



## Danmark eksporterer kvalitetsprodukter for 420 milliarder kroner om året

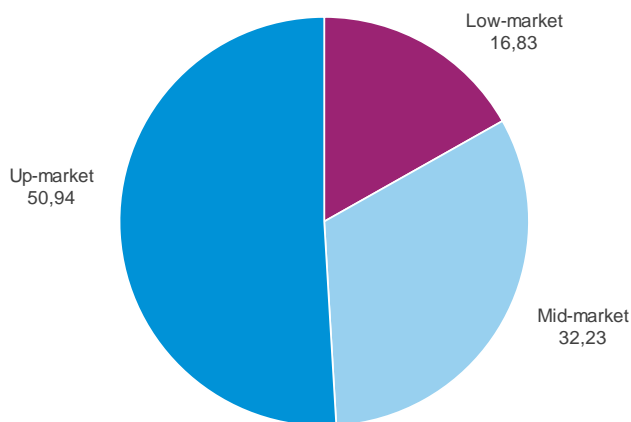
Danmark eksporterer kvalitetsprodukter – såkaldte ”up-market-produkter” for 420 milliarder kroner om året. Danske virksomheder er i den europæiske kvalitetselite. Mange kvalitetsprodukter udspringer af mange års forskning og udvikling. Vores mange kvalitetsprodukter sælger godt på de fjerne markeder.

**Danske kvalitetsvarer for 420 mia. kr. kan sælges til højere priser**

Danske virksomheder eksporterer kvalitetsprodukter for 420 milliarder kroner om året. Det er varer, der har så høj kvalitet, at vi kan sælge dem til priser, der er mindst 15 procent højere, end hvad vores europæiske konkurrenter kan tage for tilsvarende produkter.

### Halvdelen af dansk eksport er kvalitetsprodukter

Vareeksport, ekskl. mineralske produkter, opdelt efter prissegmenter, 2022, pct.



Kilde: Eurostat (Comext) og DI-beregninger

**Kvalitet er mange ting**

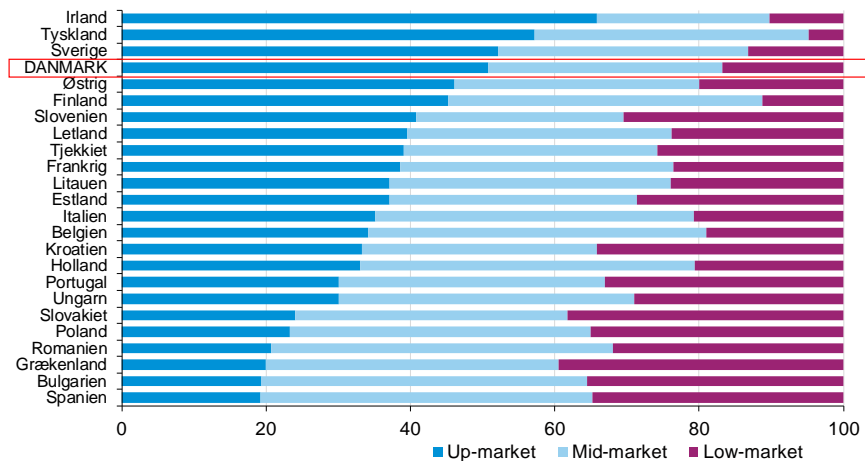
Kvalitet er i denne sammenhæng bredt defineret. Det kan være den fysiske holdbarhed af produktet, men det kan også dække over design, brand, miljøhensyn, bedre teknologi, tilknyttede services, fleksible leveringsbetingelser, garanti eller kundetilpassede løsninger. Kvalitet er alle de egenskaber, der gør det muligt for en virksomhed at sælge produktet til højere priser end dens konkurrenter.

**Udvikling af kvalitetsprodukter er en dansk styrke**

Disse såkaldte ”up-market-produkter” udgør lidt over halvdelen af Danmarks samlede vareeksport. Udviklingen af up-market-produkter er en udpræget dansk styrkeposition. Up-market-produkter udgør således en større andel af dansk eksport end i de fleste af de andre EU-lande. Det er kun Irland, Tyskland og Sverige, der har en større andel af up-market-produkter i deres vareeksport.

