

indSIGT

EKSPORT AF HØJ KVALITET ER NØGLEN TIL DANMARKS VELSTAND

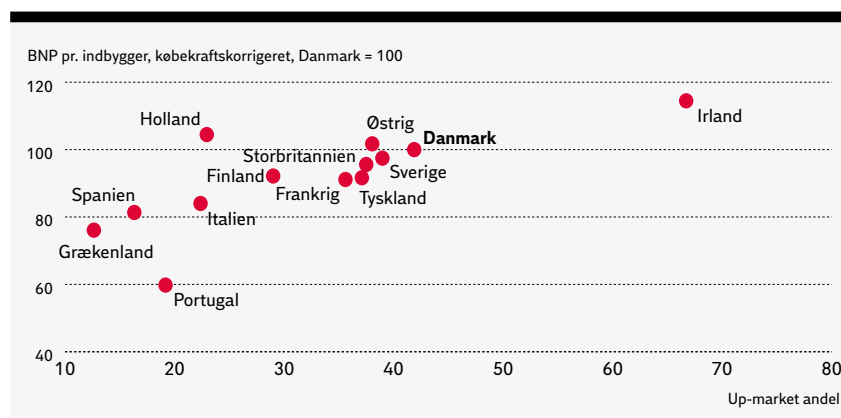
Danmark ligger helt fremme i feltet af europæiske lande, når det kommer til eksport af varer der indbringer en særlig høj pris. Eksporten af disse såkaldte up-market produkter har været afgørende for at opretholde en høj vækst og et højt velstandsniveau i Danmark. Succesen kan kun fastholdes ved en styrket indsats på uddannelse, forskning, udvikling og innovation.

AF ØKONOMISK KONSULENT TINA HONORÉ KONGSØ, TKG@DI.DK

Danske eksportører bliver bedre og bedre til at sælge deres varer til priser, der er ligger over de gennemsnitlige priser for tilsvarende produkter på det europæiske marked.

Velstandsniveau og eksport af up-market produkter

Gennemsnit, 2003–2007



Kilde
 Danmarks Statistik, Eurostat (Comext) og DI-beregninger

Omkring 43 pct. af den danske vareeksport består i dag af såkaldte up-market produkter, d.v.s. produkter, der er mindst 15 pct. dyrere end konkurrenternes produkter. Det placerer Danmark i toppen blandt europæiske up-market eksportører.

DI's analyse viser endvidere, at de brancher, der har øget deres andel af up-market produkter gennem de seneste 10 år samtidig også er de brancher, der har haft en højere eksportvækst i perioden.

Tilsvarende er der en klar positiv sammenhæng mellem velstandsniveauet og andelen af up-market produkter i eksporten.

Den danske eksport af up-market produkter har været stabil med svagt stigende tendens de seneste 20 år fra et niveau på ca. 35 pct. af den samlede vareeksport i slutningen af 1980'erne til omkring 43 procent pct. i dag.

Fremgangen er kommet samtidig med at konkurrencen på eksportmarkederne er taget til, som følge af at en række nye vækstlande har været i stand til at erobre markedsandele. Dette har de haft held med, da de har kunnet producere til et betydeligt lavere omkostningsniveau end eksempelvis danske producenter.

Det relativt høje og stigende omkostningsniveau i Danmark har gjort det nødvendigt for virksomhederne at satse på produkter, der adskiller sig, således at den højere verdensmarkedspris kan opnås. Dette har mange danske virksomheder gjort ved at satse på innovation og fornyelse, som er kommet til udtryk i form af design og kvalitet som efterspørges internationalt.

| Højt omkostningsniveau i Danmark

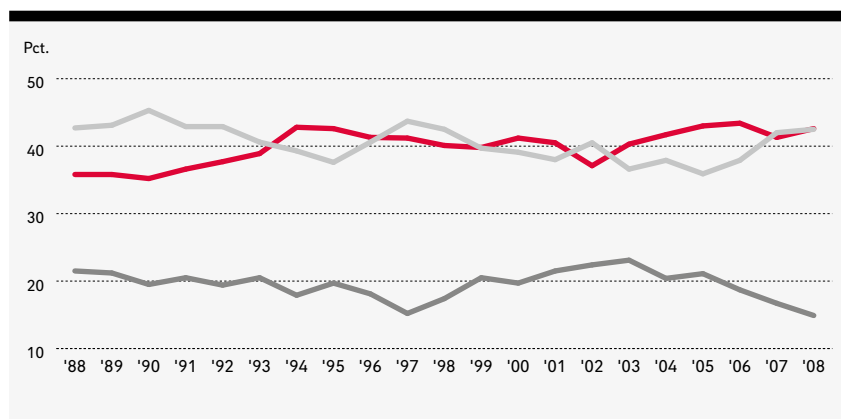
DEFINITION AF UP-MARKET PRODUKTER:

Et eksportprodukt er et up-market produkt, hvis virksomheden opnår en merpris på mindst 15 pct. i forhold til den gennemsnitlige eksportpris for samme produkttype blandt EU15-landene.

