

Pressemeddelelse 23. marts 2010

Danske virksomheder skal blive klar til BRIK

Nyt forskningsprojekt fastslår, at Brasilien, Rusland, Indien og Kina rummer et enormt vækstpotentiale. Men dansk erhvervsliv skal lære at begå sig på de nye vækstmarkeder, siger ekspert.

BRIK – samlebetegnelsen for Brasilien, Rusland, Indien og Kina – blev opfundet i 2001 af finanshuset Goldman Sachs, der ønskede at genoplive investeringslysten efter terror-angrebet 11. september. Fra at være et luftigt begreb fremstår BRIK-landene i dag som magtfulde globale aktører med potentiale til at blive fremtidens helt store vækstlande.

Det fastslår bogen *"Fremtidens stormagter – BRIK'erne i det globale spil: Brasilien, Rusland, Indien og Kina"*, resultatet af et flerårigt forskningsprojekt om BRIK-landene, der netop er kommet på gaden.

Annette Dahl er direktør for C3 Consulting, der i de seneste 4 år har trænet danske erhvervsfolk i at begå sig i Kina, og nu også dækker de øvrige BRIK-lande. Hun er helt enig i bogens konklusioner, men mener, at mange danske virksomheder endnu ikke er klar til at give sig i kast med de eksotiske markeder.

"Den globale krises forløb har understreget, at en ny verdensorden er ved at slå igennem. Særligt Kina og Indien har klaret sig imponerende gennem krisen, mens Brasilien også er godt med. Og mens de største danske virksomheder da også er i fuld gang med at etablere sig i BRIK-landene, er der lang vej endnu for mange af de små og mellemstore. De skal i gang med at udvikle det globale mind-set og interkulturelle kompetencer, der skal til for at begå sig på de nye vækstmarkeder", siger hun.

Kulturel forberedelse er afgørende

Det nye forskningsprojekt levner ingen tvivl om, at Kina, der i år forventes at overhale Japan som verdens næststørste økonomi, er i en klasse for sig. Men også de øvrige BRIK'er rummer store potentialer for dansk erhvervsliv.

Brasilien og Indien er med landenes hastigt voksende middelklasser oplagte mål for dansk eksport, og også Rusland, den rigeste af BRIK'erne målt i BNP pr. indbygger, er et lovende eksportmarked. Indien er med sin eksport af software og IT-baserede serviceydelser allerede blevet kendt som hele verdens kontor, mens Brasiliens udbud af højt kvalificeret arbejdskraft også gør landet interessant som produktionssted for bestemte brancher som fx medicinalindustrien.

Men selvom BRIK-landene byder på uanede muligheder for danske virksomheder, er den kulturelle forberedelse er et must, mener Annette Dahl.

"Kulturel indsigt er afgørende for, om man kan kommunikere succesfuldt på de fremmede markeder – med såvel forbrugere som forretningsforbindelser. I samarbejdet med de lokale partnere bør man fx vide, at gaver spiller en stor rolle i Kina, også i forretningssammenhæng – men man skal undgå at give fire af noget, da fire lyder som 'død' på kinesisk og derfor varsler uheld. Og når inderne ryster på hovedet, betyder det ikke 'nej' som hos os, men 'ja' eller 'jeg hører efter, hvad du siger'. I forhold til forbrugerne skal man være bevidst om, at de markedsføringstiltag, der virker perfekt i Danmark, måske rammer helt ved siden af i forhold til fx de russiske eller brasilianske forbrugere", siger hun.

Side 1/3

C3 Consulting ApS

Mølleparken 2
DK - 8723 Løsning

M: +45 6017 0817
kontakt@c3consulting.dk
www.c3consulting.dk

CVR: 32 26 62 82

Dilemmaer på BRIK-markederne

Udover at sætte sig ind i de kulturelle koder skal man klæde sine medarbejdere på til at håndtere de dilemmaer, der kan opstå i mødet med de anderledes forretningskulturer.

