



Eksport håndbog

For

Danish Small Wind



Eksport håndbog for Small Wind.

Forord.

Dansk Industri (DI) har udgivet en eksport håndbog. Hvis du forestiller dig at denne håndbog er til at sætte på en hylde og tage frem, når man lige står og mangler en oplysning, tager du fejl.

Verden er hele tiden i forandring, derfor vil en eksport håndbog vil hurtigt miste aktualitet. Af den grund er DI's eksport håndbog et egentligt abonnement på en bestemt hjemmeside, der er eksport håndbogen. I den elektroniske Eksport håndbog finder du opdaterede oplysninger om importforhold, toldforhold, eksportdokumenter og andre krav og regler for eksport til 190 lande. Du får også generelle oplysninger om eksport i afsnittet "eksport know-how". Det er blandt andet oplysninger om særlige myndighedskrav, EU krav, information om frihandelsaftaler, eksportkontrol, oprindelsesregler, ATA-carneter, forhåndsinspektion og mange flere nyttige informationer.

Abonnementer

Priser	Medlemmer af DI	Ikke-medlemmer
Første abonnent	Kr. 1.950	Kr. 3.550
To til fire abonnenter i samme virksomhed *	Kr. 900 pr. abonnement	Kr. 1.600 pr. abonnement
Samlet abonnement for op til 10 personer i samme virksomhed *	Kr. 5.000	Kr. 9.000
Oprettelsesgebyr	Kr. 300	Kr. 500

* Skal kunne faktureres til samme virksomhedsadresse

Den nemme løsning ville derfor være at opfordre til et abonnement hos DI – man behøver ikke være medlem.

Imidlertid er et af formålene med dette projekt at udarbejde en eksport håndbog for Small Wind specifikt, således at brugerne sparer tid ved ikke at skulle frasortere for dem irrelevante oplysninger om eksport af levende planter osv.

To vigtige elementer i planlægning af eksport, Markedsanalyse og Konkurrentanalyse er udeladt i denne håndbog. I stedet udarbejdes en gennemarbejdet markedsanalyse og en rapport som illustrerer konkurrenceevnen for de danske møller benchmarket i forhold til udenlandske typegodkendt møller, separat.

Den nævnte dynamik i DI's eksport håndbog, kan vi af gode grunde ikke tilvejebringe, da projektet kun løber til januar 2016. Dog håber vi med de mange web henvisninger at brugeren også fremadrettet får gavn af nærværende.

Indhold

Forord.....	2
Ud på eksportmarkedet.....	4
Er mit produkt klar til eksport?.....	4
Har du styr på produktionen?	5
Hvem tager sig af henvendelser fra eksportmarkedet?.....	5
Har vi de fornødne ressourcer?.....	6
Uddrag fra Væksthus Midtjyllands hjemmeside	7
Eksportsparring - for virksomheder med fokus på muligheder uden for Danmarks grænser	7
Kickstart dit eksportsalg på rekordtid	8
Om forløbet	8
Du kan få en kortlægning af din virksomheds behov og muligheder i forhold til IPR.....	10
Vil du vide mere?	10
Rammer for mentorforløbet	11
Spilleregler og etik.....	11
Rammerne for afklaringsmødet, det første møde mellem mentor og mentee.....	11
Ansvar for mentorforløbet	12
Eksportkredit	13
Fra EKF's hjemmeside.....	13
Krav til dig.....	13
Markedet for Small Wind.	14
Markedet som virker uden politisk støtte.....	17
Tilbehør, som gør møllen uafhængig af el net.	18
Hvor kan jeg hente oplysninger om markederne.....	19
Opstart med datterselskab.....	22
Opstart uden datterselskab.....	23
Deltagelse i messer og udstillinger.....	30
Før messedeltagelse.....	30
Under udstillingen.....	31
Efter udstillingen.....	32
WEB henvisninger:.....	33

Ud på eksportmarkedet.



I brochuren for DI's eksporthåndbog er de 5 punkter i vejen ud til eksportmarkedet angivet.

For Small Wind fabrikanten, og sikkert mange andre, forholder det sig imidlertid sådan, at man først skal have alt det interne afklaret før man bevæger sig ud på eksportmarkedet.

Ikke alene skal produktet være i orden, men hele periferien omkring produktet er mindst lige så vigtig.

Lad os starte med nogle spørgsmål til os selv:

- ✓ Er mit produkt klar til eksport?
 - Passer produktet til driftsforholdene?
 - Er manualerne tilrettet læsere fra en anden kultur?
 - Er der styr på produktionen?
 - Stemmer varenumrene med virkeligheden?
 - Har vi styr på reservedele?
- ✓ Hvem tager sig af henvendelser fra eksportmarkedet?
 - Kan vi håndtere fremmedsprog?
 - Hvem kan afgøre en reklamation?
 - Er vi i stand til at rejse ud?
- ✓ Har vi de fornødne ressourcer?
 - Support er vigtig ikke kun i starten, hvem tager sig af det?
 - Er der budget for rejseaktivitet?
 - Er der budget for markedsføring, messer og lign.?

Er mit produkt klar til eksport?

Rent teknologisk er der tale om to forskellige driftsformer: Net tilsluttet og Stand Alone samkørsel med diesel og anden energikilde. Dernæst er der tale om 50 Hz 220V enkelt fase eller 3x220V+N eller 60 Hz 110V enkeltfase eller 3 x 440V, samt 48V jævnstrøm hvis markedet for telekommunikation frister. Såfremt møllen anvender inverter på nettilslutningen er løsningen lige for, men hvis det er med direkte koblet assynkron generator giver det visse udfordringer/begrænsninger.

En meget vigtig del af produktet er den tilhørende dokumentation. I forbindelse med typegodkendelsen blev der indleveret forskellige manualer. Godkendelsesmyndigheden stiller ikke specifikke krav til imødekomme af teknisk niveau, eller navnlig mangel på samme, hos læseren. Det kan ikke forventes at personalet i eksportlandet har samme tekniske niveau og forståelse for produktet som virksomhedens egne teknikere. Derfor er det vigtigt at kommunikere i et "sprog"

som de fleste forstår. Grundlæggende kan man sige at jo mere man læner sig op af sprogbruget i en IKEA instruktion, jo større er sandsynligheden for at modtager forstår beskeden.

Mundheldet: "A picture is a thousand words!" gælder i særdeleshed, når der tales om beskrivelse af reservedele og værktøj.

Hvad kaldes en svensknøgle i Sverige?

Ved en canadier, hvad en unbraco nøgle er?

Jo bedre dokumentation jo mindre tid spildes på forklaringer og misforståelser.

Har du styr på produktionen?

Produktudvikling er ikke en statisk ting, som når et produkt lanceres i markedet, ser det sådan ud fremover. Flere detaljer og komponenter ændres løbende. Hvis nye komponenter ikke er 100% kompatible med de gamle, er der lagt i ovnen til problemer, hvis ikke der er styr på styklister i forhold til fabrikationsnumre. Såfremt virksomheden er ISO 9001 certificeret er der god basis for at holde panikken i ave.

Skulle en ISO 9001 certificering lade vente på sig, er det dog alligevel en god idé at sikre sig styr på hvilke komponenter, der indgår i hvilke produkter. Det kræver nogle administrative procedurer og lidt papir i produktion og lager, men på sigt tjener det sig hurtigt ind igen. Ydermere er det et godt skridt på vejen til opnåelse af ISO 9001 certificering på et senere tidspunkt.

Hvem tager sig af henvendelser fra eksportmarkedet?

Det er strengt nødvendigt at tænke hele eksport processen igennem. Sandsynligvis bliver eksporten etableret som en BtB¹ forretning. Det betyder at en lokal forhandler tager sig af alt vedrørende levering, opstilling og service.

Nogle virksomheder vælger en key account løsning, hvor forhandleren får tildelt en enkelt person, som så tager sig af alle typer af henvendelser. Det sikrer styr på kommunikationen og samling af information vedr. det enkelte marked. Omvendt kan det også let betyde en flaskehals for den lokale forhandler.

TIP 1.

Hvis du gerne vil kende det præcise engelske udtryk for et stykke værktøj eller en teknisk komponent, kan du gøre som jeg.

Gå ind på

<http://www.mcmaster.com/#>

Der finder du billeder og tekst til titusindvis af værktøjer og komponenter. Og ikke mindst et anvendeligt navn til dit værktøj eller komponent på engelsk.

Husk du må ikke bruge billedet, da du derved bryder opretshavsloven!

TIP 2.

Et godt sted for et system til udarbejdelse af tegnings- og komponent nummersystem.

Gå ind på

<http://www.nationalcadstandard.org/ncs6/content.php>

Her finder du et sikkert system.

TIP 3.

Du kan købe software med langt de fleste dokumenter til styring af vareflow mm.

Gå ind på

<https://www.bizmanualz.com/iso-9001-procedures-templates>

Her finder du en glimrende håndbog med masser af færdige skemaer til brug i produktion og lager.

¹ BtB betyder Business to Business

Andre virksomheder lader derfor forhandleren få direkte kontakt til de relevante ansvarsområder som salg, lager, produktion, service mv. Det giver forhandlere en hurtigere og mere sikker betjening, men stiller større krav til intern kommunikation for at bevare overblikket.

Uanset hvilken organisering af berøring med forhandlere man vælger, er det dog vigtigt at de enkelte i organisationen, som bliver berørt, er fuldstændig klar på hvilke beføjelser de har.

Såfremt den eller de personer der får med eksport at gøre ikke er indstillet på at rejse ud med ofte kort varsel, kan det være et problem at yde den nødvendige service til de lokale forhandlere. Det er ikke usædvanligt at en eksportmedarbejder har 50 – 100 rejsedage om året. Man kan næsten sige, at er rejsetiden mindre – bliver der gjort for lidt for eksporten.

Har vi de fornødne ressourcer?

At rejse ud koster tid og penge. Ud over medarbejderens løn og fly-billetterne skal man regne med omkring kr.1500-2000 pr. døgn til ophold og lokal transport. Så med 50 – 100 rejsedage fordelt på 15-25 rejser pr. år, koster en eksportmedarbejder omkring kr. 300.000 per år foruden løn. Hertil kommer markedsføring såsom deltagelse i messer, kundebesøg og lignende.

Specielt i opstartsfasen på et nyt marked er det vigtigt at forhandleren supporteres grundigt. Det er også den bedste måde at lære forhandleren bedre at kende på.

