BERLINGSKE
2. SEKTION MANDAG 10. JUNI 2024

Succesfuld dansk juicekonge advarer mod blind satsning på Indien



Af Alexander Sjöberg alex@berlingske.dk

Engang lokkede det kinesiske mirakel. Økonomien boomede, og alle ville have en bid af kagen. Nu er den tid forbi. I stedet er det Indien, der får de danske virksomheder til at slikke sig om munden. Men pas på, siger erfaren dansk direktør.



Niels Østerberg er direktør for Orana, der gennem de seneste 20 år har flyttet kontor i Delhi fem gange på grund af vokseværk. Nu melder andre danske virksomheder om stor interesse for landet. PR-foto: Orana

Gud har sendt mig,« lød det fra Indiens premierminister, Narendra Modi, da han førte kampagne til det netop afholdte indiske valg.

Og skal man tro danske virksomheder, er der måske noget om snakken, for de føler sig kaldet til landet som aldrig før.

Ifølge nye tal fra Dansk Industri overvejer knap halvdelen af i alt 562 adspurgte danske virksomheder at øge deres engagement i Indien.

Dermed er verdens folkerigeste land den mest attraktive investering for danske virksomheder på verdensplan.

Særligt i Asien er investeringslysten tippet i Indiens retning.

I det »øvrige Asien«, som oplever voksende interesse, overvejer lidt over 40 procent af de danske virksomheder at øge deres investering, mens det for »Japan og Sydkorea« er lidt over 20 procent.

Særligt interessant er tallet for Kina.

Landet var i mange år topscorer, men i dag svarer kun lidt over ti procent af de adspurgte virksomheder, at de overvejer at øge deres engagement i landet. Samtidig viser undersøgelsen, at ti procent af virksomhederne ligefrem har mindsket deres engagement i Kina fra 2022 til 2024.

Dermed står det klart, at Modis kritikere måske nok synes, at manden er megaloman, når han hylder sig selv, hinduismen og italesætter sig selv som Guds udvalgte.

Men efter Modis sejr til valget er der med stor sandsynlighed mange danske virksomheder, der er tilfredse med, at han blev genvalgt som premierminister.

Det gælder ikke mindst en særlig aktiv dansker i landet.

Udviklingslandenes frugtkonge

Modi er en »stærk mand«, siger både tilhængere og modstandere.

Og det er Niels Østerberg, direktør for den danske virksomhed Orana, enig i.

Orana producerer et bredt udvalg af juice- og drikkevarer, og Niels Østerbergs firma er kendt for at investere i lande, hvor andre helst ikke opererer.

Kenya, Sri Lanka, Egypten og Malaysia er blot nogle af landene. Orana har også oplevet modgang, særligt de seneste år og især i Europa, men overordnet set har Niels Østerbergs forretning gjort det godt.

Så godt, at han egentlig ikke behøver at arbejde mere, fortalte han til mediet Erhverv+ for år tilbage.

Men han bliver ved, og da Berlingske fanger ham på telefonen, er han på forretningsrejse.

Snart falder snakken på Indien.

»Det er mere end 20 år siden, vi etablerede os der, og jeg vil sige, at vi har været med til at starte hele juiceindustrien i Indien,« lyder det fra Niels Østerberg.

»Vi fortryder ikke et øjeblik,« siger han og er ikke i tvivl om, hvad han håber på for Indien.

Tingene skal fortsætte med at gå, som de gør, for Modi har gjort det godt.

»Modi har skabt stabilitet«

Trods omfattende international kritik mener mange også, at han har gjort det godt. Det siges endda, at Modi er verdens mest populære leder trods sine autoritære tendenser.

Ifølge Niels Østerberg skyldes det, at Modi har gjort mange ting rigtigt, men for ham er noget af det mest centrale, at Modi har fokuseret på at få Indien til at fungere. Det gælder ikke mindst infrastrukturen.

Han giver et eksempel.

»Indien har lagt beskatning på udenlandsk import og har samtidig styrket den lokale produktion. Inden for juice lanceres flere og flere produkter med kun lokale råvarer, og de bliver markedsført som sådan,« siger han til Berlingske.

Det skaber større værdi for inderne, der ikke længere skal på de internationale markeder for at købe deres varer. Og udviklingen går igen i andre sektorer, forklarer Niels Østerberg. Dertil kommer en anden vigtig faktor:

»Modi har skabt stabilitet.«

Den indiske leder har i ti år fokuseret på økonomisk udvikling, mener Niels Østerberg, og selvom nogle eksperimenter er gået galt, og der langtfra er job til alle, er bundlinjen utvetydig.

Indien oplever stor vækst.

Landets bruttonationalprodukt er vokset med 8,2 procent i 2023-2024, viser dugfriske data ifølge The Times of India, og udviklingen lader kun til at fortsætte.

Det har skabt et ændret forbrugsmønster, forklarer Niels Østerberg, der selv har oplevet, hvordan efterspørgslen på hans varer, herunder såkaldte foodservice-produkter, pludselig begyndte at boome i Indien.

Ganske enkelt fordi flere har fået råd til at gå på café.

Indien er stadig et udviklingsland. Fem procent af landets befolkning lever under usle kår og er officielt stemplet som fattige, skriver indiske The Economic Times. For ti år siden var det knap 25 procent, viser tal fra FN.

Dermed er der meget, der taler for, at de danske virksomheder skal følge deres mavefornemmelse og rykke til Indien.

»Men at etablere sig i Indien er ingen nem opgave,« fortæller Niels Østerberg.

Nemmere i et kommunistisk land

Den, der går i gang, må have stor tålmodighed med landet, men også med dets befolkning.

For hvor arbejdskraften ganske vist er billig, og det derfor er billigt at producere i landet, er det ganske enkelt bøvlet at åbne forretning. Hver stat har sine egne regler, og der kan være told fra én stat til en anden.

»Det skyldes, at Indien er et demokrati, der har et enormt bureaukrati. Et land med en så enorm befolkning burde måske slet ikke være et demokrati. Så er det nogle gange nemmere at operere i et kommunistisk land som Kina og Vietnam,« siger Niels Østerberg, halvt i alvor, halvt i spøg.

Dertil kommer den hårde kamp for at få fat i de rigtige medarbejdere til at drive ens virksomhed lokalt.

Ansatte på gulvet er der masser af. Men lederne, der skal styre tingene, skal man kæmpe for at få fat i, og de ved, hvad de vil have.

De skifter job hver andet eller tredje år.

»Det er sådan, de får lønnen op,« forklarer Niels Østerberg, som beskriver, at indiske ledere forventer en lønstigning på 20-25 procent, når de rykker over i en ny stilling.

Du kan altså have fundet »den helt rigtige« til at lede din virksomhed i Indien. Men med et har vedkommende takket ja til et godt tilbud hos konkurrenten og rykker videre.

»Inderne er lynende intelligente. Men de har endnu ikke lært at kalde en skovl for en skovl og en spade for en spade,« morer Niels Østerberg sig, inden vi siger farvel og tak for nu.

Niels Østerberg rejser 250 dage om året, således også i dag. Næste stop: hans fabrik i Vietnam.

Alexander Sjöberg er Berlingskes korrespondent i Asien