

NOTAT

Bilag 11

2. marts 2011



Etablering af et offentlig-privat konsortium til markedsføring af danske velfærdsløsninger

1. Indledning

Velfærdssamfund i hele verden står over for store udfordringer med en voksende ældrebyrde, stigende sundhedsudgifter, et begrænset økonomisk råderum og mangel på kvalificeret arbejdskraft. Der vil derfor i de kommende år være en stigende international efterspørgsel efter velfærdsteknologier og -løsninger, som kan bidrage til at løse de ressourcemæssige udfordringer, velfærdssamfundene står overfor. Det er en udvikling, som kan skabe grundlag for nye erhvervsaktiviteter og nye arbejdspladser i Danmark.¹ For at udnytte vækstpotentialet på velfærdsområdet kræves det dog, at omverdenen kender til de danske styrker og kompetencer. Det fremgår derfor også af Handlingsplanen for offensiv global markedsføring af Danmark 2011-2012, at der skal etableres et offentlig-privat konsortium til markedsføring af danske velfærdsløsninger.

Sekretariatet har på den baggrund været i dialog med en lang række organisationer og virksomheder inden for området for at afdække konsortiets mulige indhold og sammensætning. Nærværende notat skitserer de foreløbige visioner for etableringen af et sådan konsortium med henblik på en første drøftelse i bestyrelsen.

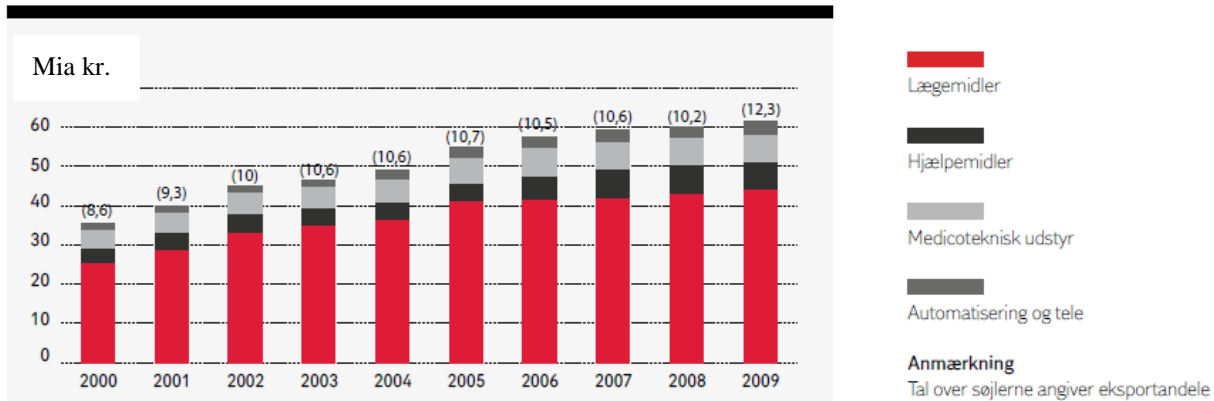
2. Baggrund

Ved velfærdsløsninger forstås i denne sammenhæng: lægemidler, hjælpemidler, medicoteknisk udstyr, automatisering og tele samt en række tilknyttede services (sidstnævnte er vanskelig at afgrænse statistisk, og data neden for knytter sig således til den øvrige del).

Danske virksomheder har gennem de senere år stået stærkt internationalt inden for bl.a. lægemidler og hjælpemidler, men vores konkurrenter haler ind på forspringet. Som det fremgår af figur 1 er den samlede eksport af velfærdsløsninger er steget fra knap 36 mia. kr. i år 2000 til knap 62 mia. kr. i 2009.

¹ Se Velfærdsteknologi – på vej til ny vækst, Danmarks Vækstråd 2009

Figur 1. Eksport i mia. kr. fra 2000-2009 for lægemidler, hjælpemidler, medicoteknisk udstyr samt automatisering og tele. I parentes angives andelen af den samlede eksport.