Et realistisk budget for opstart af eksport til f.eks. Canada, kan derfor specificeres som:

5 rejser DK – Canada	kr. 50.000
25 rejsedage af kr.1750	kr. 43.750
Juridisk bistand til kontrakter	kr. 40.000
Markedsføringsmateriale	kr. 25.000
Deltagelse i 2 messer	kr. 80.000
Rabat på introduktionsprodukter	kr. 100.000
Telefon, DK beværtning m.v.	kr. 25.000
Total budget pris	kr. 363.750

Hertil kommer 6 – 8 måneders løn til eksportmedarbejderen.



Eksportsparring - for virksomheder med fokus på muligheder uden for Danmarks grænser

Eksportsparring medvirker til at sikre, at din virksomhed udnytter sit eksportpotentiale bedst muligt - og det koster ikke noget!

Programmet er delt op i to dele. Første del handler først og fremmest om, at din virksomhed er bedst muligt klædt på til nye markeder. Du modtager sparring fra Væksthus Midtjyllands erfarne internationaliserings-konsulenter, der sammen med dig vil gennemgå din virksomhed. Sparringen sætter fokus på interne forhold i din virksomhed for at skabe de bedste forudsætninger for succes i udlandet, og de mulige markeder diskuteres - det hele munder ud i en eksportplan.

Har du efter første del ”mod” på mere..

Så kan anden del af eksportsparringen være en dialog med Eksportrådets eksportrådgivere på ambassade eller generalkonsulat - på de to mest relevante markeder for din virksomhed. Her har du mulighed for at ansøge om en gratis Markedsinformationspakke indeholdende målrettede, grundlæggende fakta over de to markeder, så du efterfølgende kan prioritere disse og evt. koncentrere dig om ét marked ad gangen.

Og endeligt er der mulighed for at deltage i workshops med eksportrelevante emner.

Kickstart dit eksportsalg på rekordtid

Vitus-eksportprogrammet hos Udenrigsministeriet, Eksportrådet blev søsat i 2010 målrettet udvalgte små og mellemstore danske virksomheder, som kan og vil ekspandere globalt og har et særligt højt internationalt vækspotentiale.

Programmet hjælper ca. hvert halve år 10 virksomheder pr. hold med at kickstarte eksporten både hurtigt og effektivt. Der er fokus på konkrete salgsaktiviteter i jagten på konkrete eksportordrer og på at sikre et solidt fodfæste for virksomhedens salg på det pågældende marked indenfor blot 12 måneder.

Væksthus Midtjylland har i perioden 2010-2014 håndteret Vitus-programsekretariatet i samarbejde med Symbion samt øvrige partnere herunder Teknologisk Institut og Eksportforeningen.

Kernen i programmet er solid forberedelse og benhård eksekvering af en skræddersyet eksportstrategi helt frem til konkrete ordrer på et nyt marked. Virksomheden får i hele forløbet tilknyttet en erfaren eksportrådgiver fra Eksportrådet, der er bosiddende på det valgte marked, og har dermed et lokalt sektorkendskab og solidt netværk samt kender muligheder/faldgrupper mv.

Om forløbet

Virksomheden deltager sammen med deres tilknyttede eksportrådgiver i workshops med internationale instruktører, der introducerer til metoder og praktiske værktøjer til at arbejde målrettet og struktureret med at trænge ind på nye markeder.


Undervejs i forberedelsesfasen arrangeres et skræddersyet markedsbesøg, hvor virksomheden får værdifulde informationer om landet/området herunder kultur, kunder, tendenser, konkurrenter etc. På den baggrund udarbejder virksomheden en målrettet eksportstrategi, som præsenteres for et panel af erfarne internationale virksomhedsledere, der giver deres feedback inden virksomheden og eksportrådgiveren sammen arbejder målrettet på at realisere planen på det valgte markedet.

Eksportrådet har i samarbejde med eStatistik foretaget en evaluering (januar 2015) af Vitus-programmet. Den viste, at 60 små og mellemstore virksomheder, der i perioden 2010-2012 deltog i programmet, har øget deres beskæftigelse med **475 fuldtidsstillinger og eksport med godt 600 mio. kr.** i forhold til lignende virksomheder.

Fælles for deres succes har været følgende hovedpunkter:


1. **Forbered dig grundigt** (konkurrent- og markedsanalyser)
2. **Besøg markedet** (flere gange input fra kunder, forhandlere, brancheorganisationer, PR-bureauer mv.)
3. Sæt dig ind i **kundens behov** på markedet (hvordan kan du/I dække behovet)
4. Dét, der **fungerer på ét marked**, fungerer **ikke** nødvendigvis på et andet (kultur, økonomi, politik, sprog mv.)
5. **Udarbejd en eksportplan** – og følg den (husk justeringer)
6. **Eksekver planen** – hold fokus og vær tålmodig samt fysisk tilstede løbende over lang tid

7. Lokal etablering og tilstedeværelse på markedet – er nøglen til succes.



VækstHjulet[®]
Identifikation af virksomhedens største vækstudfordringer

S1.01 FORRETNINGSUDVIKLING :: VækstHjulet[®]



FORRETNINGSKONCEPT **Netværk** **KUNDERELATIONER**

Produktportefølje Forretningsidé Markedsføring

Forretningsmodel Salg

Kundeportefølje Kommunikation & PR

Markedsposition Branding

Ejerkreds & bestyrelse Økonomistyring

Medarbejdere Finansiering

Samarbejdspartnere Leverance- og projektstyring

Forretningsgange IT-systemer

ORGANISATION **Juridiske forhold** **Faciliteter** **VIRKSOMHEDSDRIFT**

Intention
Hår vi udvikler vores virksomhed, er der mange opgaver, vi skal løse her ad vejen. Ved at have et verdenskort over alle områder kan vi sikre, at vi vælger det rette fokus netop nu.

Proces
Start med at danne dig et overblik over de fire dimensioner og de 20 udviklingsområder.
Angiv for hvert område med 1-4 point, hvor langt du vurderer, virksomheden er i sin udvikling i forhold til, hvor du ønsker, den skal være. Fire point betyder, at status er tilfredsstillende lige nu, 1 betyder, at der endnu ikke er startet på opgaverne i udviklingsområdet.
Afkryds eller skraver feltterne, så du får et visuelt billede af din vurdering af virksomhedens udviklingsstadi.

Next Step
Lav en handlingsplan for, hvad der er næste skridt til at udvikle virksomheden til næste niveau i det udviklingsområde, du vil prioritere nu.

Date: _____

Navn: _____

Virksomhed: _____

Licenseret til: **VÆKSTHUS** | Udviklet af: **GROWTH COMPANY**

© 2009 Growth Company ApS. All rights reserved. Må ikke gengives uden skriftlig tilladelse fra Growth Company.
www.growthcompany.dk

Du kan få en kortlægning af din virksomheds behov og muligheder i forhold til IPR.

Fra Patent- og Varemærkestyrelsen's hjemmeside

Patent- og Varemærkestyrelsen har sammen med Growth Company udviklet dialogværktøjet "Viden, IP og IPR", som anvendes i kortlægningen af din virksomheds behov og muligheder i forhold til IPR. Her kan du i dialog med en IP Coach i dit regionale Væksthus eller en privat rådgiver, der bruger værktøjet, fokusere på din virksomheds behov og muligheder på et givet område og drøfte, hvad de næste skridt skal være for din virksomhed.



Jeres dialog kan for eksempel handle om at få kortlagt den viden, som er i virksomheden, og hvad I skal gøre for at kunne vurdere, hvorvidt og hvordan den viden kan beskyttes. Eller I kan fokusere på, hvordan I øger værdiskabelsen af jeres IPR, organiserer arbejdet med IPR eller afklarer, om der er et råderum for jeres idé på markedet.

En række rådgivere bruger dialogværktøjet "Viden, IP og IPR" i deres rådgivning af virksomheder. Du kan på Patent- og Varemærkestyrelsens [rådgiverliste](#) finde de rådgivere, som bruger værktøjet.

Du skal være opmærksom på, at Patent- og Varemærkestyrelsen ikke har foretaget nogen godkendelse af de rådgivere, som benytter dialogværktøjet "Viden, IP og IPR", og Patent- og Varemærkestyrelsen fralægger sig ethvert ansvar for deres rådgivning på baggrund af værktøjet.

Vil du vide mere?

Vil du vide mere om eller har du spørgsmål til IPR-pakken er du velkommen til at kontakte:

Patent- og Varemærkestyrelsen, Anne Mette Broberg, tlf. 4350 8333, mail: vab@dkpto.dk

[Din IP Coach i dit regionale Væksthus](#)

På <http://www.dkpto.dk/vaerktoejer/blanketter--formularer.aspx> kan du downloade forskellige blanketter og formularer vedrørende IP indenfor:

- Patent
- Brugsmode
- Varemærke
- Design
- Diverse

Der er mulighed for at din virksomhed kan få tilknyttet en IPR mentor. IPR-mentorordningen administreres af Patent- og Varemærkestyrelsen, som foretager det indledende match mellem potentielle mentorer og mentees. Det er dog altid mentor og mentee, som afgør, om det rette match har fundet sted.

Et mentorforløb vil typisk vare ca. et år og bestå af 4-6 møder mellem mentor og mentee. Det er mentees behov, som er fokus for samtalerne. For mentorer afholdes endvidere netværksmøder 1-2 gange årligt, hvor mentorer kan udveksle erfaringer.

De enkelte mentorforløb evalueres skriftligt af mentor og mentee efter afslutningen af mentorforløbet. Evalueringen afleveres til Patent- og Varemærkestyrelsen.

Rammer for mentorforløbet

- Mentorforløbets varighed er ca. 12 måneder.
- Der afholdes mellem 4 og 6 møder i forløbet.
- Det første møde er et afklaringsmøde.
- Hvis der gensidigt er ønske om at fortsætte mentor-mentee relationen udover de maksimale 12 måneder, er der intet til hinder for dette.
- Der vil løbende blive afholdt inspirationsmøder for mentees og mentorer.
- Styrelsen afholder to gange om året netværksmøder for mentorerne.
- Mentorordningen vil løbende blive evalueret af Patent- og Varemærkestyrelsen bl.a. på baggrund af mentor og mentees skriftlige evalueringer fra mentorforløbene.

