

NOVEMBER 2018



Vækstteam for handel og logistik



Forord



Vi er blevet stillet den opgave af regeringen at komme med anbefalinger til, hvordan handels- og logistikerhvervet bedst understøttes og fremtids-sikres i en stigende digital verden. Det er et emne, som i høj grad optager medlemmerne af vækstteamet i vores daglige virke, hvor vi alle oplever de muligheder og udfordringer, som følger med den teknologiske og globale udvikling.

Arbejdet i vækstteamet har været præget af gode diskussioner og en oprigtig interesse i at give anbefalinger, der set med vores briller vil gøre en forskel og være praktisk mulige at implementere. Det har været væsentligt for os, at der var konsensus bag anbefalingerne, og jeg er derfor glad for at kunne sige, at det er et enigt vækstteam, der står bag rapporten.

Vækstteamet er opmærksomt på, at der pågår arbejde i EU-regi for at imødekomme nogle af de udfordringer, handels- og logistikerhvervet står over for. Det støtter vi selvfølgelig op om, men håber også, at regeringen er villig til at se på løsninger med en kortere tidshorisont. På en række områder, i særdeleshed i forhold til de globale e-handels platforme, er det vigtigt med handling nu, og vores vurdering er, at det fint kan gå hånd i hånd med kommende EU-løsninger.

Vi har bevidst undgået at forholde os til eventuelle partipolitiske forhold omkring de emner, vi har diskuteret, og i stedet forholdt os til emnerne ud fra den erfaring, vi samlet set besidder. Vi er meget optagede af den teknologiske udvikling og den fortsat stigende handel på nettet. Det er indlysende, at denne udvikling har haft en kæmpe effekt på hele erhvervslivet allerede, men blandt vækstteamets medlemmer er der ingen tvivl om, at vi langt fra har set enden på de forandringer, e-handel og globalisering vil medføre.

Kommissoriet for vækstteamet har dannet rammen for arbejdet, og vi har derfor lagt vægt på reguleringsmæssige og strukturforbedrende forslag. Rapporten indeholder efter regeringens ønske ikke anbefalinger om skatter og afgifter, med undtagelse af udfordringer med udenlandske virksomheders regelefterlevelse. Vækstteamet vil dog gerne understrege, at skatte- og afgiftsforhold, særligt de høje danske punktafgifter og et højt momsniveau i forhold til vores konkurrenter, også spiller en væsentlig rolle for danske handels- og logistikvirksomheder, og at der bør foregå en drøftelse af disse forhold i andet regi.

Undervejs i arbejdet har vi haft en række spændende diskussioner om de muligheder og udfordringer, erhvervene står overfor. Vi har taget afsæt i egne erfaringer, men har også med stor glæde modtaget input fra en række forskellige aktører og interessenter. Denne dialog har hjulpet til at løfte vores anbefalinger til et højere niveau, der favner erhvervene bredt og understøtter mangfoldighed. En stor tak til alle for deres beredvillighed til at hjælpe med arbejdet.

Slutteligt en stor tak til vækstteamet for en engageret indsats og til embedsværket i Erhvervsministeriet og Transport-, Bygnings- og Boligministeriet for kompetent projektledelse af arbejdet.