**Danmark i toppen af den europæiske kvalitetselite**

Vareeksport (ekskl. minerale produkter) opdelt på prisklasser, 2022



Kilde: Eurostat (Comext) og DI-beregninger

**Syd- og Østeuropa sætter mindre på kvalitet**

De Syd- og Østeuropæiske lande har en markant lavere andel af up-market-produkter i deres eksport. De har derimod en overvægt af low-market-produkter. Det er produkter, hvor pris er en klar konkurrenceparameter, og som sælges billigere end konkurrenternes produkter.

Højindkomstlandene har flere up-market-produkter i deres eksport. De velstående lande har typisk et højt omkostningsniveau, hvilket ofte gør det svært at konkurrere hårdt på prisen. Dette er nemmere for lavindkomstlandene. En relativt høj produktivitet kan kompensere for høje omkostninger, men det er umiddelbart nemmere for lavindkomstlandene at konkurrere på prisen.

**Lande med meget forskning og udvikling har flere kvalitetsprodukter**

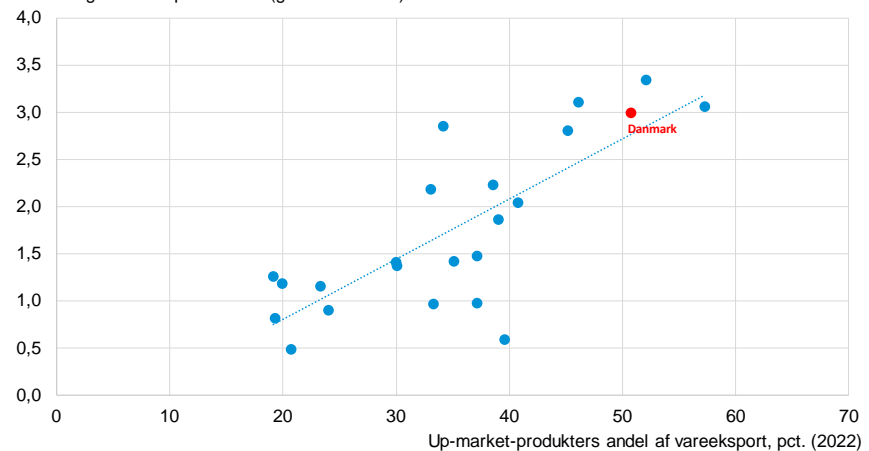
**Stor forskning i kvalitetsprodukter**

De meget forskningsaktive lande udvikler og sælger flere up-market-produkter end andre lande. Gennem en stor forskningsindsats udvikles nye innovative produkter, som kan sælges til mere lukrative priser. En styrkelse af det danske forskningsmiljø er en forudsætning for at sikre nye produkter, som kan oppebære højere priser hvilket gør, at vi i mindre grad skal konkurrere på prisen alene.

**Lande med meget forskning udvikler flere up-market-produkter**

FoU i pct. af BNP og andel up-market-produkters andel af vareeksporten

Investeringer i FoU i pct. af BNP (gns. 2015-2020)



Kilde: Eurostat (COMEXT), IMF og DI

**Mange produkter kan sælges til højere priser**

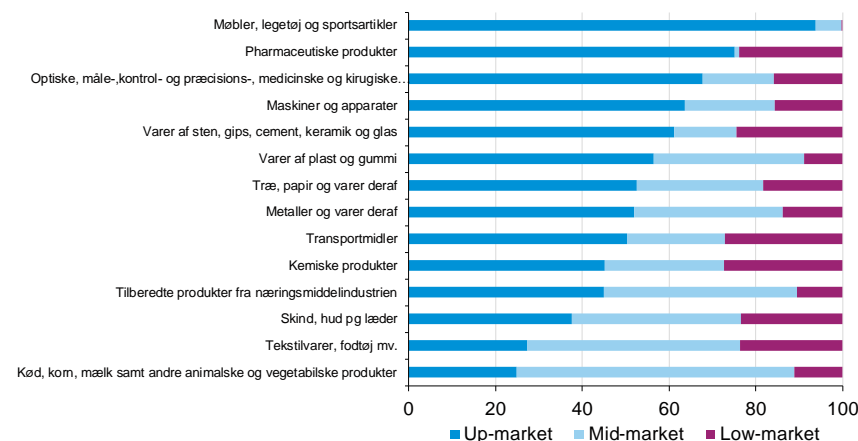
**Der laves kvalitet i alle produkter**

Danske virksomheder eksporterer kvalitetsprodukter inden for alle produktkategorier. Andelen af up-market-produkter er klart størst inden for møbler, legetøj og medicin.