Spilleregler og etik

- Overordnet er det formålet med IPR-mentorordningen, at mentor inspirerer mentee i sit arbejde med IPR i virksomheden. Mentor skal ikke yde den rådgivning, som normalt udføres af IPR-rådgivere.
- Såvel mentor som mentee har ansvar for at sikre accept til deltagelse fra begge parter eventuelle arbejdsgivere.
- Mentoren er bevidst om egne grænser og interessekonflikter.
- Mentoren vil til enhver tid virke inden for grænserne af sin egen kompetence, anerkende hvor denne kompetence kan udvikles, og hvornår det måtte være relevant at henvise mentee enten til en mere erfaren mentor eller støtte ham i at søge professionel bistand hos f.eks. en IPR-rådgiver.
- Begge parter vil være opmærksom på eventuelle interessekonflikter, der måtte opstå gennem mentorforløbet, og behandle sådanne hurtigt og effektivt.
- Begge parter opretholder et højt niveau af fortrolighed både under og efter mentorforløbet.
- Mentoren er lydhør overfor mentees lærings- og udviklingsbehov.
- Mentor og mentee anerkender, at spillereglerne for relationen mellem parterne fortsætter efter afslutningen af mentorforløbet, og at det indebærer følgende:
 - At man opretholder aftalt tavshedspligt vedrørende alle informationer omkring den andens virksomhed.
 - At man undgår enhver form for udnyttelse af tidligere mentorforløb.
 - At man gennemfører den opfølgning, man evt. er blevet enige om.
- Patent- og Varemærkestyrelsen påtager sig ikke ansvar for proces og indhold af det konkrete mentorforløb. Patent- og Varemærkestyrelsen påtager sig endvidere ikke ansvaret for, at parterne overholder tavshedspligt, og andre etiske forpligtelser.

Rammerne for afklaringsmødet, det første møde mellem mentor og mentee

- Ved første møde foretages den endelige afklaring fra mentor og mentees side om, hvorvidt forløbet skal igangsættes.
- Forventningerne til mentor-mentee relationen skal afstemmes.

- Spillereglerne og etikken i mentor-mentee relationen diskuteres igennem.
- Ud fra sin arbejdsmæssige situation og hverdag skal mentee overfor mentor gøre grundigt rede for de emner, temaer og problemstillinger, som mentee forestiller sig kan behandles under forløbet.
- De respektive arbejdsgiveres accept sikres.

Ansvar for mentorforløbet

- Mentee har hovedansvaret for den praktiske tilrettelæggelse og gennemførelse af forløbet.
- Mentee tager efter tildeling af mentor hurtigt kontakt til denne for at aftale det første afklaringsmøde.
- Mentee udformer en kort dagsorden til mentor før første møde. På mødet aftales arbejdsdelingen i det videre forløb, f.eks. ansvar for indhold til møderne.
- Mentee indordner sig under mentors tidsramme og ønske om mødested.
- Mentee skal give besked til mentor og Patent- og Varemærkestyrelsen, når forløbet stopper.
- Styrelsen vil følge op på forløbet efter hhv. 1, 6 og 12 måneder.
- Styrelsen vil senest efter 12 måneder sikre, at der bliver lavet en evaluering.

Mentorordningen er i princippet gratis, men der stilles kvalifikationskrav til virksomheden og navnlig den af virksomheden udpegede ansvarlige for IPR.

Eksportkredit

Fra EKF's hjemmeside

Krav til dig

EKF hjælper både små og store danske virksomheder. Uanset hvor stor din virksomhed er, skal den dog opfylde en række betingelser.

Generelle krav

Først og fremmest skal du være eksportør eller underleverandør til eksport. Og din virksomhed skal være med til at skabe økonomisk vækst i Danmark.

Forretningen skal være sund, og din virksomhed, din kunde eller eventuelt kundens bank skal være kreditværdig. Under alle omstændigheder klarer EKF kreditvurderingen for dig.

Arbejdet med ordren skal foregå på en miljømæssig og social forsvarlig måde. Vi hjælper dig med at vurdere, om du overholder kravene. Desuden skal din virksomhed skrive under på, at der ikke bruges bestikkelse i forbindelse med eksportforretningen.

Endelig skal din virksomhed, banken og køberen være indstillet på, at EKF i nogle tilfælde offentliggør enkelte, udvalgte oplysninger om eksportforretningen. Læs mere om hvilke [oplysninger, der er omfattet af åbenhed i EKF](#).

EKF kan dog ikke hjælpe, hvis din virksomhed er inden for den såkaldte primære sektor, landbrug og fiskeri. Det skyldes EU's regler om statsstøtte. EKF kan dog tilbyde eksportkaution i forbindelse med eksport af visse forarbejdede fødevarer. Kontakt EKF for at få nærmere information

Konkrete vilkår

EKF's løsninger er altid skræddersyet til din virksomheds aktuelle behov. Og derfor er de forskellige fra gang til gang.

De forskellige finansielle løsninger, har vidt forskellige vilkår. Der er nemlig en verden til forskel på, om du har brug for at finansiere din virksomheds løbende drift eller skal stille en garanti for forudbetalingen på en konkret ordre.

Du finder de konkrete, aktuelle vilkår for hver enkelt af EKF's løsninger i beskrivelsen af dem under EKF's Garantier og Kautions.

Populære garantier og kautions



Eksportkaution

Med en Eksportkaution kan du få en kredit i banken til at betale materialer, lønninger og leverandører.

➤ LÆS MERE



Kaution for anlægsblån

En kaution kan hjælpe dig med at få anlægsblån i den bank, når du skal investere i nye maskiner, produktionsanlæg m.m.

➤ LÆS MERE



Alle vores garantier og kautions

Læs om alle de forskellige garantier og kautions, vi tilbyder danske virksomheder. De kan hjælpe dig frem i verden.

➤ LÆS MERE

Læs succeshistorier



Konsulentvirksomhed får Eksportkaution

Censia venter op til otte måneder på at få betaling for sin rådgivning om trafikalkarhed. Det betyder stort behov for likviditet.

➤ LÆS HISTORIEN



Kaution til småkagemaskine

Jacobsons Bakery fik en kaution for et lån til at investere i en ny småkagemaskine. Nu kan bagerværk følge med efterspørgslen fra Asien.

➤ LÆS HISTORIEN



Læs om andre, vi har hjulpet

EKF hjælper hvert år hundrevis af små og store virksomheder frem i verden. Læs nogle af succeshistorierne her.

➤ LÆS HISTORIEN

Markedet for Small Wind.

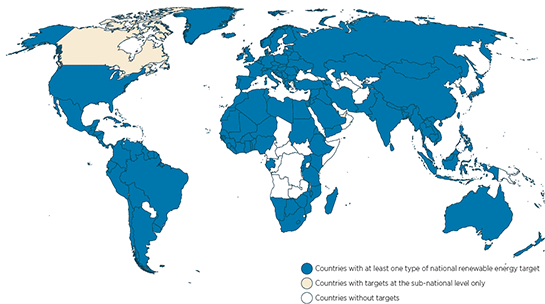
Markedet for net tilsluttede møller er kendetegnet ved at være underlagt politiske forhold. Der findes stort set ikke et frit el-marked i noget land på kloden. Elforsyning har meget stor politisk bevågenhed, både ud fra et forsyningsmæssigt men også stor nationaløkonomisk indflydelse. Derfor er det meget sjældent at elforsyningsselskaber er 100% privatejet, og skulle de være det, er de typisk underlagt strenge reguleringer med hensyn til prissætning.

Den omstændighed at elprisen er underlagt politisk indflydelse betyder også at markedet for net tilsluttet Small Wind er underlagt politiske vilkår.

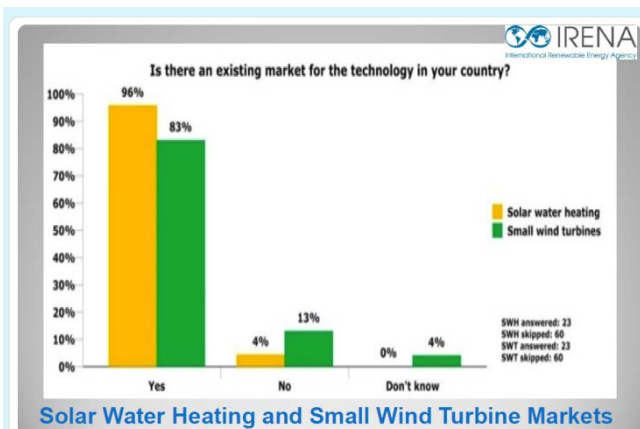
Organisationen IRENA har spurgt sine medlemslande om der er et marked for Small Wind og Solvarme i deres lande.

83% af de adspurgte svarede ja til Small Wind.

Figure 2: Global Map of National Renewable Energy Targets of All Types, 2015



The designations employed and the presentation of material in this map do not imply the expression of any opinion on the part of IRENA concerning the legal status of any region, country, territory, or area, or concerning the delimitation of frontiers or boundaries.
Source: IRENA based on REN21, 2014 and REN21, 2015. For additional countries, see sources in Annex I.



Ifølge IRENA er der pr. juni 2015 ikke mindre end 164 lande som har indført en politik som tilgodeser vedvarende energi.

Tallet var blot 43 i 2005.

I 2010 afholdt Ecology Management på Fiji en ugelang workshop for meteorologer og el-forsynings ingeniører fra Pacific Island Countries (Samoa, Tonga, Tuvalu, Fiji, Vanuatu, Cook Ilands med flere). Ved workshoppen blev de oplært i integration af vindkraft i elforsyningen samt brugen af dansk software, som WasP og WindPro til beregning af individuelle vindpotentialer.

Ifølge IRENA har flere af disse lande nu sat følgende mål for vedvarende energi i elforsyningen:

- Cook Islands 100% år 2020
- Tokelau 100% opnået år 2012
- Tuvalu 100% år 2020
- Fiji 100% år 2020

Andre Pacific Island Countries har sat mål for Total Primary Energy Supply såsom Samoa med 10% år 2016, Nauru 50% år 2015 og Palau 20% år 2020.

Kendetegnet for disse ø samfund er at elproduktionen mest er sket ved diesel, hvorfor fremstillingsprisen er omkring 3-5 kr/kWh blot for brændstof.

De forskellige lande i verden har alle prioriteret vedvarende energi i elproduktionen særlig højt. Det skyldes helt klart, at man her har en anvendelig teknologi til indfrielse af målene. Nemlig sol og vind.

Politikerne anvender forskellige instrumenter til fremme af vedvarende energi i elproduktionen. For net tilsluttet Small Wind er det navnlig lande som enten har Feed In Tariff eller Net Metering der er interessante.

