



# Analyse af den danske vandsektors styrkepositioner, barrierer og muligheder for øget eksport.

Til  
Udenrigsministeriet (UM)

Fra  
Nicolai S. Rottbøll  
Maja Møllnitz Lange

Jackline Ogolla  
Wadim Baslow

Dato  
15 Januar 2021

Kontakt  
nicolai@quercus-group.com

© Quercus Group 2021

[www.quercus-group.com](http://www.quercus-group.com)

**QUERCUS GROUP**

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Resumé.

Danmarks styrkepositioner og aktørlandskab på vandområdet spænder bredt. En eksportstrategi skal derfor kunne imødekomme et bredt spektrum af store og små virksomheder, forskellige kompetencer, modenhed, markedsfokus, markedsrelevans, efterspørgsel og behov.

Den brede virksomhedssammensætning taler for en eksportstrategi med et varieret udbud af indsatser, som tilsammen rammer både store og små virksomheder.

Analysen vidner om en bred palette af eksportbarrierer, som spænder fra udfordringer med finansiering og pris, til behov for mere 1:1 support i markederne og et stærkere hjemmemarked bl.a. via nationale

storskala demonstrationsprojekter, som kan bruges til at vise danske løsninger frem i eksportøjemed.

Analysen viser, at virksomhederne ønsker et skarpt opgør med systemeksport-tanken, hvorimod de bekræfter en fortsat relevans af bysamarbejder og alliancer, som med fordel kan tænkes mere sektorspecifikke og geografisk afgrænsede.

Virksomhedernes forskelligartede markedsfokus argumenterer for, at strategien tager en bred markedstilgang kombineret med en række mere målrettede indsatser i særligt prioriterede lande.

Anbefalingerne inkluderer desuden en

stærkere kernefortælling med fokus på klima og miljøkrav, hvilket især handler om bedre kendskab til eksisterende markedsføringsmaterialer.

Det internationale marked for vandløsninger er i høj grad offentligt og en fremadrettet eksportindsats bør derfor bibeholde fokus på det offentlige marked. Mange SMVer efterspørger imidlertid en øget eksportindsats over for den private sektor og en øget relationsopbygning til de større internationale selskaber, der typisk vinder de større offentlige infrastrukturopgaver internationalt.

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Resumé (fortsat).

Endelig peger analysen på, at eksportstrategien bør forholde sig specifik til finansieringsmuligheder og en styrket koordinering internt i Trade Council og på tværs af ministerier og øvrige eksportfremmeaktører.

Afslutningsvis konkluderer analysen, at morgendagens løsninger og Danmarks fremadrettede eksportfokus bør zoome yderligere ind på digitalisering, databrug og klimaområdet.

På baggrund af analysen fremkommer i alt 7 kategorier af scenarier og anbefalinger som det fremadrettede arbejde med Danmarks første eksportstrategi for vandområdet kan forholde sig til.

1. Bevar det brede markedsfokus, men udvælg en række (få) markeder med særligt fokus.

2. Drop systemeksport men fortsæt alliancer og bysamarbejder i visse markeder

3. Bevar eksportfokus på den offentlige sektor, men styrk samtidig fokus på den private sektor

4. Styrk kernefortællingen og videndeling – men udbred først og fremmest kendskabet til eksisterende markedsføringsmaterialer

5. Stil flere (miljø)krav og styrk innovationen og hjemmemarkedet via storskala demonstrationsprojekter og en dansk ”integrator”

6. Målrettede finansieringsmodeller og mere information om eksisterende muligheder

7. Bedre intern koordinering internt i UM og med øvrige ministerier og aktører

# Indhold.

**1** Baggrund.

**2** Styrkepositioner.

**3** Eksportmarkeder.

**4** Barrierer.

**5** Drivere.

**6** Morgendagens løsninger.

**7** Scenarier og anbefalinger.

**8** Inspiration fra andre lande

**9** Metode

**10** Referencer

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Baggrund.

Vand er vigtigt som aldrig før. Vand understøtter næsten al økonomisk vækst på tværs af sektorer. Den samlede danske eksport af vandteknologi var i 2019 på 20,6 mia. kr. Heraf udgjorde vareeksporten 16,8 mia. kr. Serviceeksporten var på 3,8 mia. kr., hvoraf eksporten for rådgivende ingeniørvirksomheder udgjorde godt 600 mio. kr., mens den for vareproducerende virksomheder udgjorde 3,1 mia. kr. Branchen beskæftiger ca. 18.000 medarbejdere på omkring 350 virksomheder (Miljø - og Fødevareministeriet, Miljøstyrelsen, Eksport af vandteknologi. 2020).

Erhvervslivet har lanceret en målsætning om at fordoble eksporten af vandteknologi inden 2030. På baggrund af politisk aftale om genstart af dansk eksport lanceres den første eksportstrategi for vandområdet i foråret 2021.

Til baggrund for strategien har Udenrigsministeriet og Miljøministeriet bedt Quercus Group om en analyse af danske styrkepositioner, attraktive

eksportmarkeder, styrkepositioner, barrierer og drivere for eksporten og af morgendagens løsninger. Som en del af analysen udstikkes en række anbefalinger og scenarier til brug for strategiudformningen. Analysen er udarbejdet i december/ januar 2020/2021.