Formand
Michael Løve

Indhold

1. Sammenfatning og vision	6
1.1 Vækstteamets vision	7
1.2 Indsatsområder	7
1.3 Oversigt over anbefalinger	9
2. Muligheder og udfordringer for handels- og logistikerhvervet	10
2.1 Handels- og logistikerhvervets betydning i den danske økonomi	11
2.2 Den teknologiske udvikling ændrer erhvervene	11
2.3 Infrastrukturen er under pres	14
3. Fremme vækst og digital omstilling i handels- og logistikerhvervet	16
3.1 Verified Danish – øget transparens om varers oprindelse og håndtering	17
3.2 Danmark som Skandinaviens eksportknudepunkt til Asien	18
3.3 Gør det lettere at bruge ny teknologi	18
3.4 En indsats for levende bymidter	19
3.5 Gør det nemt at komme i gang – og fortsætte – med digital omstilling og eksport	22
3.6 Fremme danske handelsvirksomheders tilstedeværelse og succes på online platforme	23
3.7 Etablering af en Nordic Trade and Logtech Hub	24
3.8 Åbne offentlige data skal skabe vækst i handels- og logistikerhvervet	25
4. Lige konkurrencevilkår nationalt og internationalt	26
4.1 Taskforce for lige konkurrencevilkår online	26
4.2 Opgør med momssnyd online	28
4.3 Bedre produktsikkerhed online	29
4.4 Styrket håndhævelse af forbrugerreglerne og kontrol med fupbutikker	31
4.5 Fælles internationale spilleregler for e-handel	32
4.6 Ny international postaftale	32
4.7 Mere lige konkurrence ved tysk pant i grænsehandlen	33

5. Forenkle hverdagen for handels- og logistikvirksomheder	34
5.1 Ens regler for vejtransport i hele EU	34
5.2 Masterplan for investeringer i infrastruktur	35
5.3 Understøt levering med støjsvagt udstyr i ydertimerne	36
5.4 Sikre arbejdskraft til handels- og logistikerhvervet	37
5.5 Ajourføre den danske model med fremtidens arbejdsmarked	38
5.6 Mere agile og tidssvarende handels- og logistikuddannelser	39
5.7 Understøt den cirkulære økonomi med ensartede regler for brug af plastik	40
5.8 Mere genbrug af data på tværs af offentlige myndigheder	42
5.9 Bedre vejledning til EU-lovgivning skal understøtte handel	43
6. Medlemmer af vækstteamet for handel og logistik	44

1

Sammenfatning og vision

Handels- og logistikvirksomheder er en del af en forsyningskæde, der i høj grad påvirkes af stigende digitalisering og ændrede forbrugs- og produktionsmønstre. Derfor har regeringen nedsat vækstteamet for handel og logistik, som har fået til opgave at ruste handels- og logistikvirksomhederne til at udnytte de muligheder, som blandt andet digitalisering og ny teknologi bringer med sig.

For handels- og logistikerhvervet har særligt e-handel ændret markedet, forbrugs- og distributionsmønstre samt bymidternes funktion. Kunderne har fået adgang til et udbud, de ikke har haft før, og brugen af digital samhandel vil fortsat øges som konsekvens heraf. Den internationale konkurrence betyder blandt andet, at handelsvirksomhederne i Danmark og resten af verden mærker, hvad det vil sige at skulle konkurrere mod enorme globale e-handelsplatforme med helt særlige forretningsmodeller, som tager markedsandele i et højt tempo. Selvom store globale platforme endnu ikke har etableret sig på dansk jord, e-handler danskerne i stigende grad i for eksempel Tyskland og Kina – særligt på disse platforme.¹

Der findes i Danmark et meget stort antal mindre virksomheder, som er til stede online, men relativt

få har et stærkt nok brand eller de nødvendige ressourcer til for alvor at gøre sig gældende uden for Danmark. Som konsekvens ses i dag et stort underskud på e-handelsbalancen for salg til forbrugere. Derfor er det vigtigt, at handelserhvervet omstiller sig i takt med udviklingen og også griber de muligheder, der ligger i, at kundegrundlaget ikke længere blot er det geografiske lokalområde, men potentielt hele verden.

E-handelsplatformene skubber med deres koncept også til kundernes forventning til hurtig og effektiv levering til døren. Gode løsninger til last mile levering er dermed et væsentligt konkurrenceparameter i logistikerhvervet, hvor nye teknologier samtidig kan give nye muligheder for at optimere og effektivisere logistikerhvervet.

