

■ Grundlagt 1896 af Th. Green
Udgivet af
Dagbladet Børsen A/S

■ Ansv. chefredaktør
og adm. direktør:
Leif Beck Fallesen

■ Redaktionschef:
Bent Sørensen

■ Tryk:
Dansk Avstryk a/s

Dronningen viste vej for dansk erhvervsliv

Dronningen satte sig spontant og malede på koreansk porcelæn under sit igangværende besøg i Sydkorea. Hun viste sit kunstneriske talent, og hun brød alle traditioner for, hvad en regent gør under statsbesøg. Hun blev dermed et strålende eksempel for, hvordan vi skal klare os i en globaliseret verden. Det drejer sig om at leve sig ind i andre kulturer og om at komme med impulser fra sin egen kultur. Vi skal bryde gamle vaner og være parate til at blande korene.

At leve i en globaliseret verden betyder nemlig, at virksomheder vil arbejde endnu mere sammen end før, og vi må sende forretningsfolk og eksperter ud, ligesom vi må tage imod kompetente mennesker udefra, f.eks. som forskere og studerende. Ellers kan vi ikke klare os.

Dronningen fik en gave af den koreanske koncern Samsung, nemlig en mobiltelefon, som B&O har designet. I B&O-fjernsyn er der i dag en række elementer fra Samsung. Konkurrenter sælger altså til hinanden og hjælper hinanden – endda med frontteknologi og design, som er afgørende for overlevelsen. Flere danske erhvervsfolk sagde under det dronningebesøget, at virksomhederne bliver nødt til at arbejde endnu mere sammen end tidligere, og det er toner, som høres fra forskere og en helt ny generation af designere, som ikke blot arbejder med form-



FOTO: SCANPIX

givning af glas eller stole, men som skaber et design eller et koncept, som skal få virksomheder, de enkelte og selv nationerne til at fungere bedre. Nu mangler vi blot et ord for de ny designideer.

Sydkorea er et overset land, og det ligger langt nede på eksportlisten. Vi har indtil for få år siden betragtet Sydkorea som et halvvejs uland. Men det er et højtudviklet land, der kan klare kriser bedre end Japan, og det har fået en global kompetence inden for højteknologi og bioteknologi. Og så kan det lave masseproduktion af biler og skibe, som også dronningen i dag kan konstatere under sit besøg på Hyundai-skibsværftet, hvor A.P. Møller-Mærsk i årevis har været storkontraktant. Det er også A.P. Møl-

ler-Mærsk, der står bag den største danske eksportsucces til Sydkorea, nemlig med søtransport, der tæller nøjagtig lige så meget som den samlede vareeksport.

Sagt med andre ord: Dansk erhvervsliv har forstået at bevæge sig i retning af serviceerhverv og kommercialisering af f.eks. design og innovation. Der er grøde i erhvervslivet. Flere virksomheder begynder at gå på tværs af traditionelle grænser, og nu kan f.eks. landbruget se, at det ligefrem giver mere eksport, at vi har skrappe sikkerhedskrav for fødevarer, nemlig i afsætningen til Sydkorea.

Men der er brug for langt mere dristighed. Når mobilteknologitentret på Aalborg Universitet etablerer dattercentre i Indien og USA for at være på forkant med den trådløse teknologi, så bør alle virksomheder i endnu højere grad skabe aktivitet i udlandet.

Danske landmænd og forædlingsvirksomheder bør f.eks. med fuld kraft kaste sig ind på verdens største fødevaremarked, Kina. Fødevarer bliver et vækstmarked.

Det er den kreative og innovative styring af en global fødevarerproduktion, vi bør koncentrere os om, og ikke så meget en produktion i Danmark. Det er nemlig for småt. Sydkorea viser, at vi kan opnå globale positioner, hvis vi satser, og hvis vi tør gebærde os i den globale porcelænsbutik.

OPINION

KOMMENTAR

Brug for langt større satsning på klimaområdet i Danmark

Har Danmark tabt klimakampen på forhånd?

AF SØREN HOUMØLLER,
managing partner, Istmile

Danmark har en tradition for at levere klimaløsninger som for eksempel energibesparende pumper, vindmøller og vandrensning. Mens eksporttallene stiger og højpendede arbejdspladser bliver skabt hører man ofte, at vi må gentage disse succeser.

Hvad nu hvis vi ikke kan det? Hvad nu hvis spillereglerne er ændret? Hvad nu hvis vi er blevet selvfede og ikke har opdaget, at vores model har overskredet sidste salgsdato?

Visionen vi alle bør dele er, at fremtidens klimasamfund skal bygges i Danmark. Vi bør kunne levere løsninger, der strækker sig fra rent vand over miljøven-

lig energi til CO₂-reduktion. Men problemerne er til at få øje på:

- Inden for energi og miljø mangler vi i skrigende grad iværksætterkultur, som betyder, at vi mangler de personer, der skal konvertere ny teknologi til virksomheder med vækst.
- Vi mangler dynamik i den traditionelt tænkende, konservative energi- og miljøsektor, hvor kunderne er bundet til med kabler og rør. Det er ikke sundt for innovationsevnen, når kunderne kun svært kan skifte leverandør, så sektorens innovationsevne er lav.
- Vi mangler de små *start-ups*, der kan udvikles til vækst og ekspansion og dermed skabe de kommercielle succeser, vi ønsker os.

