

GERMAN DANISH INNOVATION

Eksport- og innovationserfaringer fra
Tyskland
v/ Steffen Leth Møller



Dette projekt finansieres af midler fra Den Europæiske Fond for
Regionaludvikling

Agenda

- Baggrund og muligt set-up
 - CASE: Pro Audio
- Kundefordele og tillid
- Innovation som genvej
 - CASE: Animalsk biprodukt
- Kom ud af idéfasen
- Proces og marked
- Nye kriser nye udfordringer

Min baggrund i forhold til Tyskland

- Har boet, arbejdet og studeret 3 halve år i 90'erne
- Har siden undervist på højere læreanstalter i 00'erne
- Har opbygget distributionsnetværk i Tyskland og generelt arbejdet med teknisk eksportsalg og optimering af processer globalt frem til 2019
- Har haft personaleansvar på tværs af lande og industrier fra 2007 til 2019, hvilket gav mig adgang til nye ledelseslag og indflydelse
- Fra 2019 arbejdet primært for EU dansk-tysk innovationsprojekt

Regionen på den anden side



NORDTYSKLAND ER EN AF DE FÅ REGIONER I EUROPA, HVIS BEFOLKNING VOKSER



ANDEL AF UNGE MENNESKER ER VÆSENTLIG OVER GENNEMSNIETET I TYSKLAND



DE ER DANSKSINDEDE (35% AF INDBYGERNE I FLENSBORG TALER DANSK)



VI KAN IKKE KONKURRERE PÅ PRIS. FOKUSER ISÆR PÅ KVALITET OG SERVICE

Hvad er muligheden for eget set-up?



Det tager ca. 2 uger at etablere et GmbH og koster 800 Euro



Momsen er pr. 1.7.2020 max 16% f.eks. fødevarer er 5%



Man kan også åbne et kontor (juridisk under HQ). Det koster 300 Euro



En god start er at starte med distributør (eget lager) eller agent (uden lager). En mindre stand på fagmesse er et oplagt sted at få kontakt med potentielle "sælgere" og "købere"



Husk at spørge potentielle købere, hvor de normalt ville købe din type produkt henne. Måske du kan udplukke en håndfuld potentielle "sælgere" til "jobsamtaler"

5 Bullet Points

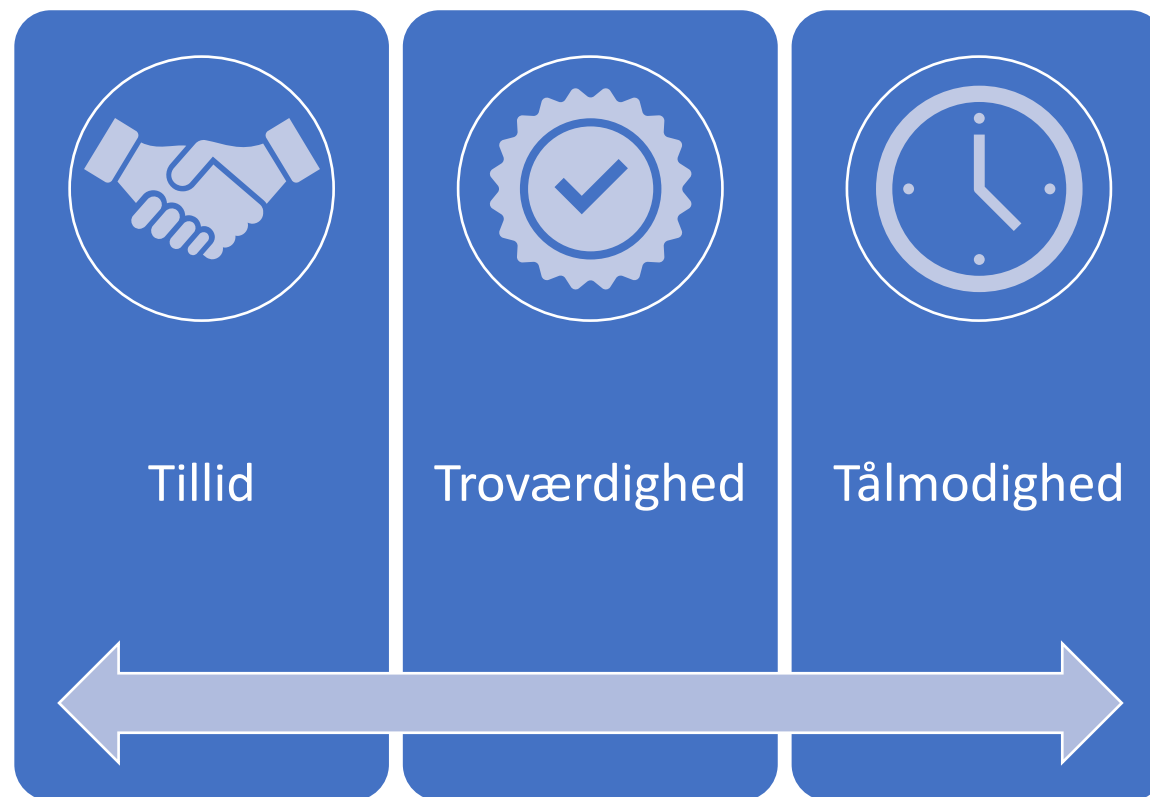
- Vær present og klar
- Afklar positionering
- Involver brugerne
- Brug referencerne
- Vis kundefordele