Det er en vigtig forudsætning for handels- og logistikvirksomhedernes succes, at de kan konkurrere på lige fod med udenlandske virksomheder, både nationalt og internationalt. Eksempelvis skal udenlandske handelsvirksomheder overholde de regler, der gælder på det danske marked, og de fælleseuropæiske regler for logistikerhvervet skal fortolkes ens på tværs af grænser. Konkurrence på

1 FDIH (2018), e-handelsanalyse - årsrapport 2017.

lige vilkår er sundt og kan understøtte, at de danske handels- og logistikvirksomheder vokser sig stærke.

1.1 Vækstteamets vision

Stærkere og mere effektive danske handels- og logistikvirksomheder er det bedste middel til at sikre danske arbejdspladser og fortsat vækst og velstand i det danske samfund. I en globaliseret og digitaliseret verden er det derfor vækstteamets vision, at:

Danmark skal fostre og styrke handels- og logistikvirksomheder, der kan vinde i den internationale konkurrence i både Danmark og udlandet.

1.2 Indsatsområder

Der er naturligvis — og heldigvis — gode eksempler på handels- og logistikvirksomheder, som både er stærke og veletablerede i Danmark, og som har fået succes uden for landets grænser. Flere af vækstteamets medlemmer er gode repræsentanter for sådanne virksomheder. Med inspiration herfra og med input fra en lang række aktører har vækstteamet defineret tre indsatsområder med 24 anbefalinger, der skal understøtte, at visionen kan indfries.

Indsatsområde 1 Fremme vækst og digital omstilling i handels- og logistikerhvervet

Danske handels- og logistikvirksomheder skal blive stærkere ved at udnytte mulighederne i ny teknologi og nye forretningsmodeller. De skal derfor understøttes i at foretage transformationen og gentænke forretningen for fortsat at være relevante. Men erhvervet skal også udnytte de eksisterende danske styrkepositioner.

Danmark — og Skandinavien — har et godt image internationalt for tilgangen til blandt andet miljø, design og kvalitet. Dette image kan og skal udnyttes til at vinde markedsandele på etablerede markeder og blandt nye, store kundegrupper i eksempelvis Asien, Sydamerika og Afrika. Derfor ligger vækstteamets anbefalinger for at fremme vækst og digital omstilling inden for tre fokusområder:

- Fremme handelsvirksomhedernes adgang til etablerede og nye markeder. Anbefalingerne skal sikre, at danske rammevilkår understøtter øget eksport. Virksomhederne skal lettere kunne finde frem til relevante markeder og afsætningsmuligheder og de muligheder, de har, for at få offentlig støtte og vejledning til at eksportere. Og der skal iværksættes en proaktiv indsats for at gøre Danmark til Skandinaviens knudepunkt for eksport til Asien med den nødvendige infrastruktur (anbefaling 1, 2, 5 og 6).
- Understøtte handels- og logistikvirksomhedernes anvendelse af ny teknologi. Anbefalingerne skal hjælpe handels- og logistikvirksomhederne til at udnytte potentialet i nye forretningsmodeller og øget dataanvendelse med henblik på at øge produktiviteten og derigennem skabe nye danske styrkepositioner (anbefaling 3, 5, 7 og 8).
- Nyttænke de fysiske butikkers rolle. Anbefalingerne skal understøtte, at der også fremadrettet vil være levende bymidter med et udbud af varer, services og sociale funktioner, der er tilpasset fremtidens behov (anbefaling 4).

Indsatsområde 2

Lige konkurrencevilkår nationalt og internationalt

Der er bred enighed i vækstteamet og blandt interessenterne om, at konkurrencen i det danske marked er skævvredet til fordel for udenlandske handelsvirksomheder. Det bevirker blandt andet, at det er billigere for udenlandske e-handelsplatforme at sælge til danskere, end det er for danske e-handelsvirksomheder. Det er især tydeligt, når pakker, der sendes fra Kina til Danmark med fly, koster mindre end en pakke sendt internt i Danmark grundet utidssvarende internationale regler.

