

# 2020

## Status: Eksport Innspill fra sju næringer til Regjeringens eksporthandlingsplan

EKSPORTKREDITT  Finans Norge  NHO  
Export Credit Norway

STATUS: EKSPORT

### Hvordan lykkes med norsk eksportsatsing?



1. september 2020

## Innholdsfortegnelse

Status: Eksport Hvordan lykkes Norge med fremtidens eksportsatsing? .....	2
Ferdigvare.....	3
Maritim.....	4
Sjømat.....	9
Energi.....	10
Helseteknologi.....	13
Prosessindustri .....	16
IKT.....	19

## Status: Eksport

### Hvordan lykkes Norge med fremtidens eksportsatsing?

Onsdag 19. august 2020 arrangerte NHO, Finans Norge og Eksportkreditt Norge en konferanse om Norges fremtid som eksportland, «Status: Eksport».

Bakgrunnen er at Norge har tapt store markedsandeler av global handel de siste 20 årene. Handelsunderskuddet uten olje- og gaseksport er fordoblet til 400 milliarder kroner fra 2011 til 2019. Om få år vil oljeproduksjonen falle markant. Norges eksportgap må tettes.

For å lykkes med eksport må næringslivet, myndigheter og interessenter søke svar på en rekke spørsmål. Blant disse er:

- Hvilke næringer og verdikjeder skal satses på?
- Hvordan bli bedre på skalering og internasjonalisering?
- Hvordan skal en ny eksportsatsning styres og organiseres?
- Hvilke virkemidler skal brukes?

Regjeringen arbeider nå med en eksport Handlungsplan, som skal lanseres i løpet av høsten 2020.

På konferansen 19. august ba arrangørene representanter for sju næringer («bransjeledere/moderatorer») om å invitere bedrifter, klynger og bransjeorganisasjoner til å gi innspill til eksport Handlungsplanen og deretter oppsummere innspillene skriftlig. Næringsaktørene ga sine innspill og diskuterte disse i sju separate og parallelle digitale møter via Teams rett i etterkant av plenumskonferansen 19. august. Bransjelederne/moderatorene hadde bedt enkelte bransjeaktører om å forberede korte innlegg som innledning. Innspillsmøtene var åpne for alle interesserte.

De sju næringene med bransjeledere/moderatorer var:

- IKT: Liv Freihow, direktør politikk, IKT-Norge
- Helseteknologi: Kathrine Myhre, administrerende direktør, med Trine Radmann, head of international relations, NCE Norway Health Tech klyngen
- Maritim: Tom Kleppestø, daglig leder, Ocean Industry Forum Oslofjord
- Sjømat og havbruk: Sverre Johansen, direktør industri og handel, Sjømat Norge
- Ferdigvare: Egil Sundet, bransjesjef designindustrien, Norsk Industri
- Prosessindustri: Håvard Moe, konserndirektør teknologi, Elkem og styreleder Prosess21
- Energi (olje og gass og fornybar): Sjur Bratland, administrerende direktør, NORWEP

Dette dokumentet inneholder de ikke-redigerte innspillene fra de sju innspillsmøtene slik bransjelederne/moderatorene oppsummerte disse.

Arrangørene ønsker å takke bransjelederne/moderatorene samt alle som har bidratt med innspill.

Oslo, 1. september 2020

## Ferdigvare

Det var deltakere fra til sammen 12 små, mellomstore og store bedrifter, samt klynge- og andre organisasjoner. Blant annet Hexagon, Magnor Glassverk og Fjordfiesta. Sesjonen ble ledet av Egil Sundet fra Norsk Industri.

### *Prioriterte satsingsområder Ferdigvare:*

- Det er et ønske om en sektorsatsning på ferdigvareindustrien. Det har i moderne tid ikke vært noen spesiell satsning på å utvikle internasjonal konkurransekraft fra denne sektoren. Likevel er det her man finner de meste kjente merkevarene Norge har internasjonalt som Ekornes, Flokk, Jøtul og Jotun. Mange nevnte dette fra plenumsdelen av møtet. Det er viktig med fokus på skalerbarhet, og det er mange SMB bedrifter som har eksport, men som sliter med kapital og kompetanse for å utvikle denne
- De fleste pekte på behovet for et eksportkontor for design- og ferdigvareindustrien etter modell av Norwep. Det ble pekt på Norsk Industris forslag om dette, med et kontor som både kan tilby finansiell risikoavlastning for å utvikle eksportposisjoner, hente markedsinnsikt, bygge nettverk, profilering og konkrete aktiviteter i markedene. Mange tok opp i dag er det ikke bransjespesifikk kompetanse å finne gjennom virkemiddelapparatet, og den generelle er for dårlig og tilpasset behovene til bedriftene.
- Det ble av flere pekt på behovet for eksportstøtte over tid

Det ble pekt på at man ikke bare må ha fokus på eksport innenfor Norges naturgitte ressurser. De fleste industribedriftene innenfor ferdigvareindustrien har bygget sine posisjoner utenfor de naturgitte fortrinnene gjennom en høy kompetanse, unike produkter/god design og merkevarebygging. Ferdigvareindustrien i Norge har en produksjonsverdi på 120 mrd kr, 60.000 ansatte og ca halvparten eksporteres. I Norge er dette ca 6 % av eksporten, mens i våre skandinaviske naboland er andelen ca 25 %.

Det ble herunder trukket frem at ferdigvareindustrien selger et stort antall produkter til neste et like stort antall kunder i flere land. Det er derfor viktig med en risikoavlastning i oppbyggingen i markedene, og ikke like relevant med garantier eller kreditter, selv om en ser at dette er relevant for andre eksportører/bransjer.

### *Andre innspill:*

- Ønsker eksportrettet hjelp for mindre bedrifter, ikke bare de store.
- Ønsker en enklere hjelp til markedet av VMA. Innovasjon Norge har gitt god hjelp, men for mye generell teori og for lite praktiske råd, gjør de uaktuelle og utdaterte.
- Savner en felles arena med små og store bedrifter som kan dele erfaringer og kompetanse og øke samarbeid på tvers av størrelse.
- Ønsker økt fokus på hvordan man bruke digitale verktøy for å ekspandere internasjonalt i fremtiden.
- Fortolling til EU er svært problematisk og krevende for ferdigvarer i små format.