”Keine Experimente”

*”100 sekunder til første kundefordel”
(Werner Koop, april 2021)*



De 3 t'er



Beobachten!



Top 3 eksportregler

- Vær til stede
- Spørg hvorfor
- Lyt aktivt



Især i Tyskland

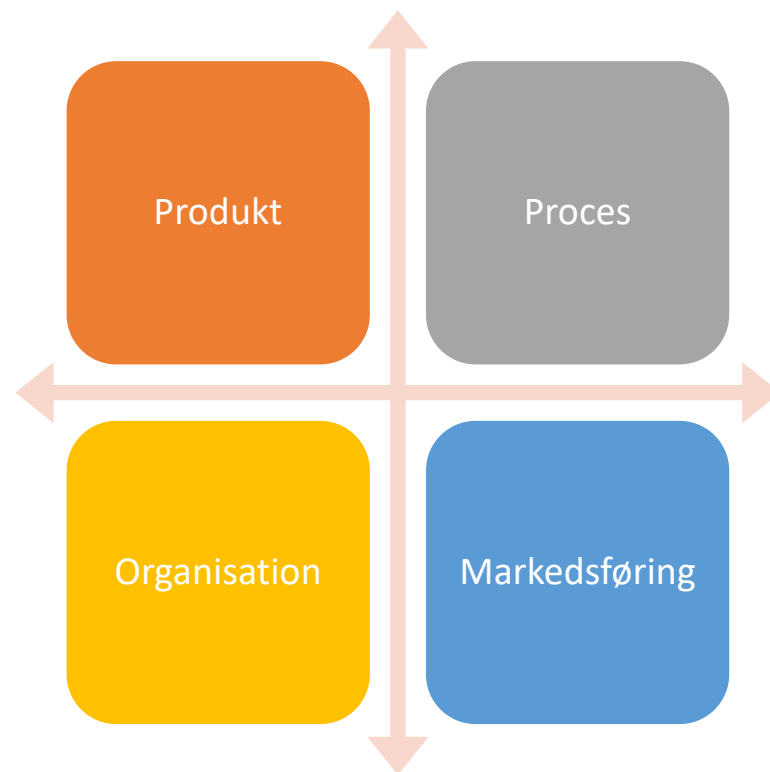
- Fokus på fakta
- Vær forberedt
- Kend kulturen



"pas på med ironi og sarkasme"



