

Nordjysk klynge på ordrejagt i Indonesien

EKSPORT: Et gigantisk ø-rige med gigantiske muligheder. Sådan betegner Danmarks ambassade i Jakarta det gryende eksportmarked Indonesien. Derfor har en nordjysk netværksklynge netop besøgt landet, og resultaterne lader ikke vente på sig

Af Jacob Lange
erhverv@nordjyske.dk

JAKARTA: Blot 35 danske virksomheder er ifølge Udenrigsministeriet lige nu registreret i Indonesien.

Det lave tal skyldes for en stor dels vedkommende, at Indonesien først for nylig er kommet med i en ny dansk vækstplan for 10 udvalgte lande, herunder Kina, Indi-



en, Sydkorea og Vietnam – og altså nu også Indonesien i den asiatiske del af strategien.

Indonesien ligger lige nu helt nede på en 60. plads på listen over Danmarks største eksport- og samhandelspartnere, og adspurgte på gaden svarer de fleste indonesere da også, at de primært kender Danmark for én ting, nemlig bulu tangkis – bedre kendt som badminton.

Ambassaden og Danida klar

For at gøre op med det manglende kendskab til Danmark og ikke mindst dansk erhvervsliv har en netværksklynge bestående af repræsentanter fra 12 forskellige industrivirksomheder været på netværkssekspektion for at udforske mulig-

Dan S. Christensen, oprindeligt fra Nibe, administrerende direktør i DK Engineering Ltd. i Jakarta, har boet i Sydøstasien i snart 30 år.

hederne i Indonesien.

Klyngen, som er etableret af Andersen Consult, og som Væksthus Nordjylland har været med til at udvikle, er især stærk på fiskeriteknologi, et område, hvor det indonesiske ø-rige har hårdt brug for viden for at effektivisere erhvervet og højne konkurrenceevnen.

Ifølge Lars Andersen fra Andersen Consult er det netop erhvervsklynger bestående af små og mellemstore højt specialiserede danske virksomheder, der skal sætte gang i samhandlen med Indonesien.

- Der er ingen tvivl om, at

vi har brug for store nationale erhvervsdelegationer med kongehuset, ministre og toneangivende danske virksomheder i spidsen. Det er med til at sikre en vigtig branding af Danmark. Men vi har også hårdt brug for, at små og mellemstore virksomheder slår sig sammen og i fællesskab drager ud i verden, siger Lars Andersen fra Andersen Consult, der har specialiseret sig i at hjælpe danske virksomheder i gang i udlandet.

Han forklarer, at som klynge er disse virksomheder markant stærkere stillet på store markeder som for ek-

sempel Indonesien:

- Vores oplevelse er, at både ambassaden og Danida er meget interesserede i at hjælpe danske virksomheder godt i gang herude. Det er en af grundene til, at deltagerne i vores netværk allerede har skabt afgørende kontakter i Indonesien, nævner Lars Andersen.

Vil fordoble eksporten

For at understrege seriositeten bag den danske regeringens vækststrategi i Indonesien besøgte daværende investerings- og handelsminister Pia Olsen Dyhr sidste år det sydøstasiatiske ø-rige,

der består af knap 14.000 millioner indbyggere – verdens fjerdestørste befolkning.

Formålet med det officielle besøg var at skabe kontakt mellem danske og indonesiske virksomheder, og overordnet set ønsker den danske stat at fordoble sin eksport til Indonesien, så den i 2016 rammer 1,2 milliarder kroner. Og der er grunde nok til at kigge endog meget nøje på det indonesiske marked, vurderer Anjelita Malik, der er ansat i Danida på den danske ambassade i Jakarta.

- Danmark er blandt de få

lande, der har specifikke udviklingsprogrammer i Indonesien. Og fra Danidas side er ambitionen at hjælpe flere tusinde danske virksomheder i gang, alene i 2014. ASEAN-markedet, der modsvare EU – blot i meget mindre skala – åbner i 2015, og derfor giver det rigtig god mening for danske virksomheder at bevæge sig ind i Indonesien allerede nu.

- Netværk og klynger, som dem Andersen Consult har etableret, er meget effektive, men vi ser generelt ikke ret mange af slagsen. Derfor hilser vi det velkomment, at det jyske netværk nu har taget



Den lille fiskeriklynge i netværket. Fra venstre Kenneth Smed, Anthony Divers, John B. Brink, Kasper Obel Byskov, og Lars Andersen.