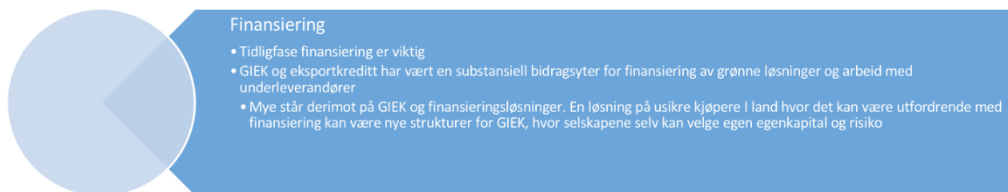
## Maritim

Av Maiken Meyer og Tom O. Kleppestø

### Prioriterte satsingsområder Maritim

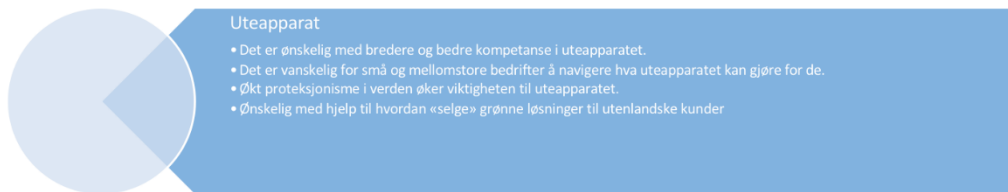
Vi har identifisert 4 ulike sentrale kategorier deltakerne snakket om:

- Finansiering
- Uteapparat
- Virkemiddelapparat
- Kommersialisering



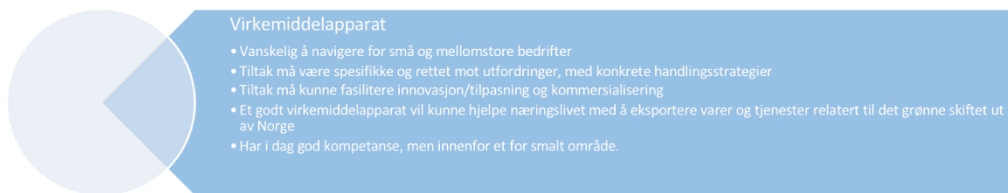
**Finansiering**

- Tidligfase finansiering er viktig
- GIEK og eksportkreditt har vært en substansiell bidragsyter for finansiering av grønne løsninger og arbeid med underleverandører
- Mye står derimot på GIEK og finansieringsløsninger. En løsning på usikre kjøpere i land hvor det kan være utfordrende med finansiering kan være nye strukturer for GIEK, hvor selskapene selv kan velge egen egenkapital og risiko



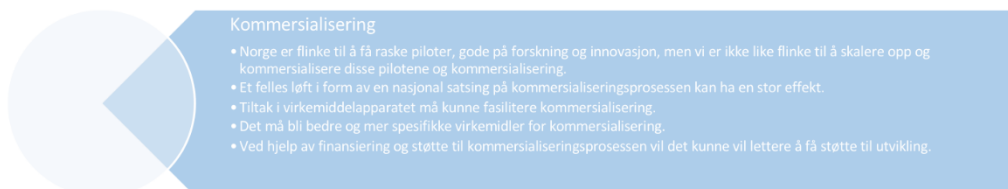
**Uteapparat**

- Det er ønskelig med bredere og bedre kompetanse i uteapparatet.
- Det er vanskelig for små og mellomstore bedrifter å navigere hva uteapparatet kan gjøre for de.
- Økt proteksjonisme i verden øker viktigheten til uteapparatet.
- Ønskelig med hjelp til hvordan «selge» grønne løsninger til utenlandske kunder



**Virkemiddelapparat**

- Vanskelig å navigere for små og mellomstore bedrifter
- Tiltak må være spesifikke og rettet mot utfordringer, med konkrete handlingsstrategier
- Tiltak må kunne fasilitere innovasjon/tilpasning og kommersialisering
- Et godt virkemiddelapparat vil kunne hjelpe næringslivet med å eksportere varer og tjenester relatert til det grønne skiftet ut av Norge
- Har i dag god kompetanse, men innenfor et for smalt område.



**Kommersialisering**

- Norge er flinke til å få raske piloter, gode på forskning og innovasjon, men vi er ikke like flinke til å skalere opp og kommersialisere disse pilotene og kommersialisering.
- Et felles løft i form av en nasjonal satsing på kommersialisering prosessen kan ha en stor effekt.
- Tiltak i virkemiddelapparatet må kunne fasilitere kommersialisering.
- Det må bli bedre og mer spesifikke virkemidler for kommersialisering.
- Ved hjelp av finansiering og støtte til kommersialisering prosessen vil det kunne vil lettere å få støtte til utvikling.

*Bern Blikstad, Ocean Industries, DNB Bank ASA og styremedlem OIFO*

Danmark ligger foran oss på havvind, noe som kan ha sammenheng med at Norge har hatt fokuset på olje og gass og er blitt "oljesmurt". For å øke eksport trenger man utrolig gode nisjer, eller store

enheter som kan konkurrere. Klarer man få havvind til å vokse opp til særlig store enheter, kan dette bli spesielt interessant. Da er tidligfase finansiering viktig.

Det er viktig å få samhandling mellom statlige institusjoner, academia og næringsliv. Norsk satsning på STEM-fagene (Science, Technology, Engineering og Mathematics) er ganske langt nede på OECD-statistikken. Det kan derfor være en idé å se på om man kan få flere fra BI og NHH ut i statlige etater. Eksport er konkurranse, og man må derfor ha et fokus på realpolitikk.

#### *Pia Meling, Massterly AS*

Det er vanskelig å navigere virkemiddelapparatet for små og mellomstore bedrifter. Det finnes mange ulike klynger i Norge, og flere av disse har til dels overlapp. I dag er det for lite fokus på å måle effekten av støtten staten gir til eksport. Her bør man få tydeligere og mer målbare mål. Norge er flinke til å få raske piloter, men ikke like flinke til å skalere opp og kommersialisere disse pilotene.

Det må bli mye bedre struktur rundt arbeidet og kompetansen til uteapparatet og bevisstheten rundt de lokale markedsfordelene små og mellomstore bedrifter har når man drar til utlandet. Videre er det viktig å skille mellom nasjonalt og internasjonalt arbeid i virkemiddelapparatet. Vi kan blant annet skille oss ut fra andre land med de etablerte digitale prosessene vi har i Norge. Det er også viktig å tørre å satse på områder der Norge har konkurransefortrinn.