Mens vi går og nusser herhjemme og snakker om, hvor globalt

førende vi er, investerer andre helt ubegribeligt store beløb i at kunne levere de samme løsninger. Nogle eksempler: I foråret blev Berkeley University i Californien tildelt 500 mio. dollar til forskning i biobrændstoffer, og i tredje kvartal sidste år var ventureinvesteringerne i energi og miljø i Silicon Valley alene på 300 mio. dollar.

I Danmark var tallet 2-3 pct. af dette. Og på globalt plan blev der i 2006 investeret venturekapital svarende til over 8 mia. dollar i sektoren. Frem til 2012 ventes de akkumulerede ventureinvesteringer at runde 100 mia. dollar i ny energi alene, hvortil skal lægges investeringerne i miljøteknologi.

Det er de nye spilleregler. Skab en god grobund af viden og forskning, og lad så innovationen og iværksætterne modne forretningsideer, som har så meget potentiale, at investorer tror på dem og investerer i dem.

Vi har i Danmark gode organisationsformer med kort afstand fra top til bund, vi har et højt vidensniveau og erfaring og tradition, som vi kan benytte som basis. Men det er på ingen måde nok, hvis visionen om Danmark som fundament for fremtidens klimaløsninger skal opfyldes.

Skal vi have fat i en andel af det hastigt stigende verdensmarked for miljøeffektive teknologier på 550 mia. euro om året, kræver det, at vi både forstår de nye spilleregler og bliver meget bedre til at skabe globale forretninger på ideerne.

KOMMENTAR

Mangel på IT-arbejdskraft – klynk eller sovepude?

AF ARNE D. HANSEN,
country manager, Ciklum ApS

For gud ved hvilken gang fremturer IT-branchen med påstanden om, at man går glip af et hav af ordrer, fordi man ikke kan skaffe kvalificeret arbejdskraft. Den slags påstande er som regel rent guf for pressen, fordi de jo udstiller en rigtig dårlig situation med store samfundsmæssige tab osv.

Jeg påstår ikke, at det er løgn alt sammen. Der er gang i hjulene i IT-branchen, og visse typer medarbejdere, specielt akademikere, er afgjort svære at skaffe. I Danmark i hvert fald. Og hvis det absolut skal være danskere. Men er det strengt nødvendigt?

Det kræver selvfølgelig en vis omstilling for et dansk firma at skulle kommunikere med udlændinge i hverdagen, hvis man ikke har været vant til det. Men hvorfor ikke prøve? Eller i det mindste tænke tanken? Det er der desværre mange, der ikke gør, da det er meget lettere at slå ud med armene og sige: Vi kan ikke skaffe folk.

Dette mantra er i vid udstrækning udtryk for et ledelsesmæssigt svigt

og en ansvarsforflygtigelse, der virkelig bør give anledning til bekymring. Mistanken om dårlig undskyldning er meget svær at undgå.

Thi ikke ret langt væk, i Østeuropa, findes sådanne skarphjernede kapaciteter faktisk. De er både villige og tilgængelige for danske firmaer – uanset størrelse. Og så tjener de kun omkring en fjerdedel af, hvad tilsvarende danskere gør – rigeligt at kompensere sprog-, og kulturforskelle med.

De er også mobile, hvis man som virksomhed ikke ønsker at outsource i traditionel forstand. Med andre ord kan man forholdsvis nemt rekruttere f.eks. ukrainere eller russere med henblik til mere eller mindre permanent ophold i Danmark.

Historierne om Danmark som et lukket land er vildt overdrevne for så vidt sådanne medarbejdere. Det er faktisk en formssag at opnå arbejdstilladelse for disse mennesker.

Der er således behov for nytænkning og nedbrydning af fordomme i IT-branchen – i hvert fald i den del af branchen, som endnu ikke har set lyset i de mange fordele, f.eks. Østeuropa kan frembyde.

HOVEDREDAKTION: Møntergade 19, 1140 København K

REDAKTION:
Tlf. 33 32 01 02 - Fax 33 12 24 45
redaktionen@borsen.dk

ANNONCER:
annonce@borsen.dk
Tlf. 33 32 01 02 - Fax 33 91 10 50

ABONNENTSERVICE:
Tlf. 33 32 42 42
Fax 33 15 40 01
Åben: Kl. 6.30-16.30
abonnement@borsen.dk

ABONNEMENTSPRISER:
Kvartal kr. 890
Leveret på privatadr.: kr. 815
Halvår kr. 1.685
(Leveret på privatadr.: kr. 1.545)

Helår kr. 3.195
(Leveret på privatadr.: kr. 2.895)
BØRSEN ONLINE:
borsen.dk

Debatindlæg og kommentarer med navn, titel og adresse sendes til Børsen – gerne som e-mail. Indlæg må maksimalt være på 3000 tegn. Al redaktionel tekst lagres elektronisk. Dagbladet Børsen, Møntergade 19, 1140 København K. e-mail: opinion@borsen.dk.