Samtidig er der store problemer med at sikre, at udenlandske handelsvirksomheder betaler de lovpligtige danske skatter og afgifter og overholder kravene til produktsikkerhed, forbrugerrettigheder, markedsføring mv., når de markedsfører sig til danske forbrugere. Mulighederne for svindel er store og har eksisteret i mange år. Der er initiativer på vej i blandt andet EU-regi, men det går langsomt, og kreativiteten til omgåelse af regler har vist sig at være yderst agil. Ligeledes afhjælper EU-regulering ikke problemer med håndhævelse af reglerne over for virksomheder fra tredjelande, og der er derfor behov for øget internationalt samarbejde.

Kombinationen af en strukturel skævvridning af konkurrencen samt åbenlyse muligheder for at omgå reglerne har ført til anbefalinger inden for to fokusområder:

- Øge indsatsen markant for at stoppe udenlandske handelsvirksomheders omgåelse af dansk lovgivning. Anbefalingerne vil både øge indtægterne til det danske samfund gennem bedre opkrævning af moms og reducere risikoen for, at den enkelte forbruger modtager usikre produkter eller betaler for en vare og ikke får den (anbefaling 9, 10, 11 og 12).
- Styrket internationalt samarbejde for lige konkurrencevilkår. Disse anbefalinger skal blandt andet stoppe (eller minimere) strukturelle fordele for udenlandske e-handelsplatforme og for den fysiske grænsehandel. Det vil gøre danske virksomheder bedre i stand til at vokse og konkurrere mod de største spillere fra udlandet, mens det samtidig sikres, at forbrugerne fortsat har adgang til et bredt vareudbud til konkurrencedygtige priser (anbefaling 13, 14 og 15).

Indsatsområde 3

Forenkle hverdagen for handels- og logistikvirksomheder

Det er vigtigt, at rammevilkårene på det danske marked understøtter en moderne og effektiv handel og distribution, hvor der er en åben tilgang til innovation og nye forretningsmodeller. Det betyder, at virksomhederne ikke skal opleve unødvendige byrder, og at de skal have adgang til arbejdskraft. Ligeledes er der et stort behov for at sikre, at vilkår for transport på tværs af landegrænser ikke besværliggøres af særregler og landespecifikke fortolkninger. Vækstteamet har derfor anbefalinger inden for tre fokusområder:

- Øget tilgængelighed til kvalificeret arbejdskraft for både handels- og logistikerhvervet. Anbefalingerne skal understøtte, at handels- og logistikvirksomhederne har adgang til den nødvendige mængde arbejdskraft og de rette kompetencer (anbefaling 19, 20 og 21).
- Sikre gode betingelser for transport og distribution, så logistikvirksomhederne let kan krydse grænser og optimere leveringer. Ligeledes skal anbefalingerne understøtte, at trængslen på veje og i byerne så vidt muligt minimeres (anbefaling 16, 17 og 18).
- Gøre det lettere at drive handels- og logistikvirksomhed og at leve op til gældende regler. Anbefalingerne har fokus på god vejledning om fortolkning af EU-regulering, på ensartede emballageregler og på genbrug af data på tværs af den offentlige sektor, så virksomhederne ikke skal indberette de samme oplysninger flere gange (anbefaling 22, 23 og 24).

1.3 Oversigt over anbefalinger

Fremme vækst og digital omstilling i handels-og logistikerhvervet

1. Verified Danish – øget transparens om varers oprindelse og håndtering
2. Danmark som Skandinaviens eksportknudepunkt til Asien
3. Gør det lettere at bruge ny teknologi
4. En indsats for levende bymidter
5. Gør det nemt at komme i gang – og fortsætte – med digital omstilling og eksport
6. Fremme danske handelsvirksomheders tilstedeværelse og succes på online platforme
7. Etablering af en Nordic Trade and Logtech Hub
8. Åbne offentlige data skal skabe vækst i handels- og logistikerhvervet