#### *Erik Dyrkoren, Zeabuz AS, Trondheim og styremedlem OIFO*

Zeabuz AS er et relativt nystartet selskap med utspring fra NTNU som skal kommersialisere 10 år med forskning på autonome maritime farkoster. Zeabuz griper nå mulighetene i det gryende markedet for elektriske og autonome vannbusser med verdensledende teknologi, kompetanse og med særegen norsk samarbeidsånd. Vi skal gjøre dette i samarbeid med et økosystem av innovative selskaper.

Norge er allerede blant verdens ledende på elektriske skip (Ampere, Vision of the Fjords, Brim Explorer m.fl.) og kanskje best i verden på samarbeid med myndigheter og Sjøfartsdirektoratet. Forutsetningene for å lykkes med teknologiutvikling er definitivt til stede. Norge bør derfor gripe markedet for elektriske vannbusser, hvor det er et voksende norsk økosystem.

De fleste store byer er anlagt ved vannveier som i dag brukes i begrenset grad. Dette gir store muligheter for implementering av smarte vannbaserte mobilitetsløsninger. Vannbusser vil gjøre byer mer smidige, grønne og velfungerende. Vi har regnet oss frem til at det globale markedet for små, elektriske og autonome ferger kan være flere tusen enheter til å krysse elver, innsjøer m.m.

Norsk næringsliv har teknologien og kompetansen, men selskapene i dette økosystemet er små akører som ikke nødvendigvis vil lykkes selv. Et felles løft i form av en nasjonal satsing på kommersialiseringsprosessen kan ha en stor effekt, da vi anser at dette markedet sannsynligvis er en *high potential opportunity* Norge bør gripe. Dette gjør flere andre land.

#### *Randi Lunnan, professor, Handelshøyskolen BI, Centre for Ocean Business (OBZ) og styremedlem OIFO*

Innspill til virkemiddelapparatet basert på forskning:

Tiltak må være spesifikke og rettet mot utfordringer en har i konkrete markeder.

*Når man starter, vil man ofte ha en ulempe mot de man konkurrerer mot.  
Virkemiddelapparatet kan være nyttig for å overkomme disse ulempene.*

Det er mange fordeler av at tiltak rettes mot nettverk/klynger av komplementære bedrifter.

*Norske bedrifter som eksporterer er ofte veldig små*

*Fokuserte satsninger rettet mot nettverket vil kunne redusere risiko*

Tiltak må kunne fasilitere innovasjon/tilpasning og kommersialisering.

*Skalering og kommersialisering kan være vanskelig når man går inn i markeder hvor man må omstille innovasjonen for å tilpasse andre markeder. Virkemiddelapparatet kan utvikle og fasilitere kunnskap innen dette, om ikke til og med hjelpe til med tilpasningen.*

#### *Torun Degnes, SAMS-klyngen (Sustainable Autonomous Mobility Systems)*

Norge trenger en tydelig norsk konkret og forankret ambisjon på næringens vegne.

*Tydelige og tallfestede mål gir energi og retning. Dette kan gjøres gjennom formelle samarbeid med næringslivet, med sterke landslag fremfor regionalt fokus.*

Oppdatert forestilling om hva Norge kan/bør eksportere.

*Trenger flere ben å stå på, og må passe på å ikke bare ha fokus på det vi er gode på i dag*

*Man bør utfordre eksisterende oppfatning av hvor vi er sterkest*

*Med utgangspunkt i våre store, viktige og sterke bransjer må vi evne å se hvilke trender og utviklingstrekk globalt som vil endre våre rammebetingelser i årene som kommer. Vi må holde fokus på hva vi skal fortsette å være gode på, men også med sterkt fokus på hva vi må bli gode på fremover, basert på hva markedet vil etterspørre.*

*Vi har behov for kontinuerlig oppdatert kunnskap om utviklingen i utvalgte markeder som omsettes til oppdaterte strategier – ikke bare hos bedriftene, men også hos myndighetene*

*Mobilitet vil være et stort og viktig vekstområde globalt fremover der maritime løsninger inngår. Dette vil også få ringvirkninger til industrien rundt oss og bidra til norsk eksport samlet.*

Vi støtter behovet for en tydeligere, mer ambisiøs og tallfestet ambisjon forankret helt på toppen.

Delta aktivt i utviklingen av standarder, reguleringer og internasjonale spilleregler med utgangspunkt i en samlet norsk strategi.

Norge er gode på innovasjon og forskning, ikke så god på kommersialisering som vi trenger å være. Dette bør vi bli bedre på om vi skal omsette potensialet til faktisk eksport.

*Norske bedrifter får lavere konkurransefortrinn enn det bedriftene i nabolandene våre får*

*Aktivt søk etter nye eksportmuligheter i nye markeder gjennom kompetente*

*«speidere og fasilitatorer» i retning av hva Sverige og Danmark tilbyr.*

*Vi bør styrke bedriftenes endring til skalering og eksport - her trenger bedriftene støtte fra Staten. Man bør også utnytte potensialet som ligger i strukturen rundt de norske klyngene i større grad rettet mot å utvikle eksportevne.*

#### *Hege Økland, NCE Maritime Cleantech, Stord*

NCE Maritime Cleantech har 120 partnere. Disse har flere løsninger som kan gi store eksportinntekter til Norge i de kommende årene og som kan redusere klimautslippene.

Norge bør være oppmerksom på ikke å miste etablerte fortrinn. Hydrogenstrategien må endres og få mer tydelige og tallfestede mål. Dette vil gi klarere retning og dermed tydeligere mål å strekke seg etter for næringen.

Norge har en sterk posisjon på utslipp internasjonalt. Det blir nå strengere utslippskrav som kan drive frem norsk utslippsteknologi. For å sikre en norsk eksport her, må vi få bedre og mer spesifikke virkemidler for kommersialisering. Dette inkluderer også å bli mer treffsikker og behovsrettet.

*Der er ulike insentivordninger i de ulike markedene innen grønn teknologi. Det kan være vanskelig å nå frem til riktig nivå i riktig marked. Her kan klyngene hjelpe til, bl.a. ved klynge-til-klynge-samarbeid. Disse kan jobbe mot å sikre like og rettferdige konkurransevilkår. Det er en sterk bekymring for at store oppdrag for norske rederier går til lavkostnadsland som Tyrkia ol.*

### *Geir Håøy, Kongsberg Gruppen og Kongsberg Maritime*

I Kongsberg Gruppen kommer mer enn 80% av omsetningen fra havet og mer enn 80% av omsetningen er eksport. Kongsberg Gruppen har flere løsninger utviklet for norske behov som også er vellykket for internasjonale behov og eksport. Det er viktig at disse opprettholdes.