DELTAGERE I DET NORDJYSKE NETVÆRKS BESØG

- Kenneth Smed, Smed Marine Service ApS.
- Kasper Obel Byskov, TSR Electronic A/S.
- Morten Villingshøj, Alexander Messerschmidt og Kenneth Berg, Villingshøj & Messerschmidt A/S.
- Anthony Divers, Shannon Consulting A/S.
- John B. Brink, Comet Trawl ApS.
- Niels Kronborg Nielsen og Kaj Christensen, KM Fish Machinery A/S.

- Allan Prang, Per Therkildsen og Preben Pedersen, Treco A/S.
- Jacob Lange, Lange PR A/S.
- Mads Riis Abrahamsen og Lars Andersen, Andersen Consult ApS.
- Anjelita Malik, coordinator Danida Business Partnership Programme, Danish Embassy Jakarta.
- Popo Anwar, programme officer, Trade Council, Danish Embassy Jakarta.



Med på besøget hos fiskefabrikken PT. Indomaguro Tunas Unggul var fra venstre: Allan Prang, Kaj Christensen, Preben Pedersen, Niels Kronborg Nielsen, Per Therkildsen, Lars Andersen, Mads Riis Abrahamsen, værten Tjandra Janto, Morten Villingshøj, Kenneth Berg og Alexander Messerschmidt.



Hektisk aktivitet på havnen op til eftermiddagens fiskeauktion i Muara Baru Fishing Complex.



Seks børn på den samme cykelvogn er ingen hindring i millionbyen Jakarta.

Fiskefabrikken PT. Indomaguro Tunas Unggul, placeret i Muara Baru Fishing Complex, er

BAG OM INDONESIEN



Selvom det er hårdt arbejde, er der alligevel masser af livsglæde at spore blandt de indonesiske fiskere.

■ Indonesien ligger i Sydøstasien og består af de seks hovedøer Sumatra, Java, Sulawesi, Bali, Kalimantan og Irian Jaya samt knap 14.000 mindre øer.

■ Omkring 3000 af øerne er beboede, og samlet set er Indonesien verdens største øgruppe. Befolkningen er primært muslimer, mens en mindre del er kristne, hinduer og buddhister.

■ Den årlige vækst ligger på omkring 6,5 procent - et tal, der ikke ventes at falde hen over de kommende år.

■ Indonesien er medlem af ASEAN, der fra 2015 udgør en form for økonomisk indre marked i Sydøstasien med Brunei, Burma, Cambodja, Indonesien, Laos, Malaysia, Filippinerne, Singapore, Thailand og Vietnam som medlemmer.





danskbygget og drives med langt større effektivitet og konkurrenceevne, end det ellers er tilfældet i Indonesien.



sagen i egen hånd og gennem Danida og Udenrigsministeriet er begyndt at etablere kontakt til lokale virksomheder og partnere her i Indonesien, fortæller hun.

Også fra den danske ambassades side hilses initiativet velkomment:

- Danske virksomheder kan noget med cleantech, fødevarer, infrastruktur, uddannelse, design og healthcare. Det er alt sammen en del af vækststrategien for Danmark i Indonesien, og det er lige nu et nærmest umætteligt marked, der vokser med cirka seks procent om året, nævner Popo Anwar, commercial advisor på den danske ambassade i Jakarta.

Mødt med åbne arme

Netop det har flere af netværksdeltagerne tænkt sig at gøre. Blandt andet TSR Electronic fra Thyborøn, der har slået sig sammen med Smed Marine Service, også fra Thyborøn.

De har indgået et partnerskab med Comet Trawl og Shannon Consulting, begge fra Esbjerg, og de fire virksomheder besidder tilsammen så stor viden om fiskeriteknologi, at den indonesiske fiskeindustri vil kunne høste store fordele ved at gå i dialog med klyngen.

- Tilsammen kan vi være med til at effektivisere de indonesiske fiskefartøjer både med hensyn til teknologi, fangstmetoder, trawltyper og hele den mekaniske side af fartøjerne, fortæller Kasper Obel Byskov, administrerende direktør i TSR Electronic A/S.

Han forklarer, at indoneserne har et enormt behov for den slags løsninger, fordi fiskeriet i Indonesien kan gøres meget mere effektivt uden at gå på kompromis med bæredygtigheden.

- Det er det, vi som danske virksomheder kan bidrage med, og vi bliver bogstavelig talt mødt med åbne arme, fastslår Kasper Obel Byskov.

- Derfor føler vi os overbevist om, at der er masser af forretning at hente. Men ingenting kommer af sig selv. Vi skal ville det og være tålmodige – og sikkert også lidt heldige. Men vi tror på det, lyder det fra Kasper Obel Byskov.

Også fra partnervirksomheden Smed Marine Service er der optimisme at spore:

- Der er store muligheder for os som klynge i Indonesien. Som enkeltvirksomheder er vi ikke nødvendigvis attraktive, men i kombination kan vi noget, indoneserne ikke har adgang til i dag.