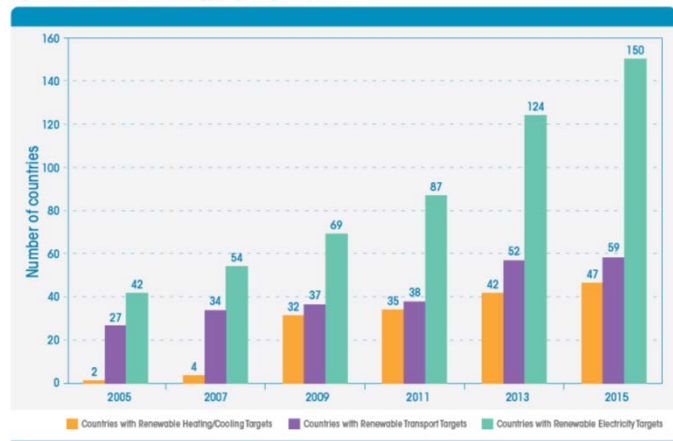
Table 6: Policy Instruments for Achieving Renewable Energy Targets

Sector	Policy Instruments	Country Examples
Electricity Sector	Auctions or competitive solicitations	Brazil, Morocco, South Africa
	Feed-in tariffs (FITs) or Standard Offer Contracts	China, Malaysia
	Feed-in premiums (FIPs) or Contracts for Differences (CFDs)	Germany, Netherlands, U.K.
	Renewables obligations or mandates*	U.K., U.S.
	Bilateral contracts (direct negotiations with IPPs)	Burkina Faso
	Tradable Renewable Energy Certificates (RECs) or Tradable Green Certificates (TGCs)	India, Sweden
	Net metering or net billing	Cook Islands, U.S., Grenada
	Low-interest loans or revolving loan programmes	U.S.
	Tax incentives (e.g., investment tax credits, production tax credits, accelerated depreciation, VAT and duty exemptions)	U.S., India, Cabo Verde

Bemærk at ejeren af møllen har slået ind på en bane som forhandler af møller. Det kan man nok ikke forvente af alle købere.

Dog er det klart at enhver kunde er en slags ambassadør for produktet.

Figure 3: Global Renewable Energy Targets by Sector, 2015



Source: IRENA based on REN21, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013, 2014. For additional countries, see sources in Annex I.

IRENA har i rapporten angive nogle eksempler på politiske instrumenter for forskellige lande.

At det virker tyder en af flere success historier på AWEA's hjemmeside klart på.

Print
Like
Tweet

Small wind success story: Wind turbine reduces Vineyard Electricity bills by half

Joe Mathewson of Paso Robles, Calif., says permitting staff weren't sure what to expect when he proposed the first small wind turbine in the county, but their ready acceptance of the project made for a smooth installation.


"San Luis Obispo County was very friendly toward the application," Mathewson says. Mathewson also noted that wind energy system customers must be prepared to document and in some cases justify specific installation decisions and expenditures.

Mathewson had been spending \$15,000 annually on electricity to irrigate his 40-acre vineyard. He figured it was time to see if the wind, which blows steadily from afternoon to midnight in the summers, could do some of the work instead. Mathewson's instincts were right: his 10-kilowatt wind generator reduced his power bill from \$1,000 to \$200 per month during the grape irrigation season. He cut his annual electricity bill by nearly half.

Mathewson installed the 10-kW turbine and 100-foot tower himself. The permit cost \$400, and the process took only a couple of weeks. He says county planners were primarily interested in the integrity of his tower foundation and electrical connections. Since the turbine was installed in the center of his property, he did not encounter any opposition from neighbors.

Mathewson was so impressed with his system, which included a Davis VantagePro Weather System mounted 80 feet up the tower to measure wind speed and direction, that he began selling small wind turbines on the side.

"If you have a consistent wind resource, a suitable location, and want to reduce your electric bill, this is a good way to go," he says.



Det simple og nok mest effektive politiske instrument til fremme af Small Wind er nok Feed In Tariff i et niveau som under de herskende vindforhold i landet giver økonomisk mening.

I 2015 udgaven af Small Wind World Report fra World Wind Energy Association er listet en række lande med Feed In Tariff.

Feed In Tariff

Country/Region	Size Limit	EUR/kWh	Country/Region	Size Limit	EUR/kWh
Canada			Japan	< 20kW	0,418
Nova Scotia	< 50kW	0,350		≥ 20kW	0,167
China (off-grid)	0,2-3kW	0,140	Lithuania	< 10kW	0,081
(on-grid)	5-20kW	0,110		11-350kW	0,075
Chinese Taipei	1-10kW	0,185		> 351kW	0,064
Denmark	< 10kW	0,330	Portugal	< 3,68kW	0,432
	10-25kW	0,200	Slovenia	< 1 MW	0,095
Greece	< 50kW	0,250	Switzerland	< 10MW	0,179
Italy	< 1MW	0,300	UK	< 100kW	0,207
Israel	< 15kW	0,250	USA		
	15-50kW	0,320	Hawaii	< 100kW	0,110
			Vermont	< 15kW	0,200

source: 2015 Small Wind World Report

Eksempelvis har Japan en tarif på €0,418

men kun en installeret effekt på 4,3 MW, medens Italien med en tariff på €0,3 har 29,1 MW installeret. Man bør derfor undersøge om der er andre forhold, som gør det enkelte marked mere eller mindre tilgængeligt.

Hovedvægten på lægges på:

- Adgang til byggetilladelse.
- Vilkår for nettilslutning.
- Vilkår for finansiering.
- Udbud af Small Wind.

Vigtigst af alt er dog en stærk repræsentation i det pågældende marked.

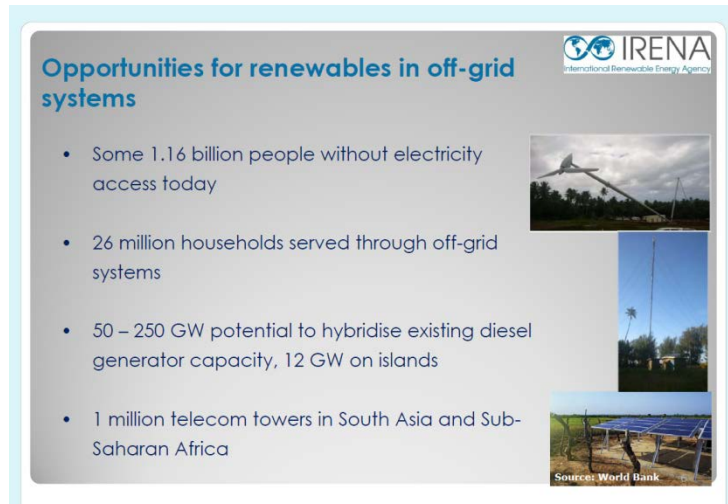
Markedet som virker uden politisk støtte.

Møller som ikke er tilslutte det offentlige net har i sagens natur ikke en tariff for den producerede energi. I stedet erstatter møllens produktion dyrt indkøbt brændstof.

IRENA følger løbende op på tallene omkring energiproduktion verden over.

Den omstændighed at over 1 milliard mennesker ikke har adgang til elektricitet, betyder ikke nødvendigvis at der i det segment ligger et umiddelbart potentiale for Small Wind.

Derimod er der titusindvis af dieselanlæg ejet af elselskaber, som i kraft af deres koncession er forpligtet til at levere ensartede tariffer i hel deres koncessionsområde.



Opportunities for renewables in off-grid systems

- Some 1.16 billion people without electricity access today
- 26 million households served through off-grid systems
- 50 – 250 GW potential to hybridise existing diesel generator capacity, 12 GW on islands
- 1 million telecom towers in South Asia and Sub-Saharan Africa

Source: World Bank

Det betyder, at de må fremstille elektriciteten med dyrt diesel og sælge energien med betragtelige underskud. Det er gældende for en lang række elselskaber i f.eks. Norge, Sverige, UK, Finland, New Zealand, Syd Korea, Indonesien.

Her er kunden et el selskab, og kan derfor betjenes mere eller mindre direkte fra Danmark – altså uden mellemhandler. I realiteten er kompleksiteten ikke større end ved at servicere en forhandler. Pakken skal foruden møller bestå af:

- ✓ Reservedele.
- ✓ Fuldt dækkende manualer.
- ✓ Træning af teknikere.
- ✓ 24/7 hotline.



2,5 – 3,5 kWh/liter olie
Diesel: 4-8 kr/liter

+ transport + opbevaring

Det vanskelige består i at få processen sat i gang. Her er referencer af stor betydning. Synlighed ved konferencer for elselskaber er en oplagt vej for at åbne op. De gode historier skal fortælles i alle tilgængelige medier.

Endelig er der mange lande som er relativt tyndt befolkede og derfor ikke har offentlig el net ført ud til alle. Lande som Chile, Argentina, Brasilien, Australien, Sydafrika og lignende. Med undtagelse af Sydafrika (ESKOM), vil der dog være tale om en lang række elselskaber, som skal bearbejdes. Det giver dog omvendt bedre mulighed for at finde en åbning i markedet, fordi der er flere veje ind. Og virker det først hos én, følger de andre hurtigt efter.

Tilbehør, som gør møllen uafhængig af el net.

Små diesel generator anlæg har relativt store udsving i såvel spænding som frekvens. Navnlig frekvensen har begrænset betydning for kunderne. Såfremt vindkraft produktionen overstiger forbruget vil møllen trække frekvensen op. Derfor kan man ved stigende frekvens simpelthen dumpe energien som varme i en stor brødrister forsynet over en frekvensomformer til regulering af effekten – styret af frekvensen. For en 25kW mølle kan sådan et anlæg anskaffes for under kr. 20.000. Såfremt møllen er uden inverter bliver det ca. kr. 25.000 højere.

Teknologien er der umiddelbart.

Den danske stat kan til åbning af dette marked gå foran!

1. Det er velkendt at for at transportere 1 liter diesel til en camp i Afganistan koster det 6 liter diesel (HMAK's egne tal). Hvorfor ikke installere noget Small Wind til begrænsning af diesel forbruget.
2. Danida kunne udmærket tage initiativ til noget "Rural Electrification" med anvendelse af både sol og vind. Over de sidste 10 år har Danida finansieret stakkevis af rapporter om vind potentiale i centralafrikanske lande. Nu er det tid til handling.

Hvor kan jeg hente oplysninger om markederne.