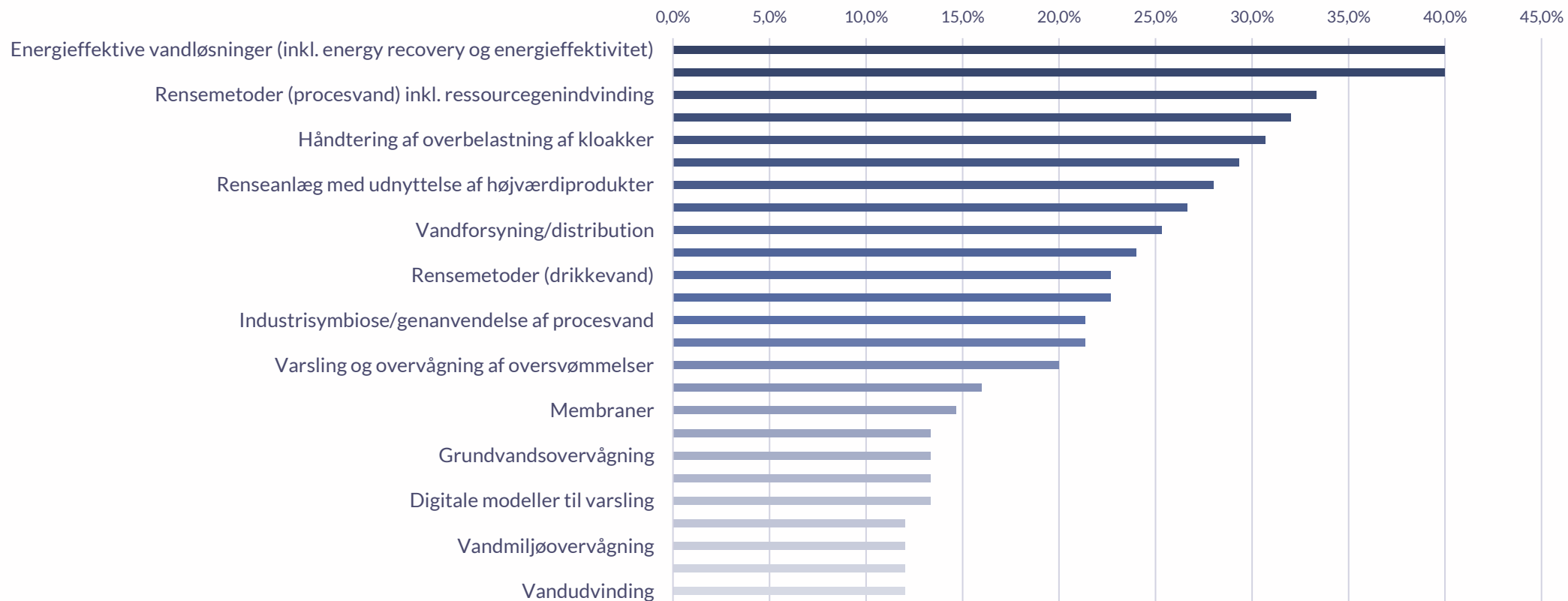
Analysen danner grobund for Udenrigsministeriet og Miljøministeriets strategidrøftelser i arbejdsgrupper og workshops med deltagelse af virksomheder, brancheorganisationer, videninstitutioner og øvrige vandaktører i første kvartal 2021.



## 2 Styrkepositioner.

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Styrkepositioner.



Kilde: Quercus Group survey blandt 75 vandvirksomheder, december 2020

# Styrkepositioner.

Sammenholdes den kvantitative undersøgelse, de kvalitative interviews og supplerende materiale, træder følgende 6 kategorier af styrkepositioner frem:

## Vandsystemer og industrielle applikationer.

Der er mange gode cases og historier inden for vand i relation til fødevarer, bryggerier og øvrige industrier (energioptimering, vandspild/tab/besparelser, rensning)

## Reduktion af energiforbrug og vandtab.

- Ressourceanlæg /rensning/ ressourcegenanvendelse
- Energioptimering
- Vandspild/ vandbesparelser
- CO2-neutralitet
- TCO tankesættet

## Distribution og kontrol af vand.

- Søgning af grundvand
- Drikkevand og forsyning, herunder vandtab og non-revenue water
- Offentligt-private samarbejder i forsyningerne/ integration af løsninger på tværs
- Styring/ fintrimmede processer



# Styrkepositioner.

## Håndtering af spildevand (fx genbrug af slam).

- Spildevandshåndtering og rensning
- Ressource recovery
- Energitilværdig/energieutral rensningsanlæg
- Energoptimering

## By- og klimatilpasningsdagsordenen (stormflod, skybrud, kystsikring mm).

- Flere peger på et uudnyttet potentiale inden for klimatilpasning, stormflod og især skybrudsområdet
- Modellering, digitalisering, overvågning og opsamling af relevant data
- Kloakering, afløb og håndtering af overbelastning
- Dog er der kun få danske virksomheder, der kan løfte denne dagsorden

## Tværgående styrkepositioner.

- Den energieffektive/energieutral vandsektor i bred forstand
- Godt netværk og samarbejde vandaktører imellem, både B2B og offentlig-privat
- Højt teknologisk niveau, faglighed og kompetence opbygget over mange år
- Hele værdikæden fra grundvand til vandrensning og energieffektivitet – og fra rådgivere til løsninger er repræsenteret
- Digitaliseringsniveauet i Danmark er unikt



# 3 Eksportmarkeder.

# Eksportmarkeder.

Danmarks største nuværende eksportmarkeder er

## Tyskland og Sverige

som repræsenterer 22 pct. af den samlede danske vandteknologiekспорт

**2.04 mia kr.** til Tyskland

**1.52 mia. kr.** til Sverige

**1.35 mia. kr.** til Kina

**1.23 mia. kr.** til USA

Danmarks totale eksport af vandteknologi I 2019 var

**20.6 mia. kr.**

**16.8 mia. kr.** vareeksport

**3.8 mia. kr.** serviceeksport (600 mio. kr. rådgivende Ingeniørvirksomheder; 3.1 mia. kr. vareproducerende virksomheder)

Siden 2010 er eksporten af vandteknologi steget med

**+ 37%** i alt

**+ 26%** vareeksport

**+137%** serviceeksport

EU-15 eksporten

1. Tyskland

2. Italien

**3. Danmark**

4. Belgien

5. Holland

6. Østrig

7. Sverige

**3,1 procent** i 2018 og 2019

# Eksportmarkeder.

## To lejre

med hensyn til Danmarks fremadrettede markedsfokus

**1** En række virksomheder og organisationer argumenter for at fokusere på få markeder som man arbejder i dybden med

**2** Lige så mange argumenterer for en bred markedstilgang i lyset af sektorens bredde og forskellighed i modenhed, produkt og størrelse