Lige konkurrencevilkår nationalt og internationalt

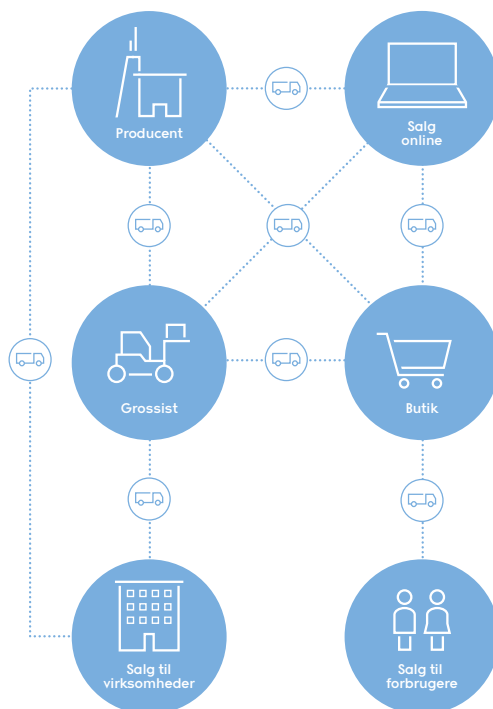
9. Taskforce for lige konkurrencevilkår online
10. Opgør med momssnyd online
11. Bedre produktsikkerhed online
12. Styrket håndhævelse af forbrugerreglerne og kontrol med fupbutikker
13. Fælles internationale spilleregler for e-handel
14. Ny international postaftale
15. Mere lige konkurrence ved tysk pant i grænsehandlen

Forenkle hverdagen for handels- og logistikvirksomheder

16. Ens regler for vejtransport i hele EU
17. Masterplan for investeringer i infrastruktur
18. Understøt levering med støjsvagt udstyr i ydertimerne
19. Sikre arbejdskraft til handels- og logistikerhvervet
20. Ajourføre den danske model med fremtidens arbejdsmarked
21. Mere agile og tidssvarende handels- og logistikuddannelser
22. Understøt den cirkulære økonomi med ensartede regler for brug af plastik
23. Mere genbrug af data på tværs af offentlige myndigheder
24. Bedre vejledning til EU-lovgivning skal understøtte handel

2

Muligheder og udfordringer for handels- og logistikerhvervet



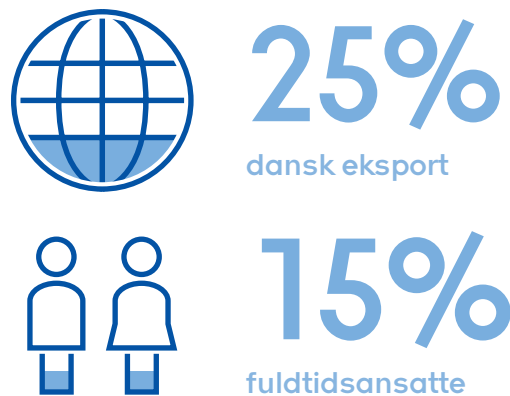
Figur 1: Samspillet mellem handels- og logistikerhvervet

Danmark har en lang historie som handelsnation, og import og eksport er en naturlig del af dagligdagen i de danske handelsvirksomheder. En vigtig forudsætning for handlen, både nationalt og internationalt, er, at varerne kan blive transporteret sikkert fra A til B. Med afsæt i Danmarks stærke handelserhverv er det også lykkedes at fostre nogle af verdens stærkeste logistikvirksomheder.

Figur 1 illustrerer, hvordan handels- og logistikerhvervet afhænger af hinanden – uden logistik, ingen handel, og uden handel, ingen logistik. Derfor har regeringen nedsat et vækstteam, der fokuserer på det samlede handels- og logistikerhverv.