Innovation som genvej



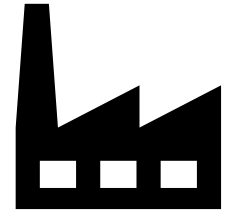
Innovation som genvej

CASE: Salg af software til fabrik - minimere procesudsving

Formål: Løfte niveau af automation for at øge volumen

Problematik: De solgte mel og olie, men mel havde en negativ salgspris. Så hvis vi øgede volumen, ville vi øge fabrikkens tab på melet. De kunne ikke blot lave olien

Løsning: Reducere olieindholdet i melet og dermed få mere olie og mindre mel. Det resulterede i at en mere adaptiv regulering af processen både øgede udbytte og reducerede CO2 udledningen med flere tusinde tons - hvert år!



Innovation som genvej

Hvad er innovation?

Det handler om at nytænke processer, ydelser og afsætning, men hvordan kommer vi ud af idéfasen:

1. Hvor skal vi hen? Vær præcis i forhold til hvad vi vil opnå og hvordan vi planlægger at nå derhen
2. Hvad vil vi forbedre? Innovation er resultatet af de aktiviteter, som har ført til en konkret forbedring
3. Hvordan viser vi afkast? Evaluer på såvel gennemførelse som resultater. Løsninger baseres på fakta
4. Har du involveret brugerne? Sæt dig grundigt ind i adfærd og værdier. Brug leverandør og distributør
5. Hvornår tør du fejle? Vores vækst og innovation er bygget på vores fiaskoer (*Jeff Bezos, CEO, Amazons*)

"Innovation er ikke en udgift men en investering. Det er også GDI's håndværk og det er hårdt arbejde"



Innovation som genvej

Veje til profitabilitet

Find måder at øge omsætningen og
reducere omkostningerne

PROFITABILITET

STØRRE
OMSÆTNING

MINDRE
OMKOSTNINGER

MERSALG

Mere omsætning fra nuværende kunder

NYSALG

Mere omsætning fra nye kunder

OPSALG

Mere omsætning fra flere produkter

'VÆRDISALG'

Mere omsætning fra bedre priser

OMKOSTNINGSREDUKTION

Mindre priser fra nuværende eller nye leverandører

OMKOSTNINGSBESPARELSER

Mindre forbrug

OMKOSTNINGSELIMINERING

Fjerne forbrug

OMKOSTNINGSEFFEKTIVITET

Mindre omkostninger pr. enhed/output
(øget produktivitet)

Innovation som genvej

Procesforståelse og markedsforståelse

- Det er sjældent at én person er lige kompetent på begge områder, derfor:
 - Vigtigt at sætte sit hold, få involveret eksperter fra begge grupperinger så tidligt i processen som muligt.
 - Få oplyst relevante konkrete spørgsmål, der skal stilles, for at få afklaret hvad situationen er nu og her.
 - Nogle udfordringer er vigtigere end andre. Nogle er akutte og nogle kræver ekstern hjælp.
- Når man fundet de fokusområder, man først vil gå videre med, må man have:
 - Et åbent mindset (idégenereringsfase, kreativ tænkning)
 - Fokus på slutmålet parallelt med kvalificeringsprocessen
 - En aftale om målepunkter og hvornår de rapporteres

“Det er bedre at satse smalt og dybt, da dette øger sandsynligheden for at udvikle konkurrenceforstærkende spidskompetencer. Hvis man prøver at gabe over for meget og satse for bredt, så risikerer man, at projekterne mister fokus, tidsplaner skrider og resultaterne udebliver.”

- Søren Kjær, udviklingsdirektør, Martin Professional



Innovation som genvej

Hvad kunne være et fokusområde?