## Analyse af eksportpotentialet for vandteknologi

# Eksportmarkeder.

USA, 49,3%	Norge, 34,7%	Indien, 24,0%	Canada, 21,3%	Italien, 14,7%	Sydafrika, 12,0%	Korea, 10,7%	Saudi Arabien, 10,7%	Tyrkiet, 10,7%	Emiraterne, 9,3%		
					Japan, 9,3%		Estland, 8,0%			Irland, 8,0%	Kenya, 8,0%
Sverige, 44,0%	Storbritannien, 26,7%	Frankrig, 22,7%	Spanien, 20,0%	Polen, 14,7%	Kroatien, 9,3%	Østrig, 8,0%	Tanzania, 8,0%	Ghana, 6,7%	Græken..., 6,7%	Letland, 6,7%	
					Schweiz, 9,3%		Qatar, 8,0%	Serbi..., 6,7%	Bulgar..., 5,3%	Chile, 5,3%	Hong Kong, 5,3%
Tyskland, 44,0%	Finland, 24,0%	Holland, 22,7%	Belgien, 18,7%	Brasilien, 12,0%	Singapore, 9,3%	Rumæni..., 8,0%	Slove..., 6,7%	New Zealand, 5,3%	Thaila..., 5,3%	Uganda, 5,3%	Argent..., 5,3%
					Malaysia, 12,0%	Vietnam, 9,3%	Slovakiet, 8,0%	Ungarn, 6,7%	Rusland, 5,3%	Lux..., 4,0%	Eg..., 2,...

Kilde: Quercus Group survey blandt 75 vandvirksomheder, december 2020

Note: Figuren illustrer virksomhedernes syn på vigtige fremadrettede eksportmarkeder

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Eksportmarkeder.



### Yderligere observationer:

- Stor spredning på SMV'er og store virksomheders ønsker til strategiens markedsfokus. **De store virksomheder ser i højere grad mod USA, Kina og Indien**, mens **SMV'erne generelt ser mere mod nærmarkederne**.
- Såfremt det besluttet at fokusere eksportstrategien på få markeder, peger analysen på EU, USA, Indien og Kina.
- Der peges i den forbindelse på at **fokusere på tier 2 byer** som er mere tilgængelige.
- Der peges især på **mere myndighedssamarbejde** i Tyskland, USA, Indien og Kina.
- Vækstrådgivere skal i højere grad kunne repræsentere virksomhederne og øge deres kommercielle fokus.

Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Attraktive og relevante eksportmarkeder.

## Sektorer, byer og regioner frem for lande

Flere argumenter for at eksportstrategien med fordel kan fokuseres på sektorer og nexus'et mellem vand og fødevarer, landbrug, klimatilpasning m.v.

Indien, Kina og USA er mere oplagte for virksomheder, som kan tåle det lange seje træk eksempelvis i form af myndighedssamarbejder og konsortier. Disse markeder (og myndighedssamarbejder og konsortier) er således ikke nødvendigvis oplagte for mange SMV'er.

Fremfor at fokusere på lande, foreslås det at fokusere på regioner og byer ud fra, hvilke lokale behov og udfordringer, der matcher danske styrkepositioner.

## Udviklingsmarkeder og differentierede behov og udfordringer

Mht. udviklingsmarkeder vurderes Asien generelt mere klar til danske løsninger end Afrika.

Udviklingsmarkederne har forskellige behov, hvilket det bør tages højde for i en strategi. Asien har primært behov for rensning, mens Afrika primært har behov for forsyning.

IFU's fokus på Bangladesh, Pakistan, Vietnam m.fl. afspejler umiddelbart ikke virksomhedernes eksportfokus.



# 4 Barrierer.



## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Barrierer.



Kilde: Quercus Group survey blandt 75 vandvirksomheder, december 2020

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Barrierer.

Når den kvantitative undersøgelse suppleres med de kvalitative interviews træder følgende barrierer primært frem:

### Storytelling

Den danske fortælling og value proposition er ikke stærk nok. Der mangler et fælles narrativ. Flere mener dog, at story telling ikke vil have en større effekt, idet det er selve løsningen, ikke historien, der tæller i en salgssituation.

### Demo-projekter

Vi kan ikke vise de danske løsninger frem i tilstrækkelige grad.

### Mindset

Vi lider enten af beskedenhed eller arrogance ved ikke at se på markedets behov.

### Virksomhedsstørrelse

Majoriteten af danske vandvirksomheder har under 50 ansatte og har svært ved at engagere sig i større projekter.

### Forskellighed

Virksomhederne har forskellige behov og udgangspunkter – det kan være svært at tilgodese alle i erhvervsfremmesystemet.

### Ressourcer

Det er et langt sejt træk at eksportere vandløsninger og de små har ikke tid og råd til langstrakte, flerårige eksportmodningsforløb.

### Offentligt fokus

Markedet for vandløsninger er primært offentligt og eksportfremmeindsatsen bør derfor også fremadrettet fokusere på det offentlige marked. Flere SMVer og finansieringsaktører peger dog på behovet for at øge eksportindsatsen over for den private sektor, idet den offentlige sektor er tidskrævende, usikker og svær for mange SMV'er.

### System-integrator

Visse virksomheder peger på behovet for en "system integrator" som Ørsted på energiområdet, som kan spille ind på de store udbud og påtage sig den økonomiske risiko.

# Barrierer.

## Markedsindsigt

Virksomhederne mangler indsigt i muligheder, indgange, lovgivning, finansiering, potentielle partnere m.v.

## Videndeling

Flere virksomheder oplever, at niveauet for videndeling fra ambassaderne og organisationer er for lavt.

## Alliancer

Virker for nogen, men for mange er det for langstrakt og tidskrævende at engagere sig i alliancer.

## Lokalt netværk

Manglende lokalt netværk i markederne.

## Pris

Da vand er et offentligt anliggende, konkurrerer vi på pris. Prisen på danske løsninger vedbliver at være en forhindring i konkurrencen mod både svenskere og nordmænd (pga. valutakurs) og i det hele taget. TCO-tænkningen har ikke rodfastet sig i eksportmarkederne

## Fragtomkostninger

Udgør en væsentlig barriere for mange.

# Finansiering som barrierer.

## > Rådgivning

Der er behov for mere proaktiv rådgivning om finansiering. Mange kender ikke til mulighederne.

## > Risiko

Der mangler en aktør, som kan tage risikoen for virksomhederne i forbindelse med større projekter.

