, der tilbydes på webstedet
- en kvikskranke, hvor virksomheder og institutioner kan indhente omfattende oplysninger.

### Målgruppe

Tyske og nederlandske SMV'er og freelancere.

### Forventede eller opnåede resultater

- Ca. 800 artikler med fagligt indhold er blevet offentliggjort på onlineplatformen.
- Forøgelse af antallet af relevante besøg på webstedet (ca. 110 000 i 2006).
- Et konstant stigende antal forespørgsler om konsulentbistand rettet til det centrale kontaktpunkt (ca. 360 i 2006); projektpartnerne har også besvaret ca. 100 forespørgsler.
- Høj deltagelse i de 25 informationskonferencer blandt SMV'erne.

### Yderligere oplysninger

[www.inter-ned.info](http://www.inter-ned.info)

### Anbefaling

Alfred Marx, MEM Maschinenbau GmbH, Ahaus-Ottenstein

»Jeg har handlet med Nederlandene i 15 år. Tålmodighed og udholdenhed er en nødvendighed, men der er helt sikkert også behov for veldokumenterede oplysninger om landet og markedet. Jeg har i flere tilfælde fået støtte fra kompetencenetværket NL/NRW. På dette grundlag er der blevet udviklet et nært samarbejde med en række nederlandske virksomheder, og jeg er således blevet deres partner i stedet for deres kunde.«

### Kontakt- oplysninger

Hildegard Bongert-Boekhout

EU-Department  
Kreishandwerkerschaft Borken  
Wessumer Str. 30  
D-48683 Ahaus

Tlf.: (49-2561) 939 80

Fax (49-2561) 93 98 19

E-mail: [h.bongert@kh-borken.net](mailto:h.bongert@kh-borken.net)





Europa-Kommissionen

**Støtte til SMV'ers internationalisering — Eksempler på god praksis**

Luxembourg: Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer

2008 — 44 s. — 21 × 29.7 cm

ISBN 92-79-03078-7