Ny start for den dansk-indiske handel

Det kan godt betale sig at styrke de hidtil svage diplomatiske relationer med Indien. Handelsmæssigt er der stort uudnyttet potentiale, men især SMV'er oplever udfordringer

Af Sten Scheibye, formand, Industriens Fond, Thomas Bustrup, direktør, COO, Dansk Industri (DI) og Susanne Rumohr Hækkerup, direktør, Asia House

DEBAT Når **Lars Løkke Rasmussen (V)** sætter kurs mod Indien for at deltage i den store erhvervskonference Vibrant Gujarat, er det første gang i ti år, at en dansk statsminister besøger Indien. Det er den foreløbige kulmination på flere års tøbrud i de fastfrosne diplomatiske relationer mellem Danmark og Indien.

I 2018 underskrev Lars Løkke og Indiens premierminister, Narendra Modi, fire aftaler, der baner vej for øget samarbejde inden for bl.a. byudvikling. Aftalerne udspringer af et stigende indisk behov for grønne og bæredygtige løsninger inden for miljø og infrastruktur – med gode muligheder for danske virksomheder. Med denne positive udvikling i de diplomatiske relationer mellem Danmark og Indien er det derfor tid til at sætte alle sejl til for at få dansk erhvervsliv etableret på det indiske marked.

En del af vinden i sejlene skal komme fra det nye projekt The Indo-Danish SME Accelerator Platform. Projektet, som er støttet af **Industriens Fond**, er et samarbejde mellem **Asia House**, **DI**'s kontor i Indien, **Greentech Challenge** og en række andre danske offentlige og private erhvervsaktører. Formålet er at udvikle og etablere en acceleratorplatform i Bangalore, hvor udvalgte danske og indiske SMV'er i partnerskab tester, tilpasser og demonstrerer danske løsninger i Indien.

Den triste sandhed er nemlig, at danske virksomheder i dag klarer sig dårligt i Indien. Eksempelvis er Sveriges eksport til Indien næsten tre gange højere end den danske eksport, som i 2017 var på 10,75 mia. kr. I 2017 eksporterede Danmark flere varer til Island end til Indien. Og Island har vel at mærke 338.000 indbyggere mod Indiens 1,3 mia.

Før vi tager fat på arbejdet med disse udfordringer, får Danmark næppe et gennembrud på det indiske marked

Forklaringerne på den lave danske eksport til Indien er mangfoldige og komplekse. Men overordnet er det danske erhvervslandskab i højere grad præget af SMV'er, som typisk har vanskeligere ved at skabe eksport til fjerne markeder som det indiske. Derfor er det vigtigt at se på, hvad der holder de danske SMV'er fra at se mod Indien. Vi ved, at der er fire grundlæggende udfordringer:

1) Manglende viden om produkttilpasning: Som regel skal produkterne tilpasses lokale markedsbehov, men virksomhederne har sjældent mulighed for at tilegne sig viden om lokale forhold og ved derfor ikke, hvordan produktet skal tilpasses.

2) Manglende forudsætninger for at implementere et Proof of Concept (POC), der demonstrerer produktets duelighed på det udenlandske marked: Virksomhederne mangler viden om de krav, der stilles, og de juridiske spidsfindigheder samt finansiering til selve implementeringen.

3) Manglende tid og overskud til rejseaktivitet og forståelse af en ny kultur: Især SMV'erne har ikke mulighed for at sende nøglepersoner på mange og lange rejser til Indien for at skabe og pleje kontakter, finde troværdige samarbejdspartnere og indsamle viden om POC'er og produkttilpasning.

4) Manglende kapital og investeringer: De mindre virksomheder har sjældent kapital til en længerevarende satsning i Indien, hvor det kan tage flere år, før fortjenesten overstiger omkostningerne, og danske investorer anskuer ofte Indienrettede strategier som risikable.

Før vi tager fat på arbejdet med disse udfordringer, får Danmark næppe et gennembrud på det indiske marked. The Indo-Danish SME Accelerator Platform er ét ud af en række nye dansk-indiske initiativer.

Disse initiativer har både et erhvervsmæssigt, politisk og kulturelt fokus og med en bred vifte af danske aktører involveret. En ny dansk start i Indien har således længe været undervejs, og med statsministerens besøg i Indien er starten gået til et fremtidig stærkt forhold mellem Danmark og Indien. Dansk erhvervsliv bør derfor stå klar til at bruge dette momentum og opsøge de mange store muligheder på det indiske marked.