## > Risikovillig kapital

Der skal mere risikovillig kapital til, fx direkte kreditter fra EKF og kapital til start-ups med ny teknologi med henblik på at få de første referenceprojekter landet. Også kapital til fx *pre-feasibility* studier efterspørges mhp. at synliggøre at danske løsninger godt kan betale sig.

## > EKF

Der mangler generelt kendskab til EKF's services både blandt virksomheder, banker og

Trade Councils medarbejdere. EKF's rentesats vurderes af mange til at være for høj ligesom EKF's kriterier vurderes som svære at leve op til. Det gælder fx kravet om ordrevolumen og kreditværdighed af lokale partnere. Det er tilsvarende en udfordring for EKF, at virksomhederne ofte vil sælge noget "småt". Mange virksomheder har ikke økonomien til de store projekter.

## > IFU

IFU's projekter er meget store og for store til majoriteten af danske vandvirksomheder. IFU's markedsfokus afspejles kun delvist i virksomhedernes markedsfokus. IFU arbejder stort set kun med projekter over min. 100 mill. DKR, hvilket er en udfordring for de danske virksomheder. IFU undersøger aktuelt om minimumbeløbet, som skyldes OECD krav, kan ændres, så flere mindre virksomheder kan byde ind.

## > Business case

Der mangler helt overordnet en business case på vand - ikke mindst i udviklingslandene.

## > Investorer

Der er generel mangel på investorer i vandbranchen.

## > Købekraft

Modtagerlandenes manglende købekraft gør det svært at skabe eksportordrer.

## > Langt sejt træk

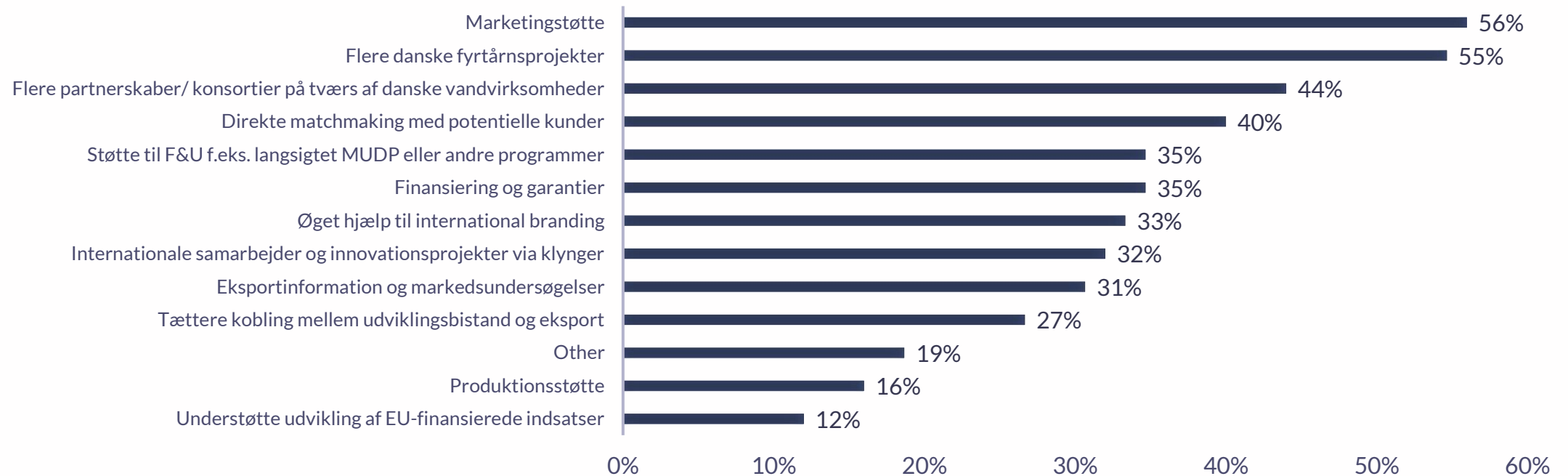
Det tager 3-5 år at gøde jorden for et nyt marked. Det skal finansieringsmulighederne afspejle.



# 5 **Driver.**

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Drivere.



Kilde: Quercus Group survey blandt 75 vandvirksomheder, december 2020

# Drivere.

Når den kvantitative undersøgelse suppleres med de kvalitative interviews træder følgende drivere primært frem:

## De danske miljøkrav

Et stort flertal peger på dansk miljølovgivning som den helt store innovationsdriver. Der efterspørges flere konkrete krav med henblik på fastholdelse og udvikling af Danmark som *first mover*.

## Partnerskaber

Der har været stor succes med faglige partnerskaber for både store og små virksomheder særligt ift. salg til det offentlige. Partnerskaber og generelt godt samarbejde mellem aktørerne og virksomhederne nævnes som en meget positiv faktor for sektoren.

## De målrettede erhvervsfremmende indsatser virker

Der efterspørges flere håndholdte indsatser og færre generiske. Virksomhederne og markederne er forskellige. Det skal tilbuddene afspejle.

## Visionen og den danske fortælling virker

Flere beretter om god succes med ministerdelegationer, ambassadører mm., der kan åbne en dør med den overordnede danske vision for vand og klima.

# Drivere.

## Myndighedssamarbejder

Myndighedssamarbejder modtager både ris og ros. Når det fungerer som driver, er det når der skabes kontakter og markedsmuligheder. Vandforsyning nævnes ofte som spillende en afgørende rolle ved at skabe troværdighed for projekter og involverede virksomheder.

## Bysamarbejde

Særligt de store virksomheder oplever succes ved bysamarbejde, hvor der er blevet etableret tillid og netværk, som ellers ville have taget mange år at opbygge.

## Investerings- og finansieringsmuligheder

IFU-projekter nævnes som driver, da de kan skabe gode regeringssamarbejder og netværk med lokale aktører såsom forsyningselskaber.

## Erhvervsfremme og interesseorganisationer

Mange eksportfremmende organisationer bliver rost for deres indsatser særligt ambassadernes evne til at åbne døre og til at være virksomhedernes forlængede arm på de lokale markeder.