- Find alliancepartner, som I kan sparre med omkring udviklingen af et introduktionstilbud til nøglekunder i jeres sektor
- Få noget hjælp fra et forskningsmiljø til at udvikle jeres produkt, så det kan bruges i forhold flere målgrupper
- Rådgivning i forhold til forberedelse af produktlancering på et nyt marked herunder branche- og myndighedskrav
- Optimeringsekspertise fra en teknisk kyndig som kan gøre jer klar på den nye konkurrencesituation i regionen
- Indgå i et slags konsortie med lignende virksomheder og dermed søge at facilitere en ny markedsindgang



Innovation som genvej

Nye kriser = nye udfordringer

Ny innovationsundersøgelse (CBS maj 2020):

- **Kreativitet** er et aktuelt opmærksomhedspunkt

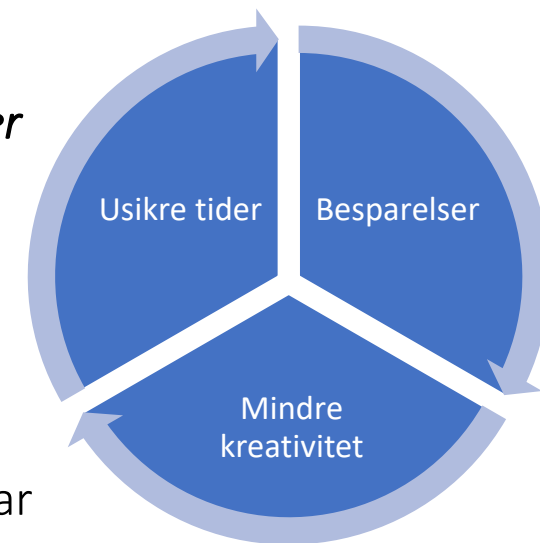
Kreativitet er vigtig for at:

1. få nye idéer til at udnytte de ressourcer man har
2. gentænke og forbedre eksisterende produkter og service
3. udvikle nye ydelser og egenskaber, som forbedrer oplevelsen
4. skabe grundlaget for nye bæredygtige forretningsmodeller

- **Konkurrencekraft** er forudsætningen for bedre indtjening

Kun ved at anerkende innovation som et væsentligt parameter, kan vi forbedre såvel processer som kommunikation, og dermed understøtte:

- Konkurrenceevne
- Vækst



Innovation som genvej

- Hvorfor haster det?
 - De er gået i gang med at bygge en tunnel
 - Når de er færdig tager det 10 min at komme herover
 - Er du klar på den nye konkurrencesituation?
- Hvad har ændret sig?
 - De er mere bevidste om vores styrkepositioner f.eks. digitalisering, fødevarerikkerhed og grøn omstilling
 - De søger sikre forsyningskæder i nærmarkeder: Danmark er en sikker havn
 - Industrien følger energien. Før var energien i Ruhr, snart er den nye energi i Femernregionen
 - Større opmærksomhed på Skandinavien som attraktivt og købestærkt nabomarked



Megatrend-Map

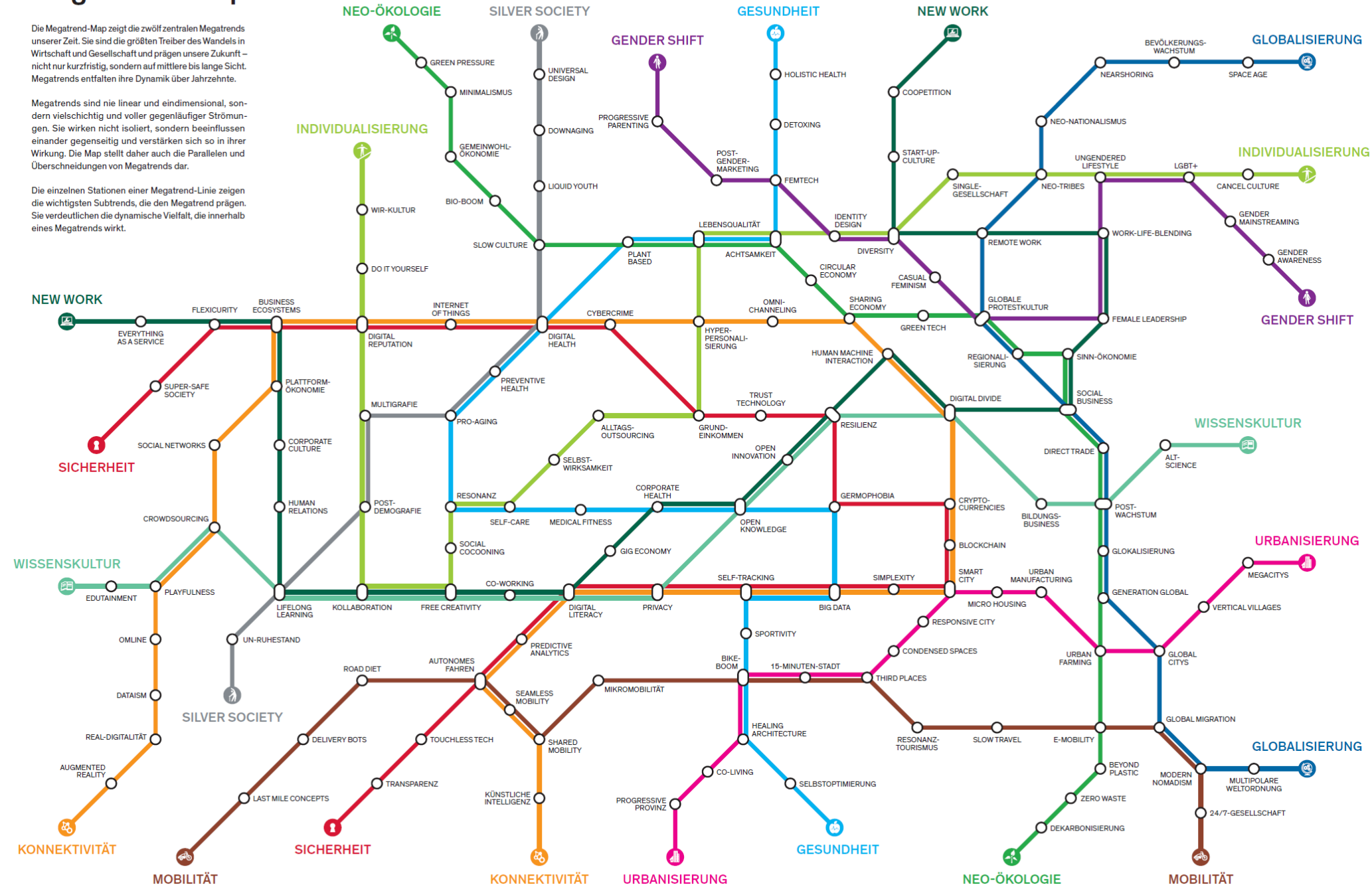
Die Megatrend-Map zeigt die zwölf zentralen Megatrends unserer Zeit. Sie sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte.

Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie zeigen die wichtigsten Subtrends, die den Megatrend prägen. Sie verdeutlichen die dynamische Vielfalt, die innerhalb eines Megatrends wirkt.

zukunftsInstitut

GERMAN
DANISH
INNOVATION



Key takeaways

- De 3 t'er
- Husk innovation før eksport
- Mød nogle tyskere!



Erhvervshuset & mig

- Erhvervshuset, etableret i 2019 af VLAK-regeringen, tilbyder sparring, netværk og knudepunktsfunktion for virksomheder i regionen.
- Steffen Møller, stm@ehsj.dk, 61 88 46 30
 - Innovation og internationalisering
 - 25 års erfaring med international handel, især eksport til Tyskland
 - Forretningsudvikler, lead partner, bestyrelsesformand, spring board member og mentor på projekter
 - Mere end 10 års ledelseserfaring