Organisationen World Wind Energy Association har focus på Small Wind og er en rimelig opdateret nyhedsportal til overvågning af markedet. Du finder dem på <http://www.wwindea.org/>

Den amerikanske wind energi forening AWEA <http://www.awea.org/> har tidligere været godt opdateret på Small Wind. De har stadig en speciel sektion for Small Wind, men det forhold at den seneste markedsrapport er fra 2012 indikerer at prioriteten er lagt på store møller. Det skyldes ikke at Small Wind ignoreres af AWEA, men mere en erkendelse af det forhold at vilkårene for Small Wind er meget forskellig fra forholdene for vindkraftværker. Af den grund har AWEA hilst special organisationen for amerikansk Small Wind Distributed Wind Energy Association DWEA velkommen. På <http://distributedwind.org/> finder du deres hjemmeside.

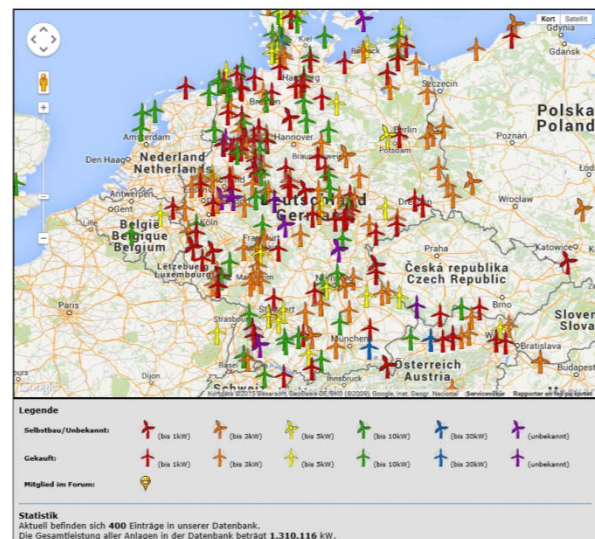
På hjemmesiden <https://www.federalregister.gov/articles/2012/01/20/2012-755/notice-of-funding-availability-for-the-rural-energy-for-america-program> finder du oplysninger om hvordan du kontakter de ansvarlige for Rural Energy Development i de enkelte amerikanske delstater.

I Tyskland er der et Bundesverband Kleinwindanlagen. Organisationen har hjemmesiden <http://www.bundesverband-kleinwindanlagen.de/> Her finder du gode informationer omkring lovgivningen der regulerer husstandsmøller i Tyskland

Endvidere har Hr. Uwe Hallenga en udmærket hjemmeside <http://www.kleinwindanlagen.de/> . Her finder du bl.a. et interaktivt kort over placeringen af ca. 400 husstandsmøller i Tyskland.

Bemærk spredningen, og forestil dig vindforholdene. Det er en klar indikator på at økonomien ikke er afgørende for beslutningen om køb af en husstandsvindmølle i Tyskland.

KWK Karte



Markedsoplysninger på verdensplan hentes bedst hos International Renewable Energy Agency IRENA

IRENA oplyser følgende links for markedsdata omkring vedvarende energi i elproduktion.

Brazil: MME & EPE (Ministry of Mines and Energy, Brazil and Energy Research Company) (2014), *Plano Decenal De Expansao de Energia 2023*, <http://www.epe.gov.br/6DF2A8EE-A237-40CD-B522-CFDD373B71F6/FinalDownload/DownloadId->

[3CD949CB5D6A4F79C85D77FF5D844A42/6DF2A8EE-A237-40CD-B522-CFDD373B71F6/Estudos/Documents/PDE2023_ConsultaPublica.pdf](https://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/WAPP.pdf)

Burkina Faso: IRENA (2013), *West African Power Pool: Planning and Prospects for Renewable Energy*, <https://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/WAPP.pdf>

Cabo Verde: Fonseca, J. D. (2014), ELECTRA, *The Current Situation of Renewable Energy - Status and Challenges*, http://www.irena.org/documentdownloads/events/2014/september/ProjectNavigator/3.%20FONSECA_Status%20and%20Challenges%20of%20RE%20Deployment%20in%20Cabo%20Verde.pdf

Chile: IRENA, based on:

IEA (2014), *Medium-Term Renewable Energy Market Report 2014*, <https://www.iea.org/Textbase/npsum/MTrenew2014sum.pdf>

China: IRENA, based on:

IRENA (2014), *Renewable Energy Prospects: China, REmap 2030 Analysis*, http://irena.org/remap/IRENA_REmap_China_report_2014.pdf

IEA (2014), *Medium-Term Renewable Energy Market Report 2014*, <https://www.iea.org/Textbase/npsum/MTrenew2014sum.pdf>

Costa Rica: Costa Rican Institute of Electricity (2014), *Plan De Expansion De La Generacion Electrica: Periodo 2014-2035*, <https://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/3bd3a78047cdebee904df9f079241ace/PEG2014+rev+jun2014.pdf?MOD=AJPERES>

Cuba: Global Data (2012), *Cuba Power Market Outlook to 2030*, http://www.researchandmarkets.com/research/sllnqp/cuba_power_market

Dominican Republic: National Energy Commission, Dominican Republic (2015), *Plan Energético Nacional 2004- 2015*, http://www.cne.gob.do/serve/listfile_download.aspx?id=1530&num=1

Fiji: IRENA, based on:

Government of Fiji (2013), *Fiji National Energy Policy 2014-2020*, final draft, November, http://issuu.com/fjiroadsauthority/docs/final_draft_fiji_national_energy_po

Fiji Energy Authority (FEA) (2010), *Power Development Plan for Fiji 2011-2020*, <http://www.fea.com.fj/>

Germany: DLR, IWES and IFNE (Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Fraunhofer Institut für Windenergie und Energie system technik and Ingenieurbüro für neue Energien) (2012), *Langfristszenarien und Strategien für den Ausbau der erneuerbaren Energien in Deutschland bei Berücksichtigung der Entwicklung in Europa und global*, www.erneuerbare-energien.de/fileadmin/ee-import/files/pdfs/allgemein/application/pdf/leitstudie2011_bf.pdf2011_bf.pdf

Iceland: The Icelandic National Renewable Energy Action Plan for the promotion and use of energy from renewable sources (2014), <http://www.atvinnuvegaraduneyti.is/media/Skyrslur/NREAP.pdf>

India: IRENA, based on:

GOI (Government of India) (2012), *National Electricity Plan*,

http://www.cea.nic.in/reports/powersystems/nep2012/generation_12.pdf

IEA (2014), *Medium-Term Renewable Energy Market Report 2014*, <https://www.iea.org/Textbase/npsum/MTrenew2014sum.pdf>

Indonesia: Center for Energy Resources Development Technology and Agency for Assessment and Application of Technology (2014), *Indonesia Energy Outlook 2014*,

http://www.bppt.go.id/index.php/unduh?task=document_download&id=519

Italy: Ministry of Economic Development, Italy (2013), *National Energy Strategy: For a More Competitive and Sustainable Energy*,

http://www.encharter.org/fileadmin/user_upload/Energy_policies_and_legislation/Italy_2013_National_Energy_Strategy_ENG.pdf

Mexico: SENER (Mexican Department of Energy), *Prospectiva del Sector Electrico 2013-2027*,

http://www.sener.gob.mx/res/pe_y_dt/pub/2013/prospectiva_del_sector_electrico_2013-2027.pdf

Philippines: IRENA, based on:

Department of Energy, Philippines (2012), *2012-2030 Philippine Energy Plan*,

https://www.doe.gov.ph/doe_files/pdf/01_Energy_Situationer/2012-2030-PEP-Executive-Summary_revised.pdf

Saudi Arabia: Babelli, I. (2012), K.A.CARE, *Building the Renewable Energy Sector in Saudi Arabia*, presentation at IRENA Workshop "Doubling the Share of Renewables: Roadmap to 2030", Malta, September, http://www.irena.org/documentdownloads/events/maltaseptember2012/5_ibrahim_babelli.pdf

South Africa: Modise, M. (2013), Department of Energy, Republic of South Africa, *Renewable Energy Resource Assessment in South Africa*, presentation at IRENA Executive Strategy Workshop on "Africa Clean Energy Corridor", Abu Dhabi, June,

http://www.irena.org/DocumentDownloads/events/2013/July/Africa%20CEC%20session%203_RSA%20Department%20of%20Energy_Modise_220613.pdf

Turkey: Turkey Electricity Transmission Company (2013), *Türkiye Elektrik Enerjisi 5 Yıllık Üretim Kapasite Projeksiyonu (2013 – 2017)*,

<http://www.teias.gov.tr/YayinRapor/APK/projeksiyon/KAPASITEPROJEKSIYONU2013.pdf>

Ukraine: State Agency for Energy Efficiency and Energy Saving, Ukraine (2014), *National Renewable Energy Action Plan through 2020*, [http://sae.gov.ua/DBE7E08F-365E-4168-851A-DCFC8EA94A9D/FinalDownload/DownloadId-](http://sae.gov.ua/DBE7E08F-365E-4168-851A-DCFC8EA94A9D/FinalDownload/DownloadId-1EAD92179C32095A62EE638856CE2536/DBE7E08F-365E-4168-851A-DCFC8EA94A9D/sites/default/files/documents/Presentation_NAPRES_Norw_OCT_3_Eng%20.pdf)

[1EAD92179C32095A62EE638856CE2536/DBE7E08F-365E-4168-851A-DCFC8EA94A9D/sites/default/files/documents/Presentation_NAPRES_Norw_OCT_3_Eng%20.pdf](http://sae.gov.ua/DBE7E08F-365E-4168-851A-DCFC8EA94A9D/sites/default/files/documents/Presentation_NAPRES_Norw_OCT_3_Eng%20.pdf)

U.K.: DECC (U.K. Department of Energy and Climate Change) (2013), *Updated Energy and Emissions Projections 2013*, <https://www.gov.uk/government/publications/updated-energy-and-emissions-projections-2013>

Juraen

Den største fejl virksomheder har begået på eksportmarkederne er undervurdering af juraen. Ofte er man tilbøjelig til i begejstringen over den spændende forretning, som er i gang, at man helt glemmer den nødvendige opmærksomhed på juraen.

Det at få en kontrakt på levering af sine produkter er selvfølgelig det ultimative successkriterie. Er papirerne på handlen og forholdene herefter ikke i orden, kan det dog hurtigt udvikle sig til nærmest uoverstigelige problemer.