- Vi har indtil videre haft

kontakt til flere lokale partnervirksomheder, og de er meget positive. Vi går jo ind og piller ved deres konkurrencekraft, og selvom fiskeriet ikke i nær samme grad er effektiviseret og moderniseret som i Europa, vil de gerne tjene penge. Det kan vi hjælpe dem med, siger Kenneth Smed, administrerende direktør i Smed Marine Service.

Der skal ansigt på

Ifølge den danske ambassade i Jakarta er der en lang række forhold, man som dansk virksomhed skal tage højde for, hvis man ønsker at gå ind i Indonesien. Blandt andet er det vigtigt at være til stede lokalt.

Der skal ansigter på, og det er uhyre vigtigt for indoneserne, at man investerer den fornødne tid i at sætte sig grundigt ind i det ofte komplicerede indonesiske system.

Her kan det være en særdeles effektiv genvej at etablere kontakt til en lokal partner, der kender forretningskikkene og de mange regler og love, der gør sig gældende.

Indoneserne er ikke sene til at se mulighederne for at tjene penge, og derfor kan det være en stor fordel at springe til hurtigt, hvis en lo-

kal kunde eller partner ønsker et konkret samarbejde. Og gør endelig brug af de danskere, der er bosat i Indonesien, lyder det fra ambassaden. De er som regel mere end parate til at hjælpe.

Det gælder for eksempel Dan S. Christensen, managing director i DK Engineering Ltd.. Han er oprindeligt fra Nibe, men har i en årrække boet i Indonesien og er indonesisk gift.

- Hvis man kommer til Indonesien og forventer, at forretningsmoralen, etikken og de gængse europæiske måder at lave forretning på også er gældende herude, bliver man hurtigt klogere.

- Alt kan genforhandles på et hvilket som helst tidspunkt i et kontraktforløb. Regnskaber og momsafregning bruges ikke på samme måde som i Europa, og man skal være meget opmærksom på ikke at falde for en masse løfter, men i stedet lave en tilbundsående research af, om ens medarbejdere og partnere rent faktisk kan det, de lover.

- Men gør man det, og finder man en god lokal partner, som man kan motivere enten økonomisk eller personligt, er markedet helt ekstremt interessant, og købekraften herude vokser mi-

nut for minut, lyder det fra Dan S. Christensen, der arbejder med energi, mineraler samt olie og gas.

En vurdering Lars Siggaard Andersen fra Andersen Consult deler:

- Noget af det man kan som klynge eller netværk, er at være med til at sikre hinanden. Desuden kommer man med større kompetencemæssige muskler. Det er vigtigt at kunne tilbyde kunden en totalløsning, således at man ikke fra indonesisk hold skal håndtere flere udenlandske leverandører på samme projekt.

- Den fiskeriklynge, vi har haft med herud, skal nok få succes. De kommer med en teknologi, der kan sikre de indonesiske fiskere en højere indtjening og langt mere udbyttegivende arbejdsresultater på grund af nye fangst- og køleteknikker.

- På samme måde har nordjyske Kølemadsen, Marine EL og KM Fish Machinery brugt masser af tid i eksempelvis Bangladesh. De deltager i netværket og har vist, at de kan spille det asiatiske spil, og nu har de netop høstet ordrer for 35 millioner kroner i Bangladesh. Det er en ægte succeshistorie, og mit bud er, at det er noget af det samme, der skal få samarbejdet med Indonesien til

at blomstre, nævner Lars Stigaard Andersen.

Strandede skibe

Og hvis man skal tro Tjandra Janto, administrerende direktør i et stort indonesisk fiskeforarbejdnings- og -frysehus, der i øvrigt har til huse i en danskbygget fabrik i Jakartas havnevarter, griber de jyske klyngevirksomheder det indonesiske marked helt rigtigt an:

- Verdensbanken lånte på et tidspunkt den indonesiske stat et voldsomt stort beløb, som der blev købt store og dyre fiskefartøjer for. Meningen var, at de skulle fordeles rundt om på øerne, så fiskerne kunne fange noget mere og tjene flere penge.

- Man glemte bare at uddanne fiskerne, fortælle dem, at der skulle olie på motorerne og i det hele taget forklare, hvorfor de skulle til at fiske med profit for øje og ikke bare mætte maver. I dag ligger mange af skibene helt stille. Når de danske virksomheder kommer med både teknologi og et ønske om at overføre viden, er det en helt anden snak. Vi vil nemlig gerne tjene penge. Vi skal bare vide hvordan og ikke mindst hvorfor, siger han.