Den er den siste tiden blitt mer proteksjonisme i verden og gode avtaler er derfor svært viktig. Norge er et lite land, noe som betyr at uteapparatet har en spesielt viktig jobb. Her er det viktig å følge opp med god kompetanse og utvikle kompetanse etterhvert som ny teknologi og nye markeder kommer.

Kongsberg Maritime er opptatt av det grønne skiftet og jobber aktivt med å finne markeder i Norge før det oppskaleres globalt.

Korona og dobbeltkrisen (oljeprisfallet og kronefallet) har satt 20.000 arbeidsplasser på spill og bransjen står i fare for å miste grønn kompetanse. Norge kan ikke bli proteksjonistisk, men må fortsette bilateralt og internasjonalt samarbeid, samtidig som man bygger opp norsk arbeid og kompetanse.

### *Jorulf Nergård, ABB AS - Maritime*

ABB eksporterer stort sett det vi gjør i Norge (50–80%). Dette går mer på det grønne, hvor GIEK har vært en substansiell bidragsyter. Et virkemiddelapparat vil kunne hjelpe å eksportere varer og tjenester relatert til det grønne skiftet ut av Norge i volumer. I dag mangler man et virkemiddelapparat med konkrete handlingsstrategier.

Vareeiere ønsker å være konkurransedyktige prismessig, men nye løsninger er ofte mye dyrere og må derfor volumiseres. Dette kan ta tid, men et virkemiddelapparat vil kunne hjelpe mye her. Norge som land kan være med på å bygge kompetanse og infrastruktur for å bidra til produksjon av løsninger ved hjelp av virkemiddelapparatet.

## **KOMMENTARER**

### **Felix H. Tschudi**

Mye står på finansieringsløsninger og GIEK. Kjøpere er usikre på om de tør å kjøpe og i land som skal kjøpe kan det være utfordrende med finansiering. En løsning kunne vært nye strukturer for GIEK hvor selskapene selv kan velge egen egenkapital og risiko.



## **Torun Degnes**

Ved hjelp av finansiering og støtte til kommersialiseringsprosessen vil det kunne bli lettere å få støtte til utvikling. I dag er det mange kanaler å jobbe på og gjennom for å vokse. Vi er veldig gode på å bygge økosystemer etc, men man trenger en finansiell støtte for å komme seg videre.

## **Geir Håøy**

Kongsberg har 2.000 underleverandører som er helt essensielle for vår leveranse. Her har Eksportkreditt Norge og GIEK vært, og er, veldig viktige. Det som er viktig nå er å få større kapasitet og gjøre det mindre komplisert for de mindre selskapene.

Virkemiddelapparatet må dermed forenkles.

Dette virkemiddelapparatet har i dag svært god kompetanse, men innenfor et smalt område. Det må derfor få inn bredere kompetanse, noe som også gjelder uteapparatet. Vi trenger å styrke dette med kompetanse som er bredere og der Norge vil satse fremover. Et eksempel på dette er Norges kompetanse i havnæringen, hvor vi har et komparativt fortrinn.

## **Frode Skaar, Westcon Power & Automation, Ølensvåg**

Virkemiddelapparatet i Norge fungerer ganske bra. Vi har nå etterhvert mange grønne prosjekter og vår utfordring er hvordan «selge» våre grønne løsninger i utlandet til utenlandske slutt kunder. Her kan nok «myndighetene» legge til rette enda bedre, ref diskusjon rundt hva Danmark/Sverige gjør.

## Sjømat

Innspillsmøtet ble gjennomført som en del av konferansen "Status: Eksport", arrangert av Eksportkreditt Norge, NHO og Finans Norge.

Sjømatsesjonen hadde korte innledninger fra følgende personer:

Kristin Alnes, Sjømat Norge

Knut Helge Vestre, Coldwater Prawns of Norway

Hildegunn Fure Osmundsvåg, Star Seafood

Svein Ruud, Norway King Crab

### *Prioriterte satsingsområder Sjømat*

- Markedsadgang er svært viktig for sjømateksporten. Sjømat møter en rekke barrierer i handelen, både tariffære og ikke-tariffære handelshindringer. Norske myndigheter må prioritere arbeidet med markedsadgang enda høyere i dag, og det må være tilstrekkelig kapasitet og kompetanse i forvaltningen til å følge opp ulike markeder. Både departementene (NHD og UD) og underliggende etater (Mattilsynet, Tolldirektoratet m.fl) har viktige roller i dette arbeidet. Tilstedeværelse i sentrale markeder er nødvendig og prosessene må gå fortere enn de gjør i dag.
- Sjømatnæringa må bli mer markeds- og kundeorientert. Bransjen er i dag for produksjonsorientert, og det kan skapes langt større eksportverdier gjennom merkevarebygging, produkt differensiering og økt videreføring i Norge. Ensidig råvareeksport gjør sektoren ekstra sårbar for internasjonal konkurranse og svingninger.
- Det ligger betydelige eksportmuligheter knyttet til utnyttelse av nye marine ressurser, og det må utvikles robuste verdikjeder og forvaltningssystemer for disse.
- Forvaltningen og virkemiddelapparatet oppleves å være uoversiktlig og fragmentert, og dette bør forenkles og konsolideres. Eksport må i større grad løftes fram som et eget satsingsområde.
- Korona-pandemien har synliggjort nødvendigheten av å ha en statlig ordning for kredittforsikring av kortsiktige fordringer. GIEK sitt ansvar på dette området må videreføres og styrkes, også i en normalsituasjon.

## Energi

Norwegian Energy Partners (NORWEP) ble bedt om å lede sesjonen under Eksportkreditt sin konferanse «Hvordan lykkes med norsk eksportsatsing» der NORWEP ledet sesjonen innenfor energi. Målet med sesjonen var å få en samlet innstilling fra energibransjen til regjeringens eksportbehandlingsplan.

25 minutters sesjon gjør at det kun er hovedtrekkene som kommer frem. Det var drøyt 30 deltakere på dette innspillsmøte for energi. 4 selskaper holdt innlegg, alle deltakere ble bedt om å kommentere på innspillene i møtet eller i etterkant. Innspillene er dermed å betrakte som en felles innstilling fra dem som deltok på møtet fra industrien, og ikke som innspill fra NORWEP.