Det grundlæggende er at ethvert samarbejde skal have en ordentlig exit. Det skal forstås sådan at "skilsmissevilkårene" er aftalt allerede ved indgåelse af aftalen.

Såfremt der er tale om salg af komponenter til Small Wind, er lokal repræsentation næppe nødvendig. I så tilfælde kan handlen reguleres af virksomhedens Almindelige Handelsbetingelser. Dog skal man være særdeles agtpågivende overfor produktansvar, og huske at indføre at komponenterne ALENE må anvendes, som beskrevet af leverandøren.

TIP 4.

Bemærk at virksomhedens ansvarsforsikring ikke nødvendigvis dækker produktansvar. Tal med din assurandør eller forsikringsmægler om i hvilke lande virksomheden bør være forsikret imod produktansvar.

Opstart med datterselskab.

Er der tale om eksport af komplette møller, er det fra starten nødvendigt at kigge fremad.

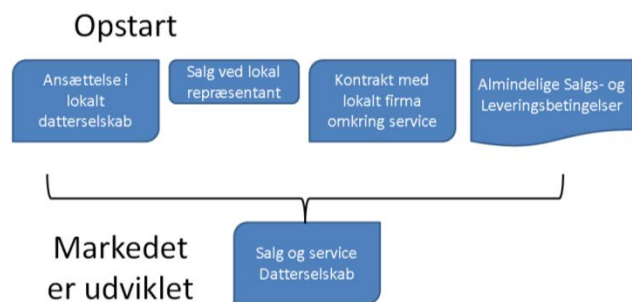
Man bør altid forestille sig hvorledes virksomhedens engagement i det pågældende marked ser ud om nogle år.

Den identificerede lokale salgsmedarbejder er sandsynligvis ikke kapabel til at levere og opstille møller, og endnu mindre udføre service. Derfor er det sandsynligvis en fordel at entrere med en lokal virksomhed for disse opgaver. Når markedet så udvikler sig, kan alle aktiviteterne lægges i datterselskabet.

Man skal i den forbindelse være særdeles opmærksom på den lokale ansættelsesret. I nogle lande er det, efter danske forhold, ekstremt bekosteligt at komme af med en medarbejder.

Den store fordel ved oprettelse af datterselskab i det pågældende marked er, at hele ansvarspakken kan lægges her. Det kræver dog at samhandlen med datterselskabet juridisk udføres således at datterselskabet fungerer selvstændigt.

Husk skattelovens §1 stk. 6, der bestemmer at såfremt de udenlandske selskab har sin daglige ledelse fra Danmark, er det fuldt skattepligtig i Danmark. Da det naturligvis også er skattepligtig i



landet det opererer i, er det vigtigt undersøge om der er risiko for dobbeltbeskatning af datterselskabet.

Opstart uden datterselskab.

Såfremt man indgår aftale med et lokalt firma om at dette firma kan varetage Salg, Levering og Service i hele det lokale marked er der et stort antal muligheder for regulering af samarbejdet.

Det starter typisk med en hensigtserklæring (Letter of Intent). På hjemmeside fra startvækst

<https://startvaekst.virk.dk/drift/vaerktoejer-til-drift/leverandoer-og-forhandlerkontrakter>

kan du – hvis du er oprettet som bruger – downloade eksempler på standardkontrakter. Endvidere er der til hver standardkontrakt en vejledning.

TIP 5.

Standardkontrakterne er et udmærket udgangspunkt til forståelse af problematikken.

Det ændrer dog **IKKE** på den omstændighed at juridisk bistand fra en jurist med kendskab til juraen i det pågældende marked er **STRENGT NØDVENDIGT!**

Om hensigtserklæringen står der i vejledningen:

0. Parter

Parternes navne, virksomhedsnummer og adresse skal skrives korrekt. Fx har virksomheder inden for samme koncern ofte navne, der ligner hinanden, men det er ikke nødvendigvis ligegyldigt, om du indgår Letter of Intent ("LoI") med det ene eller det andet selskab. Fx kan et selskab være rigt, mens et andet kan være fattigt. Du kan finde virksomhedsnummer og andre oplysninger om danske virksomheder hos [Det centrale virksomhedsregister](#) og om udenlandske virksomheder hos [Erhvervs- og Selskabsstyrelsen](#).

1. Baggrund

Punkt 1.1: I starten af LoI skriver du, hvad drøftelserne med din partner går ud på. Det kan som i dette eksempel være drøftelser om oprettelse af et fælles selskab. Det kunne også være drøftelser om indgåelse af en patentlicensaftale, køb af en virksomhed, levering af serviceydelser eller produkter eller noget helt fjerde.
Punkt 1.2: Punkt 3-8 i LoI er bindende for dig og din partner, men ellers medfører LoI ikke nogen forpligtelser for jer. Selv om I underskriver LoI, er I altså ikke forpligtet til at gennemføre det, som jeres drøftelser går ud på, og som er nærmere beskrevet i punkt 2 i LoI, medmindre I indgår en endelig bindende aftale om det.

2. Hovedvilkår

Punkt 2.1-2.10: Indholdet af punkterne vil variere afhængig af, hvad drøftelserne med din partner går ud på. Hvis drøftelserne som her drejer sig om oprettelse af et fælles selskab, vil punkterne sædvanligvis sige noget om, fx hvor stor hver Parts ejerandel af Selskabet skal være, og hvor stor indflydelse hver Part skal have på de

beslutninger, der træffes i Selskabet. Punkternes helt konkrete indhold kan dog godt – og vil ofte – afvige fra det, der står i dette eksempel på en LoI. Du kan finde yderligere inspiration til punkternes indhold [her](#). Hvis drøftelserne drejer sig om fx en patentlicensaftale, kan du finde inspiration til punkternes indhold [her](#).

3. Endelig aftale

Punkt 3.1: LoI er en forløber for en endelig bindende aftale om det, som drøftelserne med din partner går ud på. LoI indeholder derfor som regel en egentlig bindende forpligtelse for Parterne til at indlede forhandlinger om en endelig bindende aftale.

4. Eksklusivitet

Punkt 4.1: Ikke sjældent er det forbundet med store omkostninger at forhandle om en endelig bindende aftale og at undersøge, om det, som drøftelserne med din partner går ud på, kan gennemføres. Der er fx jeres egne interne omkostninger, og der er udgifter til professionelle rådgivere. For at undgå at afholde omkostninger unødigt indeholder LoI derfor som regel en egentlig bindende forpligtelse for Parterne til ikke at forhandle med andre om det, som de forhandler med hinanden om, så længe LoI er i kraft.

5. Fortrolighed

Punkt 5.1 og 5.2: Når du forhandler med din partner, er det uundgåeligt, at I udleverer oplysninger til hinanden, som I betragter som fortrolige, og som I ikke ønsker skal bruges til uvedkommende formål eller videregives til uvedkommende. LoI indeholder derfor som regel en egentlig bindende forpligtelse for Parterne til at behandle de oplysninger, de modtager fra hinanden, fortroligt. Uanset at LoI indeholder en fortrolighedsbestemmelse, bør du dog aldrig udlevere flere fortrolige oplysninger til din partner end nødvendigt. Når du først har udleveret en oplysning, mister du nemlig kontrollen med dens videre færd.

6. Omkostninger

Punkt 6.1: Som allerede nævnt er det forbundet med omkostninger for dig og din partner at forhandle om en endelig aftale og at undersøge om det, jeres drøftelser går ud på, kan gennemføres. LoI indeholder derfor som regel en egentlig bindende bestemmelse, som præciserer, hvordan omkostningerne skal bæres af Parterne. Omkostningerne kan fordeles, som du og din partner ønsker, men udgangspunktet i LoI er, at I hver især bærer jeres egne omkostninger.

7. Varighed og ophør

Punkt 7.1: LoI indeholder som regel en egentlig bindende bestemmelse, som siger, hvornår LoI ophører. Du og din partner kan fx ikke leve med, at bestemmelsen i punkt 4 om, at I ikke må forhandle til anden side, fortsætter uden tidsbegrænsning. LoI vil helt logisk udløbe, når og hvis du og din partner indgår en endelig bindende aftale, men ellers bør LoI indeholde en bestemt dato for, hvornår den senest udløber.

8. Andre vilkår

Punkt 8.2: Det skal fremgå af LoI, hvilket lands ret der skal gælde, hvis der opstår en uenighed, som du og din partner ikke kan løse i mindelighed. Hvis både du og din partner er danske, er det oplagt at vælge dansk ret. Hvis din partner derimod ikke er dansk, så vil du måske insistere på dansk ret og din partner på sit eget lands ret. Det kan her være en mulighed at vælge et tredje lands ret. Du bør dog aldrig acceptere et "eksotisk" lands ret (fx uzbekisk ret), da det kan være svært at forudse, hvordan en uenighed vil blive afgjort.

Næste skridt er en forhandleraftale. Den kan være eksklusiv (eneforhandler) eller den kan give mulighed for flere forhandlere i samme marked.

Vejledningen til Standardkontrakten for Eneforhandler lyder som følger:

9. Parter

Leverandørens og Eneforhandlerens navn, virksomhedsnummer og adresse skal skrives korrekt. Fx har virksomheder inden for samme koncern ofte navne, der ligner hinanden, men det er ikke nødvendigvis ligegyldigt, om du indgår Aftalen med det ene eller det andet selskab. Fx kan et selskab være rigt, mens et andet kan være fattigt. Du kan finde virksomhedsnummer og andre oplysninger om danske virksomheder hos [Det centrale virksomhedsregister](#) og om udenlandske virksomheder hos [Erhvervs- og Selskabsstyrelsen](#).

10. Definitioner

Området: Det er ikke nødvendigvis alle lande i hele verden eller alle områder i et land, som skal være omfattet af Eneforhandlerens eneforhandlingsret. De konkrete lande eller områder i et land, som skal være omfattet, bør derfor udtrykkeligt nævnes i punkt 1. Produkterne: Det er ikke nødvendigvis alle Leverandørens produkter, som skal være omfattet af Eneforhandlerens eneforhandlingsret. De af Leverandørens produkter, som skal være omfattet, bør derfor udtrykkeligt nævnes i Bilag A.

11. Eneforhandlingsret

Punkt 2.3: Konsekvensen af, at Eneforhandleren har eneret til at forhandle Produkterne i Området, er, at Eneforhandleren ikke må sælge Produkterne aktivt uden for Området, fx ved at kontakte mulige kunder uden for Området. Leverandøren vil også ofte have givet andre eneret til at forhandle Produkterne uden for Området.