# 6 Morgendagens løsninger.

# Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

## Morgendagens løsninger.

Quercus Groups analyse samt lignede studier viser følgende holdninger til Danmarks fremadrettede fokus for vandsektoren:

### Øget digitalisering og brug af open source data

En øget indsats her forventes at resultere i en mere effektiv, bæredygtig og innovativ - og mindre fragmenteret- sektor.

### Klima

Efterspørgslen på effektive løsninger til at reducere energi, spild og øge ressource-genindvinding er stigende og forventes kun at vokse.

### Flere og bedre partnerskaber herunder øget universitets-samarbejde

Mere fokus på den brede forsyningskæde med behov for alt fra relevante studier/universiteternes rolle, forskning og samarbejde med virksomhederne (sikre arbejdspladser, spændende jobs/ studiejobs og det endelige arbejdsmarked).

### Holistiske byløsninger

med respekt for samspillet mellem udfordringer, forskellighed og sektorer.

Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Morgendagens løsninger.

**En fælles vision** der kan bringe Danmark helt i front internationalt – med eksport og dansk jobskabelse til følge.

## En kernefortælling til det enkelte marked

Vi skal fokusere på de udfordringer, der er lokalt. Danskerne bliver hurtigt for arrogante og det er nødvendigt vi sætter os bedre ind i kundes behov og udfordringer. I Nordamerika skal kernefortællingen f.eks. være ” den klimaneutrale vandsektor”, som der er stor efterspørgsel på.

## Fremtidens forsyning: Hvad vil vi vise frem?

Flere demonstrationsprojekter kræver et bedre samspil i værdikæden. Der har de senere år været skrappe krav til forsyningssektoren om effektivisering og krav om primært fokus på drift inden for givne rammer. Forsynings rammevilkår bør afspejle mulighed og incitament til at købe gode danske løsninger inkl. TCO som beslutningsparameter.

## Flere ambitiøse politiske mål

Mere lovgivning på området til at drive innovation, incitament og udvikling. Vi skal bruge politiske mål og reguleringer til at drive både innovation og eksport.



# 7 Scenarier & anbefalinger.

# Fremtidsscenarier.

I en kommende eksportstrategi for vandbranchen er det afgørende at indtænke, at majoriteten af danske vandvirksomheder er mindre end 50 ansatte. Samtidig er det vigtigt at respektere, at branchen har en række større spillere som er afgørende for danske eksport og for at trække de mindre virksomheder med sig. S sammensætningen af små og store virksomheder er relevant i forhold til strategiens fokus på markeder, finansieringsordninger og services. Konsortier, myndighedssamarbejder, eksisterende finansieringstilbud og fjerne vækstmarkeder som USA, Kina og Indien er primært for de store virksomheder, mens 1:1 services, tempo, privatsektorfokus, mindre finansieringsordninger og nærmarkeder taler mere til SMV'erne.

På baggrund af de individuelle interviews, survey'en og tidligere analyser tegner der sig en række scenarier og dilemmaer, som kan danne udgangspunkt for udformningen af den kommende eksportstrategi.

1. Bevar det brede markedsfokus, men udvælg en række (få) markeder med særligt fokus.

2. Drop systemeksport men fortsæt alliancer og bysamarbejder i visse markeder

3. Bevar eksportfokus på den offentlige sector, men styrk samtidig fokus på den private sektor.

4. Styrk kernefortællingen og videndeling – men udbred først og fremmest kendskabet til eksisterende markedsføringsmaterialer

5. Stil flere (miljø)krav og styrk innovationen og hjemmemarkedet via storskala demonstrationsprojekter og en dansk "integrator"

6. Målrettede finansieringsmodeller og mere information om eksisterende muligheder

7. Bedre intern koordinering internt i UM og med øvrige ministerier og aktører

# Fremtidsscenarier.

## Scenarie 1

**Bevar det brede markedsfokus, men udvælg en række (få) markeder med særligt fokus.**

### Argumentet for at bevare et bredt markedsfokus er:

- Danske virksomheders løsninger, modenhed og markedsrelevans spænder meget bredt. Alle virksomheder er forskellige.
- Vandmarkedet globalt er lokalt. Det kræver lang tilstedeværelse, og lokal markedsforståelse.

### Argumentet for at fokusere på færre markeder er:

- Nogle markeder er særligt vigtige for en større gruppe af danske virksomheder.
- Der er ikke ressourcer til at stille med det samme tekniske og faglige kompetenceniveau på vandområdet på alle ambassader.

I markeder med begrænsede Trade Council ressourcer, kan man evt. blot fokusere på ”de lange linjer”, eksempelvis relationsopbygning og myndighedssamarbejde.

Faglighed på ambassaderne er afgørende for at kunne sælge flere danske løsninger, og det kan virke kontraproduktivt ikke at have de rigtige profiler. Der er brug for et kompetenceløft på ambassaderne både mht. vandfaglighed, forretningsforståelse og finansieringsinstrumenter.

Samtidig foreslås det at opgradere bemanningen i Miljøstyrelsen mhp.

at understøtte eksportarbejdet. Energistyrelsen har eksempelvis 10 gange så mange folk, som Miljøstyrelsen har på vandområdet.

En foreslået løsning er, at Trade Council arbejder i ”Globale Teams” på tværs af markeder således at en særlig vandkompetence på én ambassade kan bringes i spil på tværs af grænser. Derved vil barrieren i form af manglende teknisk og faglig kompetence på ambassaderne delvis kunne imødekommes.

# Fremtidsscenarier.

## Scenarie 2

### Drop systemeksport men fortsæt alliancer og bysamarbejder i visse markeder

#### > Systemeksport

udpeges som en utopi af stort set alle respondenter, idet 1) ingen markeder er interesseret i at købe en 100% dansk løsning, men derimod ønsker (og ofte kræver) lokale virksomheder involveret. 2) Ingen dansk virksomhed eller aktør kan agere på – og tage risikoen på vegne af et virksomhedskonsortium. 3) danske virksomheder er generelt for små til at byde ind på de store offentlige infrastrukturopgaver.

#### > Fra push til pull

Der bør fremadrettet være mere fokus på lokale tilpasninger af løsninger – det modsatte af systemeksport. Danmark bør forholde sig til de lokale behov. De lokale forhold definerer den gode løsning i det specifikke marked.