Det var stor enighet om at vi nå står ved et viktig veiskille og at det er avgjørende at man nå får en tydelig, målfestet strategi og retning for eksportsatsingen på overordnet nivå. Det haster med iverksettelsen og selv om mange av virkemidlene man har i dag virker, trengs justeringer og forbedringer. Eksporten må økes og er et langsiktig arbeid, basert på samarbeid mellom myndigheter, industri og næringsliv.

### *Prioriterte satsingsområder Energi*

- Bedre finansielle rammevilkår gjennom garantiordninger til leverandør, bedre tilgang på kapital til vekst- og skaleringsfasen og forbedret koordinering av de ulike finansieringsordningene
- Sterkere koordinering av virkemiddelapparatet med økt fokus på å speide etter kommersielle muligheter og åpne dører for norske virksomheter
- Etablering av hjemmemarkedet for prioriterte næringer der myndighetene bruker innkjøpsmakt og derved gir bedriftene viktige referanseprosjekter, noe som er viktig for videre eksport.
- Tydelige måltall for eksport gjennom anslag fra industrien. Større søkelys på kommersialisering og skalering av industrien

### *Finansiering*

Finansiering har historisk vært et viktig verktøy for Norge for å etablere og løfte frem bransjer. Det var et svært viktig verktøy for å etablere rederi- og skipsindustrien i Norge samt ved etableringen av olje- og gassindustrien med tilhørende leverandørindustri. Nå må det samme virkemiddelet igjen benyttes for de næringene Norge satser på og de næringene vi har komparative fordeler.

Industrien snakker ikke om å få ytterligere subsidier. Det som er behovet, er tilgang på lånerammer og risikoreduserende finansiering. Dette vil gi bedriftene nødvendig likviditet og finansiering til en rimelig penge. Øvrige finansinstitusjoner vil stille ytterligere opp dersom risikoen reduseres.

Det blir særlig pekt på Eksportkreditt sin manglende mulighet til å finansiere leverandørene. Næringsstrukturen i Norge innebærer at vi ofte leverer mindre deler av verdikjeden til et prosjekt og da blir finansiering for sluttkunden ikke så relevant. Noen aktører peker også på at Eksportkreditt sine ordninger er mer tilpasset komponent-leveranser enn prosjekt-leveranser.

Tilgangen på kapital og likviditet er underdimensjonert, spesielt når det gjelder vekst- og skaleringsfasen. Det pekes på at våre nærmeste konkurrent-land har ordninger for dette som brukes i ustrakt grad.

NORAD har ordninger som er med på å redusere risikoen for prosjekter, særlig i tidligfase. Det er viktig at disse blir markedsført og utvidet da de kan være viktige virkemidler, spesielt for leverandørkjeden innen fornybart. Norfund pekes også på som noen som godt kunne jobbe tettere med norsk næringsliv.

Det blir pekt på behovet for langt bedre koordinering av virkemidler og bistand/veiledning til å finne frem til ordninger som kan brukes, og at man tidlig får en tilbakemelding dersom ordningen ikke passer dette prosjektet.

#### *Koordinering av virkemiddelapparatet*

Sterkere koordinering av de ulike virkemidlene blir pekt på som enda viktigere i en fremtidig eksportsatsning. Ambassadene har ulike holdninger, kompetanse og vilje til å støtte næringslivet og bør i enda større grad få i oppgave å speide etter kommersielle muligheter og rapportere disse mulighetene tilbake til relevante aktører. Døråpnerfunksjonen for næringslivet bør tydeliggjøres da det bør være klart innenfor mandatet til ambassadene.

Målrettet markeds- og kundeorientering – en slags speiderfunksjon basert på kompetanse om markedet og behov bør styrkes ytterligere. NORWEP-modellen blir pekt på som en vellykket arbeidsmetodikk som må styrkes og utvides ytterligere. Lokalt ansatte med kompetanse om kunder og markeder kobles med leverandørens teknologi og evne til å levere.

#### *Hjemmemarkedets betydning for eksporten*

Det ble sterkt fremhevet at innenfor de næringene man satser sterkt på må det etableres et hjemmemarked som demonstrerer hva vi kan levere. Rammevilkår og konsesjonssystemer må etableres så raskt som mulig, særlig ble det pekt på offshore vind som et område der regelverket må på plass snarest. Det må legges til rette for samarbeid og clustre og innkjøpsmakten til myndighetene må brukes i større grad.

For å utvikle et marked må rammevilkår og konsesjonssystemer etableres så raskt som mulig. Særlig ble det pekt på offshore vind som et område der regelverket må på plass snarest.

#### *Målsettinger*

Det å ha klare målsettinger både på kort og lang sikt ble fremhevet som viktig. Måltallet må baseres på et realistisk anslag fra næringen. Dette vil synliggjøre ambisjonsnivået og bidra til å prioritere hvilke næringer man aktivt støtter i størst mulig grad. I Norge er vi flinke til å støtte opp om ulike næringer på forsknings- og innovasjonsnivå. Når det kommer til skalering og kommersialisering er det mindre prioritering av næringer og «næringsnøytralitet» blir viktigere. Næringsnøytralitet er et viktig begrep, men det blir overspilt. Norge må satse i næringer der vi har komparative fortrinn og derved

har realistiske muligheter til å lykkes. Dette gjelder også for skalering og kommersialisering. Det betyr ikke at politikerne skal bestemme hvilke næringer det skal satses på. Industrien må selv definere sine eksportambisjoner og -muligheter. Men myndighetene må støtte opp om de satsningene som industrien selv mener er realistiske.

## Helseteknologi

Helseindustrien møter mange barrierer nasjonalt og internasjonalt. De må igjennom kompliserte og unike prosesser i hvert enkelt marked før selskapet får godkjent produktet/løsningen. Veien fra idefasen til kommersiell fase er derfor lang, komplisert og dyr. De største barrierene ihht. Menonrapporten fra 2020 er tilgang til markeder og vekstkaptital. I det følgende trekker vi frem de viktigste grepene som vil ha betydning for raskere skalering, ref. debatten 19. august.