Trods det høje danske omkostningsniveau udgøres 15 pct. af dansk eksport af produkter, der er mindst 15 pct. billigere end konkurrentprodukter, mens de resterende 42 pct. består af produkter, der prismæssigt ikke adskiller sig væsentligt fra konkurrenterne i EU.

Stabil dansk eksport af up-market produkter

Andel af Danmarks samlede vareeksport



Up-market produkter

Middle-market produkter

Down-market produkter

Kilde

Eurostat (Comext) og DI-beregninger

Fordelingen af dansk eksport

2008	Eksport (mia. kr.)	Andel af samlet eksport (pct.)
Down-market	77,6	14,9
Middle-market	220,7	42,5
Up-market	221,0	42,6
I alt	519,3	100



Kilde

Eurostat (Comext) og DI-beregninger

DANMARK I TOP I EU-KVALITETSHIERARKI

Med en eksportandel af up-market produkter i 2008 på knap 43 pct. indtager Danmark en andenplads blandt 15 EU-lande.

I gennemsnit udgør up-market produkter en tredjedel af EU-landenes eksport. Danmark har siden 1988 haft en relativ stabil position, mens eksempelvis Tyskland efter mange år har vejet førstestpladsen til Irland, der siden 1995 har ligget i toppen af det europæiske kvalitetshierarki.

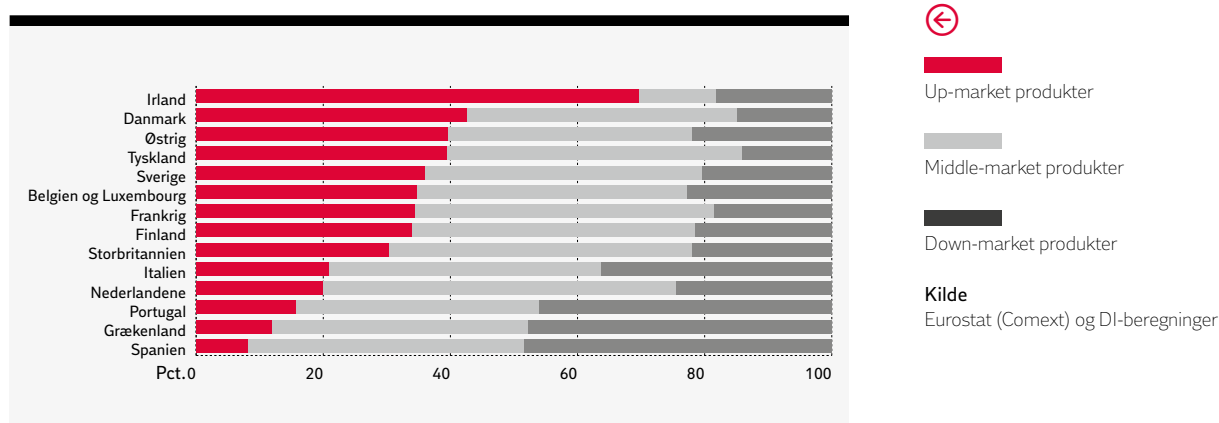
Nogle lande har historisk haft og har stadig en markant lavere eksport af up-market produkter. Nederst i kvalitetshierarkiet befinder Grækenland, Portugal, Italien og Spanien sig. I disse lande udgør down-market produkter halvdelen eller mere af den samlede eksport.

Det tyder således på, at lande med relativt lavt omkostningsniveau i højere grad konkurrerer på prisen frem for kvaliteten.

| Danmark næstbedst i EU

Kvalitetsspredningen i EU15-landenes vareeksport

Samlet vareeksport fordelt på up-, middle- og down-market produkter



INDUSTRIBRANCHERNES EKSPORT AF UP-MARKET PRODUKTER

Det er et meget bredt udvalg af danske erhvervsliv, der producerer og eksporterer up-market produkter, og flere brancher er karakteriseret ved, at up-market produkterne udgør mere end halvdelen af den samlede eksport.

Men meget tyder også på, at de fleste brancher består af bredt sammensatte virksomheder, hvor også middle- og down-market produkter spiller en rolle i den samlede eksport.

Mulighederne for kvalitets- og prismæssig differentiering fra konkurrenter afhænger af branchespecifikke forhold. I nogle brancher, hvor produkterne er relativt ensartede, og hvor forbrugerne sjældent skeler til, hvem der har produceret varerne, består hovedparten af eksporten af middle-market produkter, mens produkter, der enten er noget dyrere eller billigere end konkurrentprodukterne, fylder meget lidt. Dette gør sig f.eks. gældende i mineralolieindustrien.