Handelserhvervet består af ca. 34.000 virksomheder.² Tallet dækker over en række forskellige virksomheder med salg til henholdsvis forbrugere (B2C) og andre virksomheder (B2B), herunder blandt andet fysiske udvalgs- og dagligvarebutikker, netbutikker og grossister. Logistikerhvervet danner grundlag for, at handelsvirksomhederne kan få leveret varer til andre virksomheder, lagre, butikker og forbrugere. Vækstteamets arbejde har fokus på handelserhvervet og den del af logistikerhvervet, der udfører gods- og lastbiltransport samt

² Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af Danmarks Statistik (Generel Firmastatistik 2016).



Figur 2: Handels- og logistikerhvervets andel af beskæftigede og dansk eksport (2016)

Kilde: Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af tal fra Danmarks Statistik.

last mile leveringer. Passager-, sø- og luftfartstransport ligger uden for vækstteamets fokusområde.

2.1 Handels- og logistikerhvervets betydning i den danske økonomi

Handels- og logistikerhvervets ca. 41.000 virksomheder spiller en helt central rolle for den danske økonomi og beskæftigelse, idet erhvervene beskæftiger 15 pct. af de fuldtidsansatte og står for ca. 21 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark.³ Ser man alene på de private ikke-finansielle byerhverv,⁴ er handels- og logistikerhvervets betydning endnu større. Her udgør handels- og logistikbranchen næsten 35 pct. af den totale omsætning og 27 pct. af den totale beskæftigelse.⁵

De danske handels- og logistikvirksomheder er ligeledes afgørende for den danske eksport. Således eksporterer handels- og logistikvirksomhederne for henholdsvis ca. 235 mia. kr. og 40 mia. kr. Det svarer til knap 25 pct. af den samlede danske eksport.⁶ Det har derfor afgørende betydning for dansk vækst og velstand, at handels- og logistikvirksomhederne er rustede til at klare sig i en globaliseret, digital

verden, hvor kunderne frit kan vælge, om de e-handler med en dansk eller en udenlandsk virksomhed, og hvor hurtig og nem levering spiller en stadig større rolle for kunderne og flowet af varer.

2.2 Den teknologiske udvikling ændrer erhvervene

De handels- og logistikvirksomheder, der er i fokus for vækstteamets arbejde, er en del af en forsyningskæde, der i høj grad påvirkes af stigende digitalisering og ændrede forbrugs- og produktionsmønstre.

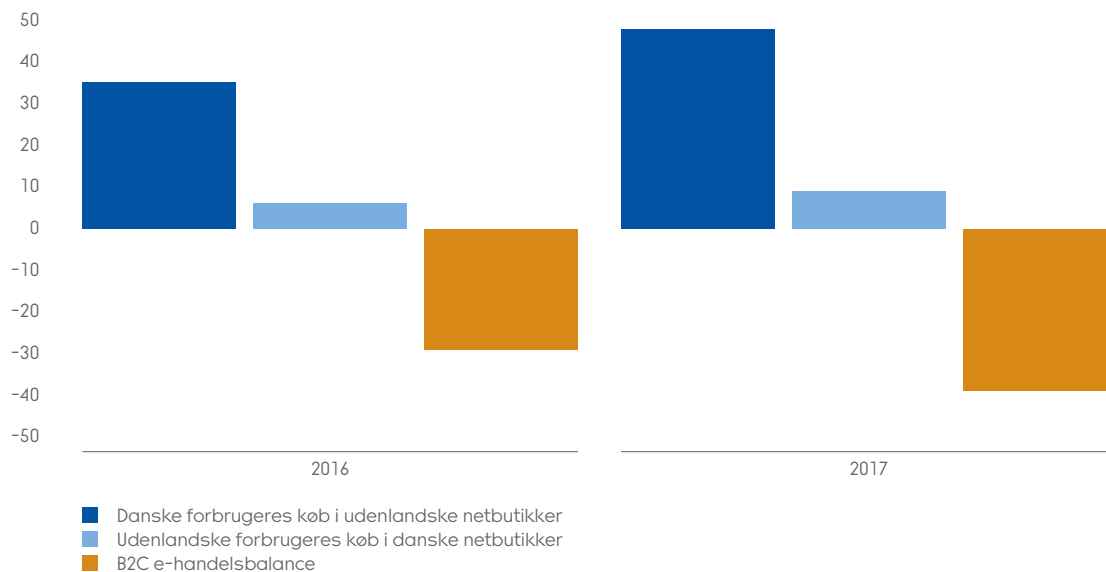
Særligt e-handel har stor betydning for handels- og logistikerhvervet. Blandt andet gør e-handel det i stigende grad muligt for slutkunden at handle direkte hos producenten, hvorved flere led i den traditionelle forsyningskæde kan skæres fra. Ligeledes gør e-handel det lettere for kunderne at handle i hele verden. De danske handelsvirksomheder skal dermed konkurrere med virksomheder, der hører hjemme i lande med væsentligt lavere produktionsomkostninger og krav til eksempelvis produktsikkerhed.