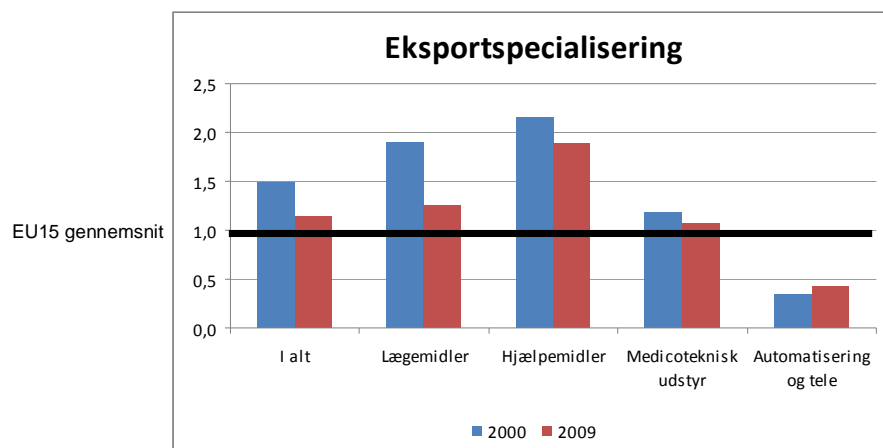


Kilde

Comext, DI-opdatering af Erhvervs- og Byggestyrelsens analyse til Danmarks Vækstråd

De første to søjler ("I alt") i figur 2 viser, at Danmark har en erhvervs-mæssig styrkeposition på området. Dog er den danske eksportspecialisering af velfærdsteknologi er gået markant tilbage fra år 2000 til 2009.

Figur 2: Eksportspecialisering inden for velfærdsteknologi



Kilde

Comext, DI-opdatering af Erhvervs- og Byggestyrelsens analyse til Danmarks Vækstråd

Danmark har med veludviklede velfærdsydelser samt store forestående investeringer i supersygehuse mv. i øjeblikket en enestående mulighed for at vise resten af verden, hvordan moderne velfærdsløsninger kan bidrage til at løse ovenstående udfordringer.

Der eksisterer i Danmark allerede en lang række nationale og regionale projekter, initiativer og begivenheder til udvikling af området for velfærdsløsninger. Af eksisterende og kommende initiativer mv. kan bl.a. nævnes ABT-fonden, der giver støtte til projekter der skal udvikle og fremme brugen af anvendt borgernær teknologi primært inden for sundheds- velfærdsområdet, og Fornyelsesfonden der skal støtte op om udvik-

ling og markedsmodning af nye offentligt-private velfærdsløsninger. Endvidere investorer der med nationale initiativer som bl.a. Forebyggelsesfonden, Højteknologifonden og regionale initiativer som Center for Sundhedsinnovation (Region Hovedstaden), Erhvervsklyngen Welfare Tech Region og Enheden for velfærdsinnovation (Region Syddanmark), massivt i udviklingen af nye sundheds- og velfærdsløsninger i Danmark.

Der er imidlertid ikke taget initiativ til at koordinere og samarbejde på tværs med henblik på internationalt at markedsføre og vise et samlet billede af Danmark som et land med stærke kompetencer inden for velfærdsløsninger.

3. Formål og indhold

Et offentlig-privat velfærdskonsortium skal markedsføre Danmarks styrker og kompetencer inden for velfærdsløsninger af en høj kvalitet med henblik på at styrke danske virksomheders muligheder for at afsætte produkter og serviceydelser samt tiltrække investeringer og højtuddannet arbejdskraft.

Fremadrettet vil danske virksomheder inden for velfærdsløsninger i kraft af en række store planlagte offentlige-private investeringer på velfærdsområdet, kunne markedsføre sig på en overbevisende fortælling om store investeringer i at løse fremtidens velfærdsudfordringer, herunder byggeriet af nye super-sygehuse, der kan fungere som udstillingsvindue for innovative virksomheder.

Den fælles markedsføringshistorie kan derfor tage udgangspunkt i følgende forhold:

- a. Samarbejde og effektivitet: Danmark har et godt og effektivt samspil mellem det offentlige og det private.
- b. Brugerinddragelse: Danmark er i front når det gælder evnen til at koble ny og eksisterende teknologi med viden om brugernes adfærd og konkrete behov.
- c. Progressiv lovgivning: Danmark har erfaringer med at bruge regulering som driver for innovation.
- d. National efterspørgsel: Danmark har en tradition for, at det offentlige tager sig af de ældre, de syge og de handikappede.

3.1 Målgrupper

Målgrupperne ventes at være udenlandske ressourcepersoner og meningsdannere inden for velfærdsområdet (udenlandske virksomheder, privathospitaler, udenlandske leverandører inden for velfærdsområdet, offentlige indkøbere, forskere, opkøbere og branchefolk), samt international presse og medier (tv, dagblade, ugeblade, fagblade, magasiner og elektroniske medier mv.).