Punkt 2.4: Konsekvensen af, at Leverandøren har givet Eneforhandleren eneret til at forhandle Produkterne i Området, er, at Leverandøren ikke selv aktivt må sælge Produkterne i Området eller give andre lov til det.

12. Eneforhandlerens forpligtelser

Punkt 3.1-3.9: I disse punkter kan du se eksempler på forpligtelser, som Eneforhandleren skal opfylde for at bevare sin eneret til at forhandle Produkterne i Området. Fællesnævneren for forpligtelserne er, at Eneforhandleren skal bestræbe sig på at sælge så mange Produkter som muligt, fx ved markedsføring, førsalgsservice og eftersalgsservice, som er egnet til at skaffe og fastholde kunder. I Bilag B kan det aftales, at

Eneforhandleren skal købe en vis mistemængde af Produkterne fx pr. år hos Leverandøren for at bevare sin eneforhandlingsret.

13. Leverandørens forpligtelser

Punkt 4.1-4.5: I disse punkter kan du se eksempler på forpligtelser, som Leverandøren skal opfylde over for Eneforhandleren. Fællesnævneren for forpligtelserne er, at Leverandøren skal bestræbe sig på at gøre det, som rimeligvis er nødvendigt for, at Eneforhandleren kan sælge Produkterne i Området. Det kan fx være levering af markedsføringsmaterialer, teknisk support og træning af Eneforhandlerens personale og sikring af, at Produkterne lovligt kan sælges i Området.

14. Indkøbsordrer og -bekræftelser

Punkt 5.1 og 5.2: Når Eneforhandleren køber et Produkt af Leverandøren, så sker det rent praktisk ved, at Eneforhandleren sender Leverandøren en indkøbsordre. Hvis Leverandøren kan acceptere de vilkår, der fremgår af indkøbsordren med hensyn til fx mængde og leveringstid, så sender Leverandøren en bekræftelse af indkøbsordren til Eneforhandleren, og en aftale om køb og salg er dermed kommet i stand. Du kan læse om de danske regler, der gælder for indgåelse af aftaler om køb og salg, i [Aftaleloven](#).

15. Levering

Punkt 6.2: Der bør altid aftales en leveringsbetingelse for de Produkter, Eneforhandleren køber hos Leverandøren. Du kan fx bruge [Incoterms](#), som blandt andet bestemmer, hvem der arrangerer og betaler for transport, og hvem der har risikoen for skader under transporten. Punkt 6.3 og 6.4: Det bør aftales, hvad konsekvenserne af forsinket levering af et Produkt er. Ellers er det nemlig gældende lovgivning, der afgør hvad konsekvenserne er, og det er ikke altid optimalt. Du kan læse mere om de danske regler, der gælder for forsinket levering, i [Købeloven](#).

16. Pris og betalingsbetingelser

Punkt 7.1: Priserne for Produkterne bør altid aftales, og Leverandøren bør have ret til at ændre priserne med et vist varsel. Fx kan omkostningerne ved at producere eller indkøbe Produkterne stige, og så er det u hensigtsmæssigt, hvis Leverandøren ikke kan hæve priserne tilsvarende over for Eneforhandleren. Punkt 7.2: Betalingsbetingelserne bør fremgå af Aftalen. Det kan fx være "30 dage fra modtagelse af faktura" eller "kontant ved levering".

17. Garanti

Punkt 8.1-8.6: Det bør aftales, hvad konsekvenserne er, hvis Leverandøren leverer et Produkt med fejl og mangler til Eneforhandleren. Hvilke rettigheder har Eneforhandleren? Hvad er omfattet af garantien, hvis Leverandøren giver sådan en? Hvor længe gælder en eventuel garanti? Ellers er det nemlig gældende lovgivning, der afgør hvad konsekvenserne er, og det er ikke altid optimalt. Du kan læse mere om de danske regler, der gælder for fejl og mangler, i [Købeloven](#).

18. Produktansvar

Punkt 9.1: Enhver, der producerer eller sælger et produkt, er ansvarlig for død, personskade og tingskade, som en defekt ved produktet måtte forvolde. Det er det, man kalder "produktansvar". Du kan læse om de danske regler om produktansvar, i [Produktansvarsloven](#). Ud over disse regler gælder også de regler, der har udviklet sig på grundlag af domstolenes praksis. Punkt 9.2: Både Leverandøren og Eneforhandleren bør forpligte sig til at tegne en forsikring, der dækker deres produktansvar i forbindelse med Produkterne.

19. Leverandørens enerettigheder

Punkt 10.2: Eneforhandleren bør forpligtes til ikke at registrere Leverandørens varemærker m.v. for Produkterne. I praksis sker der nemlig ikke sjældent det, at hvis Leverandøren ikke har registreret sine varemærker m.v. i Området, så gør Eneforhandleren det. Det kan give problemer, hvis samarbejdet mellem Parterne ophører, og Eneforhandleren så kan forbyde Leverandøren at sælge Produkterne i Området under sine varemærker m.v.

Tredjeparts enerettigheder

Punkt 11.1-11.5: Aftalen bør tage stilling til, hvordan der forholdes, hvis det viser sig, at et Produkt krænker fx et patent, design eller varemærke, som tilhører en tredjepart. Hvis det er tilfældet, kan tredjeparten nemlig efter omstændighederne forbyde Eneforhandleren og dennes kunder at bruge og sælge Produktet og kræve erstatning m.v., og det kan have store omkostninger. Udgangspunktet efter Aftalen er, at Leverandøren hæfter for krænkelse af tredjeparts rettigheder, men der kan aftales begrænsninger af ansvaret som fx punkt 11.4 og 11.5.

20. Fortrolighed

Punkt 12.1 og 12.2: Uanset at Aftalen indeholder bestemmelser, som skal begrænse risikoen for, at din aftalepartner videregiver dine fortrolige oplysninger til tredjepart eller misbruger dem, så er det vigtigt, at du ikke udleverer flere fortrolige oplysninger til din aftalepartner end nødvendigt. Når du først har udleveret en oplysning, er det nemlig uden for din kontrol, hvad der videre sker med den. Det er også vigtigt, at du mærker alle fortrolige oplysninger, som du udleverer til din aftalepartner i fysisk form, "FORTROLIGT" e.l.

21. Ansvarsbegrænsning

Punkt 13.2: Hvis du er Leverandør, vil det være fornuftigt at aftale et maksimum for, hvor meget du kan komme til at betale Eneforhandleren i erstatning under Aftalen. Maksimummet kan være fx et bestemt beløb eller den samlede salgspris for de Produkter, du leverer til Eneforhandleren. Derudover aftales det ofte, at såvel Leverandøren som Eneforhandleren ikke er ansvarlig for indirekte tab eller skade. Indirekte tab eller skade kan fx være fortjeneste, som Eneforhandleren mister, fordi Leverandøren ikke leverer et Produkt til tiden.

22. Varighed

Punkt 14.2: Det aftales ofte, at Aftalen er uopsigelig i en vis periode og derefter kan opsiges med et vist varsel. Det skyldes, at Eneforhandleren ofte har store omkostninger til at etablere et marked for Produkterne i Området, og at det derfor er en forudsætning for Eneforhandleren at kunne være sikker på sin eneforhandlingsret i en vis mindsteperode. Punkt 14.4: Efter visse landes lovgivning eller retspraksis vil Eneforhandleren efter omstændighederne have ret til erstatning for tabt goodwill m.v. Erstatningen kan være ganske betydelig, og hvis du er Leverandør, kan det derfor være en god idé at udelukke eller begrænse erstatningsansvaret, i det omfang reglerne tillader det.

23. Andre vilkår

Punkt 15.3: Det skal fremgå af Aftalen, hvilket lands ret der gælder, hvis der opstår en uenighed, som din aftalepartner og du ikke kan løse i mindelighed. Hvis både du og din aftalepartner er danske, er det oplagt at vælge dansk ret. Hvis din aftalepartner derimod ikke er dansk, så vil du måske insistere på dansk ret og din aftalepartner på sit eget lands ret. Det kan her være en mulighed at vælge et tredje lands ret. Du bør dog aldrig acceptere et "eksotisk" lands ret (fx uzbekisk ret), da det kan være svært at forudse, hvordan en uenighed så vil blive afgjort.

Er markedet geografisk stort og den pågældende forhandler ikke kan dække hele markedet kan det være hensigtsmæssigt at anvende en Forhandleraftale som ikke giver eksklusivitet. En sådan kan også downloades fra Startvækst's hjemmeside.

En tredje mulighed er Handelsagentaftale. Her er der tale om at agenten handler i agenturgivers navn og for dennes regning. Det er derfor særdeles vigtigt at selv små detaljer i forholdet er nøje aftalt. Se blot på standardkontraktens paragraf om Agentens forpligtelser:

Agenten skal ved udførelse af sit hverv varetage agenturgivers interesser og handle loyalt og redeligt, herunder:

- Fremme agenturgivers afsætning af de af aftalen omfattede produkter inden for aftalens geografiske område og udbyde disse produkter inden for de af agenturgiver fastsatte salgs- og leveringsbetingelser.
- Sikre sig at kunden modtager brochuremateriale og give kunden en orientering om produktet.
- Sørge for at servicere kunden og give relevante oplysninger.
- Sørge for at alle betalinger sker direkte til agenturgiver.
- Uden ugrundet ophold underrette agenturgiver om bl.a. indkomne købstilbud, forespørgsler, reklamationer eller ordrer fra kunder.
- Give agenturgiver alle oplysninger, der til enhver tid er nødvendige, for at salget afvikles tilfredsstillende, specielt vedrørende nye kunders soliditet.
- Informere agenturgiver om vigtige forandringer i markedsforholdene, herunder ændret lovgivning og krænkelse af agenturgivers immaterielle rettigheder.
- Straks videresende forespørgsler eller ordrer fra kunder hjemmehørende uden for det af aftalen omfattede område til agenturgiver, som agenten måtte komme i besiddelse af.
- Bistå agenturgiver ved inddrivelse af fordringer.
- Orienter agenturgiver om væsentlige ændringer i agentens forhold, herunder den økonomiske situation.
- Undlade at konkurrere med agenturgiver eller bistå andre ved en sådan konkurrence hverken inden for eller uden for det af aftalen omfattede område, med mindre agenturgiver skriftligt tillader dette, eller

med mindre der er tale om en anden kundekreds, et andet geografisk område eller en anden vare end den af denne aftale omfattede.