3 Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af Danmarks Statistik (Generel firmastatistik og regnskabsstatistik 2016).

4 Industri, Bygge og anlæg, Handel og transport, Information og kommunikation samt Erhvervsservice.

5 Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af Danmarks Statistik (Generel Firmastatistik 2016).

6 Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af Danmarks Statistik (Generel firmastatistik og regnskabsstatistik 2016).



Figur 3: Den danske B2C e-handelsbalance i 2016 og 2017 (mia. kr.)

Kilde: Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af tal fra Danmarks Nationalbank (DNBSTS).

Både nationalt og internationalt er omfanget af e-handel steget markant de sidste år, og udviklingen forventes at fortsætte. Det gælder både salg mellem virksomheder (B2B) og salg til forbrugere (B2C). Langt størstedelen af den danske e-eksport er salg til andre virksomheder.⁷ Men også de danske forbrugere har taget e-handlen til sig. Estimer fra Dansk Erhverv viser, at danskerne i 2017 e-handled for i alt 123 mia. kr., mens det i 2022 forventes at være knap 200 mia. kr.⁸

Udviklingen udgør en udfordring for handelserhvervet, der ellers står stærkt i international sammenhæng. Danmark har i mange år samlet set haft overskud på handelsbalancen, men tal fra Danmarks Nationalbank viser en stor ubalance mellem danske forbrugeres interesse for udenlandske netbutikker og online platforme og danske virksomheders e-salg til udenlandske forbrugere. Denne skævhed estimeres at bidrage til et B2C e-handelsunderskud på op mod 38 mia. kr.

Der er samtidig ikke noget, der tyder på, at udviklingen stopper. Siden 2008 er de danske forbrugeres

e-handel hos udenlandske virksomheder steget med henholdsvis 15 og 10 procentpoint for virksomheder fra EU og virksomheder uden for EU. I samme periode har danske forbrugeres e-handel hos danske virksomheder været konstant.⁹

Internationalt er det særligt de store, globale spillere, der har sat sig på markedet. Ecommerce Europe forventer, at næsten 40 pct. af det globale online B2C-salg, vil være på globale online platforme i 2020¹⁰. En analyse lavet af BCG viser, at de tre største netbutikker i Tyskland allerede i 2017 stod for 64 pct. af alt B2C-online salg, mens andelen var 47 pct. i Storbritannien. I Danmark var den 9 pct., hvilket til dels kan skyldes, at de helt store online platforme endnu ikke er kommet til Danmark.¹¹

Handels- og logistikvirksomhederne skal ikke blot forholde sig til ændrede forbrugsmønstre. Også nye forretningsmodeller vinder frem. Særligt data bliver en stadig vigtigere del af forretningen. Adgang til og smart brug af data bliver derfor et væsentligt konkurrenceparameter, og som det

7 Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af tal fra Danmarks Statistik (Generel firmastatistik 2016 og IT-anvendelse i virksomhederne 2017).

8 Dansk Erhverv (2018), E-analyse - status 2017.

9 Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af tal fra Danmarks Statistik (BEBRIT11).