Konsortiets arbejde ventes fokuseret omkring lande med særligt eksport- og investeringspotentiale, herunder OECD- samt BRIK-landene. Af sær-

lig interessante eksportmarkeder kan bl.a. nævnes Tyskland, Storbritannien, USA, Canada og på lidt længere sigt Kina.

3.2 Beskrivelse af aktiviteter

Konsortiet kan bl.a. igangsætte følgende med hinanden forbundne aktiviteter, der løber i perioden efterår 2011 til og med 2014:

Markedsføringshistorie og dansk brand:

Konsortiet skal udvikle en fælles markedsføringshistorie om danske styrker og kompetencer inden for velfærds løsninger, samt udvikle et fælles dansk brand. Da der ikke findes en stærk, sammentømret velfærdsbranche vil dette være en stor og væsentlig opgave for konsortiet

International PR, presse og kommunikation:

Der foreslås etableret en flersproglig, koordineret og slagkraftig international markedsføring af Danmarks kompetencer inden for velfærds løsninger. Indsatsen skal løbende bearbejde international presse samt tilvejebringe flersproget informationsmateriale på forskellige medieplatforme.

Besøgsprogrammer:

Der udvikles en kapacitet til at invitere, modtage og håndtere udenlandske beslutningstagere og meningsdannere inden for området (investorer, opkøbere, forskere, journalister og branchefolk) på fokuserede besøg i Danmark. Indsatsen foretages i tæt samspil med virksomheder, regioner og øvrige myndigheder, så der sikres en fornuftig spredning af besøgene.

Tiltrækning og fastholdelse af internationale talenter:

Der iværksættes en specifik indsats for at markedsføre Danmark som et godt arbejdsland med henblik på at tiltrække og fastholde udenlandske talenter inden for velfærdsområdet.

International signaturbegivenhed, målrettede konferencer m.m.:

Som led i markedsføringsindsatsen kan der etableres en markant international signaturbegivenhed med fokus på innovative og effektive velfærdsydelse. Begivenheden skal tiltrække internationale beslutningstagere og virksomheder til Danmark for at styrke Danmarks position på området. I tillæg hertil kan der afholdes en række mindre, eksklusive møder og konferencer med højt fagligt indhold og markedsføringspotentiale.

3.3. Forventede effekter

Et styrket kendskab til danske velfærds løsninger vil forbedre danske velfærdsvirksomheders muligheder for at afsætte produkter og serviceydelser internationalt samt tiltrække internationale investeringer og talenter til gavn for væksten og beskæftigelsen i Danmark.

4. Organisering

Konsortiet foreslås etableret som et offentlig-privat partnerskab bestående af Mfonden samt en række virksomheder/organisationer inden for lægemidler, hjælpemidler, medicoteknisk udstyr, automatisering og tele samt tilknyttede services.

Velfærdsconsortiet ledes af en bestyrelse bestående af repræsentanter for ejerkredsen og et udførende sekretariat. Partnerskabet betjenes af et mindre sekretariat, f.eks. med en direktør/programleder og to projektmedarbejdere.

Konsortiet vil – udover medlemskredsen – søge at samle øvrige danske velfærdsvirksomheder, -organisationer og -forskningsinstitutioner bredt om en fælles markedsføringshistorie.

5. Budget og finansiering

Med henblik på at sikre privat medfinansiering samt afdække potentialet for en samlet markedsføringsindsats har fondssekretariatet bl.a. været i dialog med DI samt gennemført en besøgsrække på en række virksomheder inden for velfærdsområdet, herunder Falck, ISS, Systematic og COWI. Endvidere har fondssekretariatet haft indledende kontakt til Dansk Erhverv, Dansk Rehab Gruppe og regionale aktører.

Der har været stor interesse for og opbakning til projektet, men der har endnu ikke været konkrete drøftelser om medfinansiering. Fonden til Markedsføring af Danmark ansøges om at finansiere op til 50 pct. af udgifterne, mens øvrige partnere i form af virksomheder, organisationer og fonde finansierer de resterende 50 pct.

6. Tidsplan

Det foreslås, at konsortiet etableres medio 2011 for en 3-årig periode. I 3. kvartal 2011 udformes således juridisk set-up, der indgås kontrakter med partnere, konceptet færdiggøres, og der ansættes en direktør.