#### > WTA-eksemplet

i USA fremhæves omvendt som en stor succes og en tilgang som i visse tilfælde vil kunne bruges i andre markeder, såfremt man skræddersyr den til det lokale marked. En bekymring er dog, at det ofte vil være de sammen virksomheder, som deltager i alliancer og at dette kan virke hæmmende for virksomheder uden for alliancen.

#### > Utility-samarbejder

og by-til-by samarbejder fremhæves også som en værdiskabende tilgang for mange virksomheder i kraft af den "endorsement" og adgang, som en "neutral" forsyning eller en by kan skabe for virksomhederne.

#### > Myndighedssamarbejder

vurderes også nyttige for de større

virksomheder, og der efterspørges større kommercielt fokus. Sektorrådgiverne har imidlertid ikke nødvendigvis de rigtige kompetencer.

#### > I forhold til nye myndighedssamarbejder

nævnes Tyskland, USA (Californien, Houston, Illinois), Indien, Kina, Sverige, Norge, Japan, Østeuropa, Sydkorea, Storbritannien, Finland, Ghana, og Singapore som særligt relevante markeder.

#### > Alliancer og samarbejder

er primært for de store virksomheder og er typisk for langstrakte og ressourcekrævende for SMV'erne

#### > SMV'erne

foretrækker individuel 1:1 hjælp i de forskellige markeder og færre generiske tilbud.

# Fremtidsscenarier.

## Scenarie 3

### Bevar eksportfokus på den offentlige sektor men styrk samtidig fokus på den private sektor og tilbyd mere 1:1 support og færre generiske tilbud i den danske eksportfremme

#### > Mere af det private

Mange SMV'erne efterspørger et større fokus på den private sektor mhp. hurtigere adgang til eksportordrer fx til produktionsvirksomheder.

- Myndighedssamarbejde og by-til-by samarbejder er typisk for langstrakte og usikre for mange danske SMV'er. De kan med fordel have et mere kommercielt og forretningsudviklende fokus.
- SMV'erne ser gerne flere netværk til lokale virksomheder som gerne vil repræsentere eller samarbejde med danske virksomheder.

Udover vækstrådgivere efterspørger et netværk af lokale virksomheder, som gerne vil repræsentere danske virksomheder fx i Indien.

Som led i et mere privat eksportfokus foreslår flere at tænke vandeeksport mere sammen med

specifikke sektorer (Landbrug og fødevarer, sundhed, klima, biodiversitet osv). Desuden foreslås det at Trade Council lægger en indsats i at opbygge relationer og skaber synlighed om danske løsninger overfor de store internationale private corporates, som typisk vinder større infrastrukturopgaver.

#### > Forskellige løsninger til forskellige markeder og virksomheder

SMV'erne efterspørger mere 1:1 "håndholdt" support og flere proaktive efterretninger (løbende sektor- og markedsrapporter) og mere "boots on the ground" assistance med henblik på at identificere leads, kunder, partneremner, lovgivning og markedsmuligheder.

Trade Council skal forstå de lokale behov meget specifikt, og formidle den viden (fra push til pull).

Trade Councils indtjeningskrav og priserne for UMs ydelser er afgørende for, hvor meget især SMV'erne ønsker at (og kan) benytte sig af Trade Councils ydelser.

I forhold til organisationers og foreningers arbejde med eksportfremme ønskes at tættere samarbejde og koordination mellem disse. Nogle af organisationerne vurderes at have for mange projekter og være for langt fra virksomhedernes virkelighed.

Danmark skal være mere offensiv og være god til at tilpasse eksportfremmeindsatserne til forskellige markeds behov og forskellige virksomheders forskellige kompetencer, modenhed og størrelse.



# Fremtidsscenerier.

## Scenarie 4

### Styrk den danske kernefortællingen og videndelingen – men udbred først og fremmest kendskabet til eksisterende markedsføringsmaterialer

#### > Den danske kernefortælling

Mange virksomheder – og især de adspurgte organisationer, peger på behovet for en stærkere kernefortælling for Danmarks vandkompetencer.

Kernefortællingen skal have ”klima” som brændende platform og fokusere på den langsigtede værdi, som den danske tilgang til vand skaber i form af besparelser, TCO, effektivitet, ressourcegenanvendelse, CO2 reduktion og klima generelt. Herudover skal den dække, hvordan danske løsninger løser konkrete problemer på markederne.

Der er behov for at kunne tilpasse kernefortællingen til de forskellige markeder med fokus på markedernes forskellige

udfordringer og behov. Kendskabet til de gode cases skal udbredes.

#### > Mere relevant videndeling

Til at understøtte historiefortællingen efterspørger flere et bedre overblik over de danske kompetencer og et nationalt katalog over danske løsninger.

Virksomhederne efterspørger desuden mere proaktiv kommunikation om markedsmuligheder, lovgivning m.v. fra Trade Council og øvrige organisationer, som kritiseres for at holde relevant viden tilbage for virksomhederne.

#### > Brug eksisterende materialer

Analysen viser, at kendskabet til eksisterende

mappings, kernefortællinger og markedsføringsmaterialer fra eksempelvis State of Green m.fl. Organisationer er relativt begrænset. Derfor er det en anbefaling at man indledningsvis arbejder for at udbrede kendskabet til eksisterende markedsføringsmaterialer og tager udgangspunkt i disse fremfor at opbygge helt nye kernefortællinger og kortlægninger af danske løsninger.

# Fremtidsscenarier.

Scenarie 5

## Stil flere (miljø)krav og styrk innovationen og hjemmemarkedet via storskala demonstrationsprojekter og en dansk ”integrator”

### > Demonstrationsmuligheder

Mange virksomheder efterspørger bedre muligheder for at kunne demonstrere løsninger i danske forsyninger og infrastrukturopgaver med henblik på at kunne fremvise konkrete eksempler på danske løsninger overfor udenlandske besøgende.

### > Storskalaprojekter

Der peges i den forbindelse på behovet for flere midler til storskalaprojekter. Branchen efterspørger, at danske forsyninger pålægges et TCO krav og i højere grad indkøber danske løsninger mhp. at opbygge et interessant hjemmemarked. Et tættere samarbejde med

forsyningerne forventes samtidig at styrke vandbranchens innovationsevne.