Muligheder for prisdifferentiering afhænger af branchen

NÆRMARKEDERNE DE STØRSTE AFTAGERE AF UP-MARKET PRODUKTER

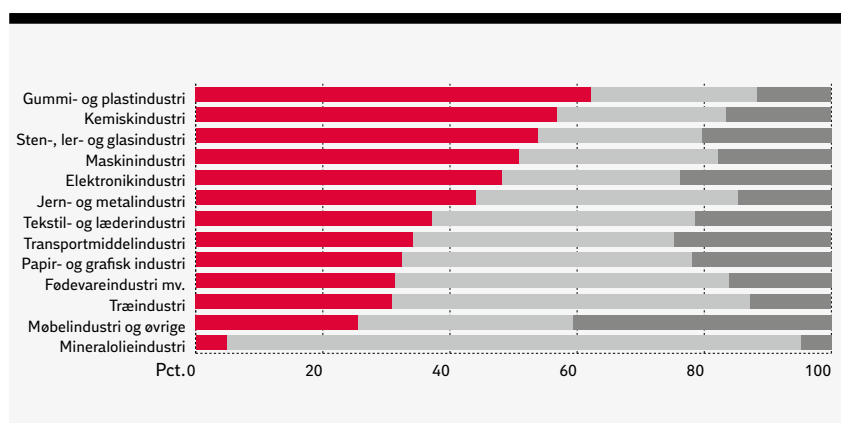
Eksporten af up-market produkter koncentrerer sig på stort set de samme markeder, som vi typisk afsætter vores eksport til.

Up-market produkter afsættes på nærmarkeder

De vigtigste aftagere af danske up-market produkter er Tyskland, Sverige, Storbritannien, Norge og USA. Disse lande er samtidig de største aftagere af den samlede danske eksport.

Gummi- og plastindustrien er bedst til up-market eksport

Gennemsnit for perioden 1988-2008



Up-market produkter

Middle-market produkter

Down-market produkter

Kilde

Eurostat (Comext) og DI-beregninger

Blandt Tyskland, Norge og USA er der en stor sammenhæng mellem den andel af up-market produkter de aftager og den samlede eksport til landet. Sverige og Storbritannien aftager en mindre andel af up-market produkter end af den samlede eksport.

Aftagere af danske up-market produkter

2008	Andel af up-market eksport, pct.	Andel af samlet eksport, pct.
Tyskland	16,9	16,2
Sverige	11,1	15,1
Storbritannien	6,8	8,4
Norge	6,8	6,2
USA	6,1	5,2
Frankrig og Monaco	4,4	4,8
Nederlandene	3,6	4,0
Italien	3,1	3,1
Diskretioneret EU-lande	1,7	3,1
Spanien	2,9	2,8

VIDENSNIVEAUET TRUER DANMARKS STYRKEPOSITION

Fremgangen i eksporten af up-market produkter har baggrund i flere forhold. Men uddannelse, forskning, udvikling og innovation er nogle af de

Eksporterhverv rammes af lav vækst i uddannelsesniveau

helt afgørende faktorer, hvis Danmark skal fastholde og udbygge positionen som en af Europas førende eksportører af up-market produkter.

DI's analyse¹ viser, at eksporterhvervene har en særlig høj vækst i uddannelsesniveaet og at disse i særlig grad efterspørger tekniske, natur-, og sundhedsvidenskabelige kompetencer. Men med det stagnerende uddannelsesniveaet som Danmark har udsigt til – også i forhold til flere af vores europæiske konkurrenter – vil eksporten af produkter med et højt indhold af innovation, forskning og udvikling være truet.

Det er sandsynligt, at især eksporterhvervene vil få vanskeligt ved at finde kvalificeret arbejdskraft i fremtiden. Konsekvensen vil være, at virksomhederne hæmmes i deres vækstmuligheder, hvilket vil dæmpe væksten og jobskabelsen i hele landet.

En fortsat høj og gerne stigende up-market eksport forudsætter derfor, at Danmark får vendt den faktuelle udsigt, som vi har til langt svagere vækst i uddannelsesniveaet til udsigten til en større og mere veluddannet arbejdsstyrke. Vores omkostningsniveau betyder, at vi ikke kan øge vores velstand ved at være billigst, men alene gennem høj kvalitet.

At bevare og udbygge velfærden i Danmark kræver en velkvalificeret arbejdsstyrke – dygtige medarbejdere på alle niveauer. Det stiller krav til uddannelserne, både erhvervsuddannelserne og universitetsuddannelserne. Satsning på mere uddannelse skal ske i en balance med behovene på arbejdsmarkedet, og forskning skal have en høj erhvervsrelevans. Dermed kan vi skabe et godt grundlag for innovation og udvikling.

Positiv sammenhæng mellem up-market produktion og velstand

¹ Eksporterhvervene rammes af lavere vækst i uddannelsesniveaet, Indsigtseptember 2009

SAMFUND, VIDEN OG HOLDNINGER

Dansk erhvervsliv er en vigtig del af det danske samfund. Politikere, organisationer og befolkningen forventer, at virksomhederne bidrager til bæredygtig udvikling af Danmark som velfærdssamfund. Derfor prioriterer DI dialog med alle interesserede om rammerne for erhvervslivets bidrag til vækst og velstand.

Vær med i debatten på opinion.di.dk