Inden for råstoffer og forholdsvis uforarbejdede fødevarer kan det være svært at differentiere produkterne tilstrækkeligt til at kunne opnå priser, der er mere end 15 procent højere end konkurrenternes produkter. Men selv inden for disse kategorier har vi produkter, der er mere værd end konkurrenternes tilsvarende produkter.

### Up-market inden for mange varegrupper

Vareeksport fordelt på prisklasser, 2022



Anm: Up-market-produkter har en pris der ligger 15 pct. over EU-gennemsnittet  
 Kilde: Eurostat (Comext) og DI-beregninger

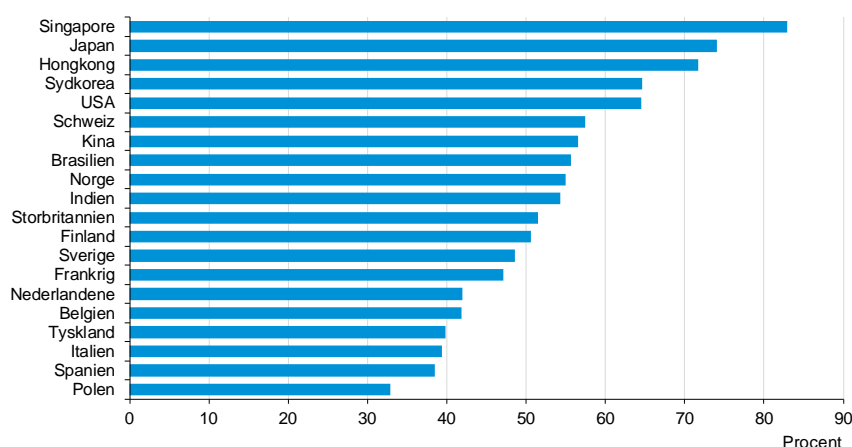
Asien og USA er vilde med dansk kvalitet

### Kvalitetsprodukter kommer langt ud i verden

Up-market-produkterne fylder relativt meget i eksporten til de fjerne markeder. Blandt Danmarks 20 største eksportmarkeder er andelen af up-market-produkter højest i eksporten til Singapore, Japan, Hongkong, Sydkorea og USA. Andelen er derimod lavest i eksporten til Polen, Spanien, Italien, Tyskland og Belgien.

### Stor eksport af up-market produkter til de fjerne markeder

Up-market produkter som andel af dansk vareeksport (ekskl. mineralske produkter), 2022



Anm: Andelen af up-market produkter i eksporten til vores 20 største markeder. De 20 lande aftager 78 pct. af dansk eksport  
 Kilde: Eurostat (Comext) og DI-beregninger

Det er mere rentabelt at handle kvalitetsprodukter over store afstande

Up-market-produkternes højere kvalitet og de højere priser betyder, at transport- og andre handelsomkostninger udgør en mindre

del af varens samlede værdi, hvilket gør det lettere at sælge disse over store afstande. Low-market-produkter er derimod kendetegnet ved, at de kan sælges til priser, der er 15 pct. lavere end priserne blandt vores europæiske konkurrenter. Transport- og handelsomkostninger udhuler derfor især low-market-produkternes konkurrenceevne på de fjerne markeder. Dermed kan de være sværere at afsætte over store afstande.

Vores store eksport af up-market-produkter gør det nemmere at koble os på væksten på de fjerne markeder. Asien og USA har i en lang årrække haft højere vækst end vores europæiske nærmarkeder. Også i fremtiden vil væksten være højere på disse markeder. Vores mange up-market-produkter gør det nemmere at koble os på den højere vækst gennem eksport.

---

### **Sådan har vi gjort**

Et produkt er defineret som up-market, hvis produktets pris er mere end 15 procent højere end gennemsnitsprisen for det tilsvarende produkt blandt alle EU-landene. På samme måde er low-market produkter defineret, som produkter hvis pris er 15 procent lavere end gennemsnitsprisen. De resterende produkter kaldes mid-market.

Produkternes pris er beregnet ved at se på eksportens værdi i forhold til den eksporterede mængde (styk, tons eller andre supplerende mængdeenheder).

Frasorteres produkter der er mere end ti gange dyrere eller billigere end EU-gennemsnittet falder andelen af up-market-produkter i eksporten fra 50,9 til 49,7 procent.

Der er i denne analyse set bort fra mineralske produkter, herunder også elektrisk energi. Mineralske produkter handles typisk til verdensmarkedspriser, og er derfor meget svære at udvikle og gøre til up-market-produkter.

---