### En samlende vandaktør A/S

En række aktører efterspørger en samlende vandaktør som Ørsted på energiområdet, som kan være drivende på danske storskala projekter og spille op imod verden og åbne døre til større internationale infrastrukturprojekter.

### Politiske miljøkrav

Danske styrkepositioner er delvist skabt på baggrund af tidlig offentlig regulering, hårde miljøkrav, og offentligt-privat samarbejde, som har påvirket innovation, entrepreneurship og adfærd.

De fleste virksomheder vurderer, at tidligere danske miljøkrav og reguleringer på vandområdet har skabt en innovation, som virksomhederne stadig lever højt på. Der efterspørges derfor nye miljøkrav til at drive ny innovation og skabelse af et hjemmemarked.

Flere og flere markeder efterspørger klimavenlige løsninger. Virksomhederne efterspørger lovgivning, der igen sætter Danmark på kortet som den grønne first mover.

# Fremtidsscenerier.

Scenarie 6

## Målrrettede finansieringsmodeller og mere information om eksisterende muligheder

*Bedre finansieringsmuligheder nævnes som en afgørende parameter for øget dansk eksport.*

### > Øg kendskabet til eksisterende muligheder

En begyndelse er at øge kendskabet til eksisterende finansieringsordninger og klæde virksomheder, Trade Councils medarbejdere, danske banker mm. bedre på.

Projektudviklingsfonden (Climate Investment 2 fonden) bør formidles mere aktivt.

UM kan desuden med fordel etablere en fast rådgivningstjeneste i forhold til virksomheders eksportaktiviteter.

### > Risikovillig kapital

Der efterspørges flere risikovillige midler, private investorer og modeller for blended finance.

Der efterspørges assistance til virksomhederne mht. finansieringsmodeller tilpasset de enkelte markeder. UM og Miljøstyrelsen vurderes at være de rette til at drive modellerne.

### > Mindre projekter og investering

Det efterspørges, at de statslige finansieringsinstitutioner (IFU og EKF) også får mulighed for at involvere sig i mindre projekter.

### > Garantifond

Der efterspørges en garantifond, der kan operere primært i udviklingslande mhp. at stille en garanti til de selskaber, som etableres i udlandet.

### > Målrrettede tilbud

EKF's renteniveau og UM's timesatser på services og ifm. fremstød og messer kan med fordel sænkes. SMV'erne efterspørger prisdifferentiering, således at taksterne for Trade Councils ydelser er lavere for SMV'er end for de større virksomheder

Flere erhvervsfremmemidler kan med fordel øremærkes til vandområdet (i dag er erhvervsfremmemidlerne ikke sektorspecifikke). Alternativt bør en aktør tage lead på at tilgå flere erhvervsfremmemidler på vegne af vandbranchen.

# Fremtidsscenerier.

Scenarie 7

## Bedre intern koordinering internt i UM og med øvrige ministerier og aktører

### > Brede forankring af indsatsen

En fordobling af den danske eksport af vandteknologi og services kræver en større grad af koordinering internt i UM, imellem ambassaderne, på tværs af ministerierne og danske vandorganisationer, forsyninger og universiteter.

Endvidere kan Trade Council og Miljøministeriet i højere grad arbejde sammen indbyrdes og med udvalgte byer og disses by-til-by samarbejder og øvrige internationaliseringsaktiviteter.

Det bør kortlægges, hvordan de forskellige organisationer og ministeriet bidrager til eksport.

Trade Council og øvrige eksportfremmeaktører er ikke gode nok til at evaluere på egne eksportaktiviteter. Indtjeningskravet menes desuden at resultere i for meget fokus på timer og for lidt på den overordnede eksport. Der skal mere fokus på opfølgning og KPI'er relateret til eksport.

Det vurderes fortsat som afgørende at have fokus på politiske rammer, som løbende udfordrer eksisterende løsninger i retning af yderligere innovationshøjde – balanceret op imod løbende at kunne konkurrere internationalt.

### > Internt i UM

Trade Council kan i højere grad arbejde sammen på tværs af markeder, ikke mindst i forhold til at bringe faglighed i spil på tværs af ambassaderne.

Udenrigsministeriet bør i den forbindelse overveje at ansætte en fuldtidskoordinator på vandområdet, hvilket allerede synes iværksat i form af et aktuelt stillingsopslag.

Danidas projekter kan bindes mere sammen med forskning og kommercielle muligheder.

Evaluer de gode indsatser, der virker og implementer dem der, hvor det giver mening.



# 8 Inspiration fra andre lande.

# Udvalgte lande

## Holland

Holland nævnes ofte som en væsentlig aktør på vandområdet. Hollands egne udfordringer med klimasikring har skabt et akut behov for gode løsninger.

Hollands succes er startet med et stærkt hjemmemarked på baggrund af en national "sense of urgency" med fokus på menneskeliv i lyset af, at store dele af landet ligger under havets overflade. Der er derfor ingen konkurrence om midlerne til klimasikring, hvilket betyder massive offentlige investeringer og erfaringer med store infrastrukturløsninger. Tilgangen har været tværfaglig med involvering af både offentlige og private aktører. De massive offentlige

investeringer har resulteret i mange store projekter, som også fungerer som laboratorier for nye løsninger og innovation. Alene budgettet til klimasikring er på 1 mio. euro årligt.

En stor del af det nationale budget går således til vandrelaterede projekter, som tjener til at opbygge kompetence og demonstrationsprojekter, som anvendes til eksport. Det gælder også i forhold til andre sektorer, hvor vand spiller en afgørende rolle (vand og landbrug, vand og energi, vand og affald osv.)

På grund af det store hjemmemarked er der fokus på konstant udvikling i form af en innovationskultur med etablerede muligheder for at afprøve nye løsninger i det virkelige liv.

Markedet er under konstant udvikling og der kan fokuseres på de langsigtede indsatsen både lokalt og i forhold til eksport, da investeringerne på hjemmemarkedet er sikrede.