10 Ecommerce Europe (2015), Rise of the Global Market Places.

11 The Boston Consulting Group for Axcel Future (2018), Disruption at Our Doorstep.

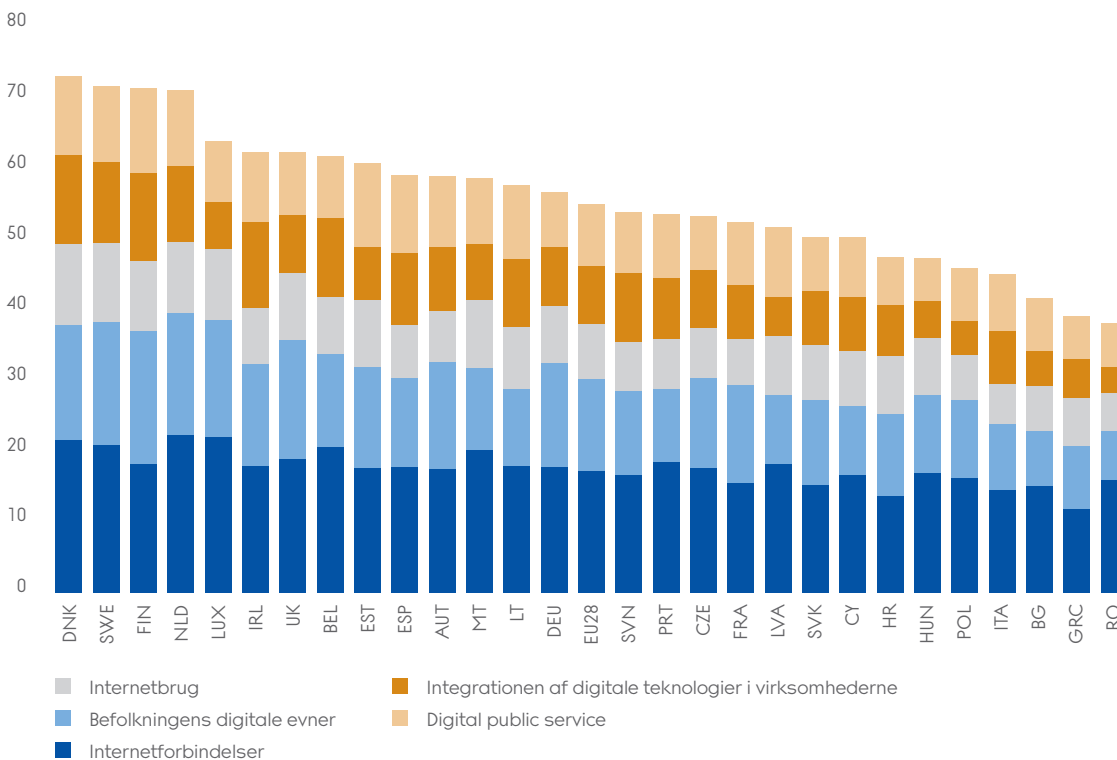
fremgår ovenfor, konkurrerer danske handelsvirksomheder allerede med store globale online platforme, der mestrer netop dette.

Ligeledes har nye teknologier betydning for produktionsmønstre. Automatisering og 3D-print kan betyde, at mere produktion rykker til nærmarkerne i Europa, hvorfor det er vigtigt med et logistikerhverv, som kan konkurrere på effektive logistikløsninger og nærtransport.

Selvom handels- og logistikerhvervet står over for en række udfordringer, er fundamentet for at vende udfordringerne til muligheder stærkt. Danmark er ifølge EU og FN det mest digitale land i verden,¹² og danske virksomheder har gennem en årrække opbygget et stærkt brand, der kan udbygges og udnyttes til at nå i mål med vækstteamets vision om, at danske handels- og logistikvirksomheder skal vinde i den internationale konkurrence.

Danske handels- og logistikvirksomheder