- Undlade at fremstille produkter, som er identiske med eller er inden for samme identitet som agenturgivers.

Agenten skal tilse, at kunder før aftalens indgåelse er:

- Indforstået med agenturgivers almindelige forretningsbetingelser.
- Betalingsdygtige og har indbetalt de fornødne midler til aftalens indgåelse hos agenturgiver.

Det indikerer klart at man skal være endog meget omhyggelig med kontrakten, hvis man vælger at anvende en handelsagent.

Deltagelse i messer og udstillinger.

Der er et væld af messer og udstillinger verden over, som er relevante for Small Wind. De to suverænt største årlige messer er EWEA og AWEA. For begge gælder, at der er besøgende fra mange lande, hvorfor de er suverænt de bedste til imødekomme af store eksport ambitioner. Til gengæld er de også blandt de dyreste med hensyn til standleje.

En god vej til at begrænse omkostningerne og lette arbejdet, er at deltage i Danish Pavillion arrangeret af DWEA (Danish Wind Export Association). Som er et joint venture mellem Eksportforeningen og Vindmølleindustrien.

Alle kan benytte sig af DWEA's tilbud.

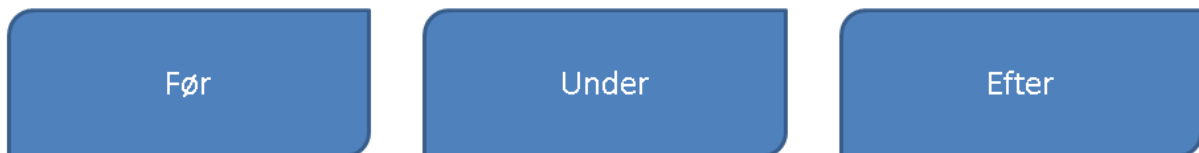
Forskellen på medlem og ikke medlem i forhold til DWEA er koordineringsprisen. Derudover er der naturligvis nogle tilbud om andre ydelser i forbindelse med et medlemskab, som du kan nyde godt af. Dem kan du høre nærmere om ved at kontakte en af nedennævnte.

Du kan blive medlem af en af DWEA's moderforeninger ved at kontakte:

-Vindmølleindustrien (Birgitte Lund-Skovbo, bls@windpower.org, phone 33730335)

-Eksportforeningen (Tine Arensbach, tine.arendsbach@dk-export.dk, phone 60208564)

Når du skal deltage i messer bør du allerede fra starten tænke hele processen igennem. Groft sagt er der tre perioder, som skal planlægges:



Alle tre perioder er lige vigtige, hvis du skal have fuldt udbytte af deltagelsen.

Før messedeltagelse.

Beslut dig for deltagelse i god tid. Det bedste er, at du beslutter dig i så god tid, at du kan lade det ingå i din planlægning og budget for det efterfølgende år.

Der er nemlig rift om de gode pladser.

Det gælder om at være synlig og let at finde.

Deltager du i Danish Pavillion, kan du være sikker på at mange andre hjælper med at trække besøgende, men også her gælder det om ikke at komme i bås. Din stand skal helst kunne ses fra mindst 2 sider og gerne fra en stærkt trafikeret passage.

Udstiller du selv, skal du også sørge for at din stand er synlig fra mindst 2 sider og igen fra passage med meget trafik. Meget trafik er der ved: Store firmaer's stande, toiletter, restauranter, ind- og udgange.

Verden skal vide at du udstiller!

- ✓ Sæt det op på "home-siden" på din hjemmeside.
- ✓ Tilføj ikon omkring det at du udstiller på alle medarbejdernes email (ca. 2 måneder før)
- ✓ Invitér udvalgte ca. 2 – 3 uger før udstillingen.
- ✓ Arrangér møder på udstillingen.

Bestem dig i god tid for hvor meget plads du har brug for. Her skal du tage hensyn til om det er nødvendigt med lukkede møderum og andre praktiske foranstaltninger.

Hav en nyhed med.

Det er altid godt med pressemeddelelser i forbindelse med udstilling. Arrangøren vil også gerne reklamere for udstillingen, og for ham betyder det meget at kunne annoncere at hans udstilling bringer nyheder – det giver nemlig ham kunder.

En nyhed behøver ikke være noget med kun en måned på dagen. Groft sagt kan alt hvad der er ændret siden sidst kaldes en nyhed. Sørg for at få lavet kortfattede meddelelser, som er lige til at bruge. Er du dygtig kommer du med i Arrangørens reklamemateriale for udstillingen som helhed, næstbedst er at din nyhed kommer med i messeavisen som typisk udkommer hver dag under udstillingen. Typisk er der "presse kickoff" ca. 8 uger før udstillingens åbning.

Planlæg standens opbygning nøje. Blikfang er altid godt. Vær varsom med at spærre for trafikken i din stand. Hvis du har stole og bord, så placér det bagerst. Folk går ikke forbi et befolket bord.

Tryk brochuremateriale i god tid og i tilstrækkelig mængde. Husk masser af visitkort.

Gimmics som kuglepenne og andet tingel tangel har INGEN betydning, når der er tale om B2B forretninger. Det er dog en god idé at have en lille kasse kuglepenne med til imødekommelse af en besøgendes forglemmelse.

Under udstillingen.

At passe en udstilling er hårdt arbejde. Sørg for at der er mindst 2 til at passe standen i løbet af dagen.

Såfremt der kun er en enkelt til at passe standen, er det vigtigt at have et opslag om hvornår man er tilbage, hvis man forlader standen.

Afvent besøgende stående. Hvis du sidder ned og slapper af, eller endnu værre – er på nettet, vil forbipasserende måske nødtigt forstyrre dig.

Vær ikke alt for casual klædt. Det skal være sådan at forbipasserende kan se, at du hører til på standen. Skjorte med tydelig firmalogo er altid en god idé.

Hav en ”kinabog” og en limstift til at sætte visitkort fast med. Skriv stikord fra dine samtaler ned.

Hav ekstra dokumentation på dine produkter med. Også de lidt dyrere. Sommetider kan det åbne en handel, når man forærer noget ”sjældent” til en potentiel kunde.

People buy People. Tag dig ordentlig af den besøgende. Du fornemmer hurtigt om der er potentiale eller ej i personen. Er der ikke potentiale, så skal du ikke undskylde, at du er nødt til at betjene de andre i nærheden. I stedet skal du meddele den næste, at det varer lige et øjeblik, så er du klar. Så er beslutningen om at forlade din stand nærliggende for den, som alligevel ikke vil handle – men vigtigst af alt, det er hans beslutning at gå videre.

Hav mobiltelefonen på lydløs. Sæt en aut. meddelelse at du er optaget, men vil ringe tilbage så snart det er muligt.

Efter udstillingen.

Umiddelbart efter hjemkomst er det vigtigt at briefe virksomheden om udstillingens resultat. Lav en evaluering af det umiddelbare udbytte og læg en plan for opfølgning af henvendelserne, herunder er det vigtigt at indrage de øvrige funktioner i virksomheden i nødvendigt omfang. Det vil ofte være spørgsmål af teknisk eller kommerciel art, som besætningen på standen ikke havde kompetence til at besvare fyldestgørende.

Deltagelsen i udstillingen havde til formål at skabe kontakter. Hvis kontakten ikke vedligeholdes dør den ud. Derfor skal ALLE, som har besøgt standen og givet email adresse have en lille hilsen. Denne hilsen personliggøres på baggrund af notaterne fra ”kinabogen”. Rækkefølgen for disse besvarelser skal naturligvis tilrettelægges efter henvendelsernes natur. Direkte spørgsmål skal besvares hurtigst muligt.

Efter et par uger har man fornemmelsen af det egentlige resultat af at have været på udstilling. Så er det tid til at evaluere. Hvad virkede, hvad virkede ikke. Skal vi med igen næste år? Hvis ja, så lav reservationen med det samme.

WEB henvisninger:

Web side	Emne
http://www.dkpto.dk/vaerktoejer/ipr-mentorordning/et-mentorforloeb.aspx	Beskrivelse af mentor forløb
http://www.dkpto.dk/information/ipr-pakken/kortlaegning-af-ipr-behov-og-muligheder.aspx	Kortlægning af IPR-behov og muligheder
http://startvaekst.dk/vhmidtjylland.dk/vaeksthjulet-midt	Planlæg væksten med Væksthjulet
http://startvaekst.dk/vhmidtjylland.dk/exportsteps	Eksport Steps. Bliv bedre til at målrette eksportvækst.
http://startvaekst.dk/vhmidtjylland.dk/vituseksport-programmer	Kickstart dit eksportsalg på rekordtid.
http://www.ekf.dk/da/DetHjaelperViMed/Sider/Krav-til-dig.aspx	Krav til virksomheden der ønsker samarbejde med EKF.
http://www.ekf.dk/da/om-ekf/CSR-i-EKF/Sider/CSR-politik.aspx	Oplysninger, der er omfattet af åbenhed i EKF.
http://di.dk/SiteCollectionDocuments/Marked/Produktblade_nye%20versioner_06.12.13/Produktark%2006.01.14_Eksporthaendbogen%20hjælper%20med%20praktiske%20eksportudfordringer_WEB.pdf	Brochure for Eksporthåndbogen fra DI
http://www.mcmaster.com/#	Hjemmeside med over 555.000 produkter illustreret og med engelsk tekst.
http://www.nationalcadstandard.org/ncs6/content.php	Hjemmeside med systematisk opbygning af tegnings- og komponent numre.
http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/IRENA_RE_Target_Setting_2015.pdf	IRENA rapport om Renewable Energy Target Setting
http://www.wwindea.org/	World Wind Energy Association's hjemmeside, som er rimeligt opdateret omkring markedet for Small Wind.
http://distributedwind.org/	Hjemmeside for den amerikanske organisation for Small Wind DWEA
https://www.wind-energie.de/themen/kleinwind	Tysk hjemmeside omtalende Small Wind
http://www.kleinwindanlagen.de/	Uwe Hallenga's hjemmeside om Small Wind i Tyskland.
https://www.federalregister.gov/articles/2012/01/20/2012-755/notice-of-funding-availability-for-the-rural-energy-for-america-program	Link til de enkelte amerikanske delstaters kontorer for Rural Energy Development.
https://startvaekst.virk.dk/drift/vaerktoejer-til-drift/leverandoer-og-forhandlerkontrakter	Download af standard Leverandør- og forhandlerkontrakter