### *Prioriterte satsingsområder Helseteknologi*

- Det norske virkemiddelapparatet må bli mer enhetlig og samordnet, slik at synergier og effektivitet kan hentes ut. På samme tid må kompetansen om vår industri og kunnskap om markedet på det enkelte utekontor, økes, slik at utekontorene kan bidra som gode rådgivere og «speidere» for helsenæringen i det landet og markedet de er stasjonert. UDs opptak av nye ansatte må prioritere og vektlegge erfaring og kunnskap om næringslivet i vesentlig høyere grad enn i dag, og Innovasjon Norges ansatte må bygge kompetanse innen helsenæringen og prioritere å bygge kunnskap om vår industri på linje med andre raskt voksende næringer.
- Norway Health Tech støtter forslaget om et nasjonalt råd for eksportfremme, bestående av blant andre kompetent(e) representant(er) fra helseindustrien. Dette rådet bør forankres på SMK, slik at eksportfremme tillegges større vekt i virkemiddelapparatet. Videre ser vi at det bør utarbeides en helhetlig strategi for norsk helseindustri, med fokus på eksport/skalering og internasjonalisering, og med sektorspesifikke mål og tiltak.
- Norge må få på plass en eksportpakke, dvs. en låne- og garantiordning for SMBer. Denne må inneholde mellomfinansieringsordninger for småselskapene i skaleringsfasen. Ordningen må kunne bidra i perioder hvor etterspørselen ute er stor, produksjonen er i gang og bedriften må betale underleverandørene, uten at de har mottatt betaling fra kunden. Videre må eksportpakken inneholde kapital til å kunne dekke registrering, sertifisering og test, ressurser på bakken i det nye markedet, reiser, utstyr, regulatoriske krav og lokale tilpasninger. Statlig softfunding bør inngå i pakken. Statlig softfunding vil kunne bidra til å få bedriften opp i størrelse, mens kortsiktige lån kan avhjelpe produksjonskapitalbinding og friggi midler til eksportsatsing.
- Det er ønskelig at det utarbeides en ordning hvor GIEK/Eksportkreditt forskutterer for kundene, ved at hvor bedriften leverer og kunden betaler direkte til GIEK/Eksportkreditt når de mottar varene. Dette vil kunne skje ved overføringer fra GIEK/Eksportkreditt til bedriften når varene er klare for shipping for eksempel til ett spesifikt marked eller direkte til distributøren.
- Norge bør søke om å bli tatt opp i COSME
- Frihandelsavtalene med Kina og en langvarig og god handelsavtale med Storbritannia bør prioriteres.

### *Organisering av eksportfremme*

Helseindustrien er en relativt ny og sterkt voksende industri i Norge. Mens industrien har vokst jevnt og kraftig de siste 6-7 årene, har ikke det norske virkemiddelapparatets kunnskap og kompetanse om næringen fulgt med i like stor grad. Industrien opplever derfor at eksportrådgivningen som gis i Norge er vanskelig tilgjengelig, fragmentert med uklare ansvarsforhold.

Helseindustrien består av mange voksende start ups og scale ups og når de henvender seg til Innovasjon Norge og UDs stasjoner ute, er derfor rådene som gis mangelfulle og speiderne på disse kontorene forstår ofte ikke næringen. Det er derfor svært begrenset med kompetent eksportrådgivning å hente i Team Norway for norsk helseindustri. Det finnes 2-3 unntak, men den kompetente rådgivningen som er å finne skyldes personlige egenskaper og interesse hos enkeltindivider. Ikke et prioritert kompetanseområde fra norske myndigheter eller virkemiddelapparatets side.

1. Det norske virkemiddelapparatet må bli mer enhetlig og samordnet, slik at synergier og effektivitet kan hentes ut. På samme tid må kompetansen om vår industri og kunnskap om markedet på det enkelte utekontor, økes, slik at utekontorene kan bidra som gode rådgivere og «speidere» for helsenæringen i det landet og markedet de er stasjonert. UDs opptak av nye ansatte må prioritere og vektlegge erfaring og kunnskap om næringslivet i vesentlig høyere grad enn i dag, og Innovasjon Norges ansatte må bygge kompetanse innen helsenæringen og prioritere å bygge kunnskap om vår industri på linje med andre raskt voksende næringer.

*Sitat: Roald Kvam, Chief Strategy Officer i Motitech*

*Vi betaler gjerne for god rådgivning fra norske utekontor, men det kan ikke være vår oppgave å betale for rådgivernes kompetanseutvikling.*

### *Mål, ambisjoner og strategi*

**Et nasjonalt mål bør være å triple eksportinntektene fra norsk helseindustri innen 2030.**

2. Norway Health Tech støtter forslaget om et nasjonalt råd for eksportfremme, bestående av blant andre kompetent(e) representant(er) fra helseindustrien. Dette rådet bør forankres på SMK, slik at eksportfremme tillegges større vekt i virkemiddelapparatet. Videre ser vi at det bør utarbeides en helhetlig strategi for norsk helseindustri, med fokus på eksport/skalering og internasjonalisering, og med sektorspesifikke mål og tiltak.

En målbevisst satsing på eksportfremme knyttet direkte til helseindustrien og videre til enkeltmiljøer i utvalgte land, vil kunne øke verdiskapingen kraftig innen helsesektoren på kort- og lang sikt. Årsaken er at ved å bedre legge til rette for økt verdiskaping innen helseindustrien vil dagens løsninger bli mer effektive, økonomisk besparende, enkeltmennesker vil få øke livskvalitet og det mentale og fysiske behovet for behandlinger vil gå ned.

### *Ressurser*

1 av 3 norske helsetech bedrifter selger først til utlandet. De største mulighetene for vekst og verdiskaping ligger også i markedene utenfor Norge. Det er derfor tvingende nødvendig å få på plass finansiering av kort- og langsiktige investeringer i Norge som direkte eller indirekte går inn i verdikjeder i eksport. Dette bør prioriteres. Det samme gjelder finansiering av kort- og langsiktige investeringer i utlandet hvor norske interesser er tilstede.

De fleste små og kraftig voksende helsebedriftene må bruke tid og ressurser på å hente inn privat kapital til å kunne skalere, eller «åpne» et nytt marked. En omkostning for å åpne ett nytt marked for en bedrift med for eksempel en medical device ligger i kostnadssegmentet på 2-6 millioner.

3. Norge må få på plass en eksportpakke, dvs. en låne- og garantiordning for SMBer.

Denne må inneholde mellomfinansieringsordninger for småselskapene i skaleringsfasen. Ordningen må kunne bidra i perioder hvor etterspørselen ute er stor, produksjonen er i gang og bedriften må betale underleverandørene, uten at de har mottatt betaling fra kunden.

Videre må eksportpakken inneholde kapital til å kunne dekke registrering, sertifisering og test, ressurser på bakken i det nye markedet, reiser, utstyr, regulatoriske krav og lokale tilpasninger.