"I alle BRIK-økonomierne er korrupsion et udbredt problem. Her er det vigtigt, at man som dansk virksomhed tager en diskussion om, hvor grænsen går mellem decideret bestikkelse og den pleje af forretningsforbindelser, der er så vigtig i flere af landene – ellers lader man sine medarbejdere i stikken, når de pludselig står i en gråzone-situation", siger Annette Dahl.

Hun påpeger, at der kommer ekstra udfordringer til, hvis man ønsker at etablere produktion i et af BRIK-landene og ansætte lokal arbejdskraft.

"Fælles for BRIK-landene er, at virksomhedskulturen er langt mere hierarkisk end den danske. Så hvad gør man som dansk leder – skal man selv tilpasse sig eller forsøge at ændre medarbejdernes opfattelse af, hvad en leders rolle er? Eller skal man prøve at skabe en helt ny virksomhedskultur, hvor man udnytter de kulturelle forskelle som en ressource, og tager det bedste fra begge verdener? Der findes ingen facit-liste, men hvad man end vælger, kræver det for at kunne lykkes en ledelse med stærke interkulturelle kompetencer og indsigt i både sin egen og den fremmede kultur", siger hun.

Ifølge Annette Dahl oplever mange mindre virksomheder det som en stor mundfuld at omstille sig til at agere globalt, og et globalt mind-set er da heller ikke noget, man udvikler fra den ene dag til den anden.

"Men der er masser af gode tilskudsmuligheder og netværk, som virksomhederne kan støtte sig til undervejs. Faktum er, at BRIK'erne bliver fremtidens vækstlokomotiver, og konkurrencen på de nye markeder er allerede hård. Hvis danske virksomheder vil med på vognen, er det nu, de skal rykke" slutter hun.

FAKTA OM BRIK-LANDENE

BRIK'erne har haft langvarigt høje vækstrater fra og med år 2000 (især Kina endnu længere tilbage)

BRIK'erne repræsenterer tilsammen over 40 pct. af klodens befolkning

BRIK'erne rummer enorme, købedygtige middelklasser – iflg. overslag er BRIK'ernes samlede middelklasse i dag på størrelse med EU's samlede befolkning

Prognoser viser, at BRIK'ernes økonomier målt på BNP tilsammen vil overhale hele G6 (USA, Japan, Tyskland, Storbritannien, Frankrig og Italien) allerede i 2039

Historisk-kulturelt opfatter hvert af de fire BRIK-lande sig selv som selvstændige civilisationer med dertil hørende krav på respekt fra omverdenen

Kilde: *Fremtidens stormagter – BRIK'erne i det globale spil: Brasilien, Rusland, Indien og Kina*, Aarhus Universitetsforlag 2010

For flere oplysninger, kontakt:

Anne Katrine Skovenborg
Kommunikationsmedarbejder
T: +45 86137419
M:+45 21267788
aks@c3consulting.dk

Baggrund om C3 consulting:

C3 Consulting er en ung konsulentvirksomhed med speciale i interkulturel kommunikation. Virksomheden blev stiftet i 2006 af Annette Dahl, der er uddannet cand.mag. i kinesisk, kultur og kommunikation.

C3 Consulting tilbyder produkter inden for kulturforståelse, forberedende forløb for udstationerede familier og tværkulturel teambuilding til danske virksomheder med aktiviteter i Brasilien, Rusland, Indien, Kina og USA.

Læs mere på www.c3consulting.dk

Billede:

Nedenstående kan downloades i høj opløsning på <http://www.c3consulting.dk/presserum.html>



Foto: Kim Siefert.

Billedtekst: Kina, der huser ca. en femtedel af verdens befolkning, er selv blandt BRIK-landene i en økonomisk klasse for sig. Men samarbejdet med de kinesiske forretningsforbindelser skal fungere, hvis danske virksomheder skal have succes i Kina.