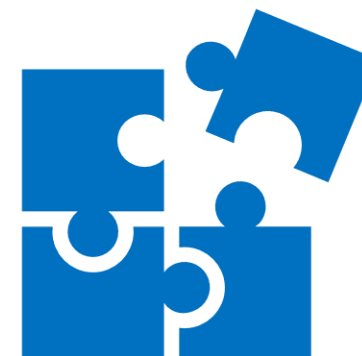






## Agenda

1. Hvad er innovation?
2. Hvad er vigtigt at se på først?
3. Procesforståelse og markedsforståelse
4. Hvad kunne være et fokusområde?
5. Grænseoverskridende innovationssamarbejde
6. Erfaringer fra Tyskland
  - Regionen på den anden side
  - Mulighed for eget set-up
  - Tillid, troværdighed, tålmodighed
7. Handlingsplan efter i dag





## 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”*



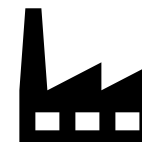
## Hvad er innovation?

- Det er en væsentlig forbedring af produkt, proces, organisationsform eller markedsføringsmetode, i GDI har vi især fokus på procesdelen og brugeroplevelsen
- En forbedring er dog kun en reel forbedring, hvis det er en forbedring i forhold til de overordnede målsætninger.

*Eksempel: En fabrik i Norge havde 2 produkter. Mel og olie. Da transport til kunden var omkostningstung, havde man en negativ salgspris på melet. Man kunne desværre ikke nøjes med at producere olien.*

*Løsning: Øge graden af automation. Vi reducerede fedtandelen i melet, hvilket medførte mindre mel og mere olie. Hvis vi blot havde øget kapaciteten eller salget, havde det været direkte underskudsgivende.*

- Det kan altså være fatalt at foreslå en løsning, hvis ikke man er bevidst om såvel det interne som det eksterne perspektiv





## Hvad er vigtigt at se på først?

### 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)



## 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.”*



## 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



## Grænseoverskridende innovationssamarbejde

Match

Arbejds møder

Eksterne rådgivere

Test og markeds-afprøvning

Evaluering og next step



# Grænseoverskridende innovationssamarbejde

*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

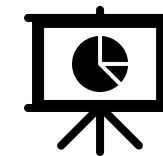




## Grænseoverskridende innovationssamarbejde

Hvor langt er vi kommet?

- Kick-off 18.6.
- Analyserapport
- >30 tilmeldt



Hvem er kommet videre?

- Husbådbygger har fået juridisk hjælp
- Biogasfirma har fundet ny leverandør
- Solpanelproducent er med i netværk





## Erfaringer fra Tyskland

- Erfaring med Tyskland
  - Boede der 1. gang i 1990
  - Salgsansvar fra 2000
  - Salgsdirektør fra 2007
- Gylden eksportmulighed
  - De søger sikre leverandører i EU
  - DK er foregangsland på flere felter
  - Vi kan lære meget af dem - de er selv champions i disciplinen (!)
- Hvorfor haster det?
  - De begynder at bygge tunnelen til januar 2021
  - Når tunnelen er færdig tager det 10 min i bil at komme over
  - Er du klar på den nye konkurrencesituation?





## Regionen på den anden side



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



ANDEL AF UNGE MENNESKER  
ER VÆSENTLIG OVER  
GENNEMSNITTET I TYSKLAND



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



VI KAN IKKE KONKURRERE PÅ  
PRIS. FOKUSER I STEDET 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 den type produkt henne. Måske du kan udplukke en håndfuld potentielle "sælgere" til "jobsamtaler"



## Husk de 3 t'er

### Tillid

- Vis at du gjort dit hjemmearbejde! Tyskerne har tillid til høj faglighed, grundighed og sikkerhed. De sælger på engelsk men køber på tysk.

### Troværdighed

- Vis ikke at du kan det hele, for så tror de ikke du kan noget! Hele pakken skal være troværdig. Det handler om kvalitet i detaljen men også om agilitet.

### Tålmodighed

- Invester tid og ressourcer i sektornetværk, fagspecifikke arrangementer og fora (Jahrestagung, Symposium). Vær present og vedholdende i relevante bundeslande.



## Handlingsplanen efter i dag

- Individuelt follow-up møde med GDI
- Konkretiser krav til samarbejdspartner
- Indledende match-making møde
- Grænseoverskridende arbejds møder
- Jeres direkte kontakt i processen:



Steffen Møller

[stm@ehsj.dk](mailto:stm@ehsj.dk)

M 61 88 46 30