Statlig softfunding bør inngå i pakken. Statlig softfunding vil kunne bidra til å få bedriften opp i størrelse, mens kortsiktige lån kan avhjelpe produksjonskapitalbinding og frigi midler til eksportsatsing.

4. Det er ønskelig at det utarbeides en ordning hvor GIEK/Eksportkreditt forskutterer for kundene, ved at hvor bedriften leverer og kunden betaler direkte til GIEK/Eksportkreditt når de mottar varene. Dette vil kunne skje ved overføringer fra GIEK/Eksportkreditt til bedriften når varene er klare for shipping for eksempel til ett spesifikt marked eller direkte til distributøren.

### *Markedsadgang*

Handels- og investeringsavtaler med andre land er viktig for helseindustrien. Slike avtaler sørger for markedsadgang og forutsigbarhet for bedriftene. En frihandelsavtale med Kina som inkluderer helseindustri er ønskelig, og det er helt nødvendig å fremforhandle en omfattende avtale med Storbritannia.

Norge bør knytte seg tettest mulig opp til EU, og søke om å få bli med i COSME. Dette vil øke norsk helseteknologi sine muligheter i Europa.

Virkemiddelapparatet bør også øke kompetansen i de 10 viktigste markedene for norsk helseindustri mhp. å forstå innovasjonens økosystem i fokusmarkedene, hvordan innkjøpskjedene fungerer og hvem som er kjøpere, betalere og «brukere». Helseindustrien er en global industri og det er behov for kunnskap og kompetanse til å velge ut de viktigste markedene – og prioritere disse.

5. Norge bør søke om å bli tatt opp i COSME
6. Frihandelsavtalene med Kina og en langvarig og god handelsavtale med Storbritannia bør prioriteres.



## Prosessindustri

Under følger diskusjonspunkter og innspill gruppert i 6 hovedtemaer. Kulepunktene er forhåndsmeldte innspill. Innspill som kom under diskusjonen, er oppsummert under egne overskrifter. De 6 prioriterte satsingsområdene er angitt i første avsnitt.

### *Prioriterte satsingsområder Prosessindustri*

- Sikre konkurransedyktige og stabile rammebetingelser, og effektiv infrastruktur
- Innovasjonsstøtte langs hele innovasjonsverdikjeden; forskning – pilot – demoanlegg – markedsintroduksjon
- Slå ring om EØS-avtalen og frihandelsavtaler: Åpne grenser for handel – fortsatt innsats for flere og gode frihandelsavtaler
- Styrke de eksportnæringene vi har og etablere et hjemmemarked som senere kan fungere som en plattform for eksport. Støtte utvikling innenfor og i randsonen av industrier der vi allerede har en posisjon basert på konkurransefortrinn (vi kan ikke bli best i alt og må prioritere) I den forbindelse er NHOs veikart og Prosess21 sentrale og man bør bygge videre på rådene som har kommet.
- Sikre tilstrekkelige ressurser til utenriksstasjoner i landene som er satsingsområder for norske bedrifter. Stikkord her er tilstedeværelse, kompetanse og kontinuitet.
- Samspill med European Green Deal og posisjonering der Norge har fortrinn: Bidra til at Norske materialleveranser er integrert del av fremtidig EU batteri og sirkulærøkonomisatsing.

### *Konkurransedyktige rammebetingelser*

- Behov for langt bedre infrastruktur; veier, jernbane, havner (mesteparten av jernbanebevilgninger er til persontransport)
- God, stabil og konkurransedyktig energitilgang
- Unngå særnorske avgifter og hindre, som f.eks CO2-avgiften for kvotepliktige bedrifter
- Konkurransedyktige skatter og avgifter
- Sikre konkurransedyktige og stabile rammebetingelser, og effektiv infrastruktur
- Jobbe for internasjonal rettferdig konkurranse (global CO2 avgift, stå opp mot konkurransevridding)

### *Utdanning og FoU*

- Bidra til raskere omstilling og mer innovasjonsaktivitet
- Innovasjonsstøtte langs hele innovasjonsverdikjeden; forskning – pilot – demoanlegg – markedsintroduksjon
- Økt støtte til næringsrettet forskning

- Støtte til FoU og forskning – viktig risikoavlastning
- Industrifaglig utdanning (fagbrev generelt)
- Gode utdanningssystemer, også for omstilling
- Fleksible og bedriftstilpassede etter- og videreutdanningsordninger
- Økt satsing industrifag-opplæring (fagbrev generelt)
- Høy kvalitet og relevans innen høyskoler og universiteter

### *Handels- og Næringspolitikk*

- Slå ring om EØS-avtalen og frihandelsavtaler: Åpne grenser for handel – fortsatt innsats for flere og gode frihandelsavtaler
- Økonomisk politikk som bidrar til riktig valutakurs
- Finansierings- og garantiordninger
- Hjemmemarked som plattform for eksport
- Styrke de eksportnæringene vi har og etablere et hjemmemarked som senere kan fungere som en plattform for eksport. Støtte utvikling innenfor og i randsonen av industrier der vi allerede har en posisjon basert på konkurransefortrinn (vi kan ikke bli best i alt og må prioritere)
- Lær av naboland (DK og S): Svenske utenriksstasjoner har gått «fra å være døråpnere til speidere etter muligheter»

### *Innspill under møtet: Handels- og næringspolitikk*

I hvilken grad ønsker eksportlokomotivene å bidra til å bygge robuste verdikjeder for sine produkter med norske teknologileverandører som del av verdikjeden?

Eksportplan må også inkludere Tilrettelegging og økt aktivitet for å tiltrekke utenlandske investeringer - Invest In Norway-funksjonen styrkes til tilsvarende nivå som våre naboland (Sverige/Finland/ Danmark).

Det er en balansegang mellom hvor generelle og hvor spesifikke virkemidlene skal være. Virkemidler som favner bredt er i utgangspunktet å foretrekke

### *Foredling og teknologi*

- Stimuler til foredling og høy verdiskaping, ikke bare eksport av råvarer (eks elkraft, tømmer)
- Sikre høyere verdiskaping ved foredling; fra eksport av råmaterialer til eksport av avansert materialteknologi
- Stimulere til etablering av en avansert HealthTech industri med nasjonal utvikling og (beredskaps)produksjon

### *Grønn omstilling*

- Målrettet stimulering av virkemiddelapparatet mot forskning og utvikling i det grønne skiftet
- Sikre nok mengde og opphavsrett til grønn kraft for eksport av grønne produkter

- Drive etterspørsel etter grønne produkter gjennom offentlige innkjøp
- Etablere en ny eksportindustri basert på fornybar energi; offshore vind, flytende sol, og batterilagring
- Stort eksportpotensial i grønne elektriske verdikjeder. Bør være et satsingsområde i planen.
- Offentlig innkjøp av grønne produkter
- Utnytte vår høye kompetanse innen prosessindustri og CCS til å bygge en ny industri basert på CCU

#### *Innspill under møtet: Grønn omstilling*

En utfordring er hvordan vi skal prioritere de grønne kraftressursene vi har/vil få. Viktig at disse benyttes til virksomheter med høy verdiskaping og til det grønne skiftet. F.eks. har noen datalagringsvirksomheter et enorm energiforbruk, med begrenset verdiskaping - og som reduserer mulighet til mer verdiskapende bruk av kraften.

Samspill med European Green Deal og posisjonering der Norge har fortrinn:  
Bidra til at Norske materialleveranser er integrert del av fremtidig EU sirkulærøkonomisatsing.  
Partnerskap og posisjonering til EUs satsing på å utvikle en total europeisk verdikjede for batteri

#### *Virkemiddelapparatet*

- Mer målrettet sett av virkemidler og strategisk satsing der vi har fortrinn – jfr NHO-forslag om eget eksportsenter for strategiske satsinger.
- Sikre tilstrekkelige ressurser til utenriksstasjoner i landene som er satsingsområder for norske bedrifter. Stikkord her er tilstedeværelse, kompetanse og kontinuitet.
- Målrettet stimulering av virkemiddelapparatet mot forskning og utvikling i det grønne skiftet
- Videreutvikle et konkurransedyktig virkemiddelapparat med spesielt fokus på pilotering og implementering av ledende, bærekraftig teknologi

#### *Innspill under møtet: Virkemiddelapparatet*

Det er ikke behov for et nytt "råd" - nå leverer snart prosess21 sine råd - og NHO kommer med sitt veikart i dag. Vi trenger ikke et nytt råd som skal utmeisle strategi. Nå må Regjeringen ta ballen sammen med aktørene som har gitt råd.

Vi må satse strategisk, men skeptisk til at en nytt eksportsenter skal etableres. Her må vi bygge rundt etablerte strukturer (f.eks klynger). En Business Norway-modell etter svenskenes kan fungere bra, dvs spissede strategiske satsinger innenfor valgte områder (ex batteri) - der alle gode krefter samhandler.

## IKT

IKT-næringen er en av Norges største næringer med en total utenlandsomsetning på NOK 165 milliarder i 2017. Næringen har betydelig høyere vekstanslag enn den norske økonomien forøvrig. Til tross for store vekstprognoser taper IKT næringen markedsandeler internasjonalt, og lykkes i liten grad med etablering og vekst krevende og raskt-voksende markeder. Det bekymrer oss, og vi ser behov for en styrket satsing for å løfte norsk IKT eksport.

### *Prioriterte satsingsområder IKT*

- **Kompetanse**  
Et av de største hindrene for eksport blant IKT bedrifter oppgis å være mangel på kompetanse. Vi trenger en felles dugnad i privat og offentlig sektor for at Norge kan utvikle verdensledende forskning og utdanningsinstitusjoner. Dette handler om å utvikle oss beyond petroleum - dvs. at man trenger samme felles innsats som det man så da oljeeventyret startet. Da trenger vi tydelig handlekraft fra øverste hold.
- **Finansiering og incentivordninger -**  
Finansieringsordninger må særlig tilpasses SMB bedrifter - disse har ofte mer potensiale i utlandet enn det mindre startups har.  
Garantiordninger for eksport må være teknologinøytrale. Det må bli enklere å få eksportgaranti når man eksporterer programvare og digitale tjenester.  
Det har vært stort fokus på oppstartskapital, men det er også andre finansieringsordninger som er viktige for bedriftene og som bidrar til vekst. Eksempelvis har skattefunn fungert veldig godt - muligens kan dette videreføres til eksport området - eksempelvis ved at man premierer selskaper som satser innen eksport.
- **Aktiv markedsføring**  
Markedsapparatet er svært viktig. Styrk promotering av de positive assosiasjonene ved Norden, spesielt i Asia hvor det er tungt å komme inn.  
For selskaper som skalere og ønsker eksportmuligheter, må det gis bistand til markedsanalyser, branding mm. Se til reiselivet og hvordan man har bygget opp denne markedsføringen. Dette kan overføres til IKT-næringen.  
Se til Danmark for en sterkt markedsfokuseret tilnærming til eksport-støtte. Norge må få frem en tydelig markeds-approach og markedsføring, hvor vi blant annet får frem hvor digitale vi er, etikken vår og kulturen. For markeder i Asia kan denne typen markedsføring ha stor betydning. Ambassadene har en viktig rolle i dette arbeidet i mange markeder.
- **Analyse og markedskunnskap**  
Bedriftene har behov for kunnskap og informasjon om ulike land og markeder. Dette vil være verdifull beslutningsstøtte når man vurderer potensialet i ulike markeder opp mot hverandre og beslutter hvor man bør satse.  
Mange bedrifter etablerer seg i utlandet gjennom oppkjøp av lokale aktører. Speidere som kan bistå i å finne attraktive oppkjøpskandidater i markeder med stort potensial ville vært verdifullt.  
Det hadde vært nyttig med "markedsspeidere" som kunne gitt denne typen informasjon. Bedriftene mangler ofte kompetanse, tid og ressurser til å skaffe denne informasjonen på egenhånd.

- **Koordinert innsats**  
Etablering og satsing i nye markeder er krevende, og det hadde vært til stor hjelp dersom bedrifter (bransjer?), virkemiddelapparat, UD og regjeringen sammen pekte ut noen retninger for hvor man skal bruke ressurser. Slik kan bedrifter hjelpe hverandre, stå sterkere sammen og få målrettet hjelp fra støtteapparatet.
- **Praktisk hjelp**  
Enkle, praktiske hindre står ofte i veien for god tilgang i nye markeder. Tilgang på bankkonto, kunnskap om skatter, moms-regelverk, importregler, kontorlokaler er eksempler på praktiske utfordringer som stjeler mye tid i etableringsfasen. Støtte til disse funksjonene ville være til stor hjelp, særlig for SMB bedrifter.