# Hvordan andre lande gør det / Best practice.

## Israel

Israel fokuserer, ligesom Holland, primært på egne udfordringer. Israel er et tørt land, og deres vandløsninger passer til den stigende globale udfordring med vandmangel. Løsningerne er som udgangspunkt udviklede, gennemtestede og implementeret på et stærkt hjemmemarked.

*”Som mange andre lande i Mellemøsten og Nordafrika, står Israel over for en række vandrelaterede udfordringer, herunder mangel på vand, en stigende urbanisering og klimaændringer. Israel har foretaget langsigtede investeringer i vandteknologi, der har resulteret i en dynamisk, eksportorienteret vandsektor. Vand er blevet en stor industri for Israel, der består af mindst 300 virksomheder og over 100*

*nystartede virksomheder. Væksten har været massiv og sektoren har oplevet en eksportstigning på næsten 200 % på bare tre år. Israels fokus er på investeringer, udvikling af vandteknologi og relaterede tjenester” (World Bank, 2017).*



# 9 & 10 Methode & Referencer.



## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Metode.

Analysen er gennemført af Quercus Group via følgende metode:

**1. Desk top research:** Tidligere analyser af det danske aktørlandskab, styrker/svagheder/barrierer/drivere, attraktive eksportmarkeder, eksisterende demonstrationsmuligheder, innovationsmiljøer, igangværende initiativer, nuværende markedsføringstiltag mm. (se referenceliste)

2. Gennemførelse af **lyn-survey** blandt organisationer og virksomheder med fokus på aktørernes syn på styrkepositioner, attraktive eksportmarkeder, barrierer & muligheder, drivere og ønsker til den videre danske eksportfremmeindsats. Survey'en er besvaret af 75 respondenter fordelt på større virksomheder, SMV'er og interesseorganisationer/erhvervsfremmeaktører.

**3. Kvalitative interviews** med relevante nøgleaktører, herunder SMV'er, større virksomheder, organisationer, universiteter, finansieringsinstitutioner og udvalgte ambassader (Tyskland, USA og Sverige). I alt 19 interviews blev gennemført (se interviewliste).

**4. Udarbejdelse af 4-5 scenarier:** Konsulentteamet vurderer, at det bedste udgangspunkt for UMs efterfølgende strategiproces vil være en række konkrete scenarier (options), som kan danne udgangspunkt for de diskussioner, som i sidste ende skal føre frem til den nye danske eksportstrategi for vandområdet. Hvis det ønskes, tilbyder konsulentteamet desuden at facilitere en 1-2 timers workshop for en gruppe af danske aktører mhp. at diskutere og berige temaerne "innovationskraft" og "drivere og barrierer".

5. Fremlæggelse af endelige produkt i form af en Power Point og findings, herunder fremlæggelse ved workshop.

Undervejs i analyseforløbet har konsulentteamet fra Quercus Group været i løbende dialog med koordinator Jesper Køks Andersen i Uderigsministeriet og Anne Marie Sinck i Miljøministeriet og har desuden deltaget i en workshop med en arbejdsgruppe bestående af vandbranchens centrale organisationer.

Analysen blev udført i perioden 15. december 2020 til 13 januar 2021.

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Referencer.

- Copenhagen Economics: Eksport af dansk vandteknologi: Branchens syn på muligheder og barrierer (2016).
- Danva (2020), Vand i tal.
- Danva (2020), Strategi for 2020-2024.
- Dansk Industri: DI's analyse om international vandeeksport for danske virksomheder (2018).
- Envaqua (2020), Official Website. <https://www.envaqua.nl/>.
- Government Offices of Sweden (2015), Sweden's Export Strategy.
- KTC: [Dansk klimasikring med hollandske briller | ktc.dk](https://www.ktc.dk)
- Mikkelsen et al. (2019), Lad vand og data strømme. Danmarks Tekniske Universitet (DTU).
- Miljø - og Fødevareministeriet, Miljøstyrelsen: Eksport af vandteknologi (2019)
- Miljø - og Fødevareministeriet, Miljøstyrelsen: Eksport af vandteknologi (2020).
- Ministry of Foreign Affairs Finland (2018), Finish Water Way. International Water Strategy Finland.
- Netherlands Water Partnership (2021), Official Website. <https://www.netherlandswaterpartnership.com/>.
- Norwegian Ministry of Trade, Industries and Fisheries (2017), Strategy for Export and Internationalisation.
- State of Green (2020), Water for smart liveable cities.
- Strategy+Business (2019), Water Experts for the World. The Dutch turned adversity into a compelling economic opportunity. Other countries could do the same. <https://www.strategy-business.com/article/Water-Experts-for-the-World?gko=17853>.
- Sweden Water Research (2020), Official Website. <http://www.swedenwaterresearch.se/>.
- Water Alliance (2020), Official Website. <https://wateralliance.nl/en/>.
- World Bank (2017), Israel: How meeting water challenges spurred a dynamic export industry. <https://blogs.worldbank.org/water/israel-how-meeting-water-challenges-spurred-dynamic-export-industry>

## Analyse af eksportpotentialiet for vandteknologi

# Referencer | Interviews.

Organisation	Navn
Aarhus Vand	Claus Homann
Aquaporin	Søren Robenhagen
AVK	Michael Ramlau Hansen
Biokube	Peter Taarnhøj
Danish Export Association	Andreas Julskjaer Pedersen
Dansk Miljøteknologi	Søren Bukh Svenningsen
Danish Water Forum / DHI	Jesper Goodley Dannisøe
DI Vand	Mads Helleberg Dorff
DTU Water	Peter Steen Mikkelsen
EKF	Anders Thorsen og Marek Lyngbye Zandberg
Grundfos	Morten Riis og Jonas Fredsted Villadsen
Kamstrup	Per Trøjbo

Organisation	Navn
Kbh Kommune/C40	Lykke Leonardsen
IFU	Arent Christian Kjær, Tina Kollerup Hansen, Reik Haahr Müller
Rambøll	Søren Hvilshøj
Stjernholm	Ulrik Folkmann
Udenrigsministeriet (Tyskland)	Jakob Andersen
Udenrigsministeriet (USA)	Jacob Vind
Udenrigsministeriet (Sverige)	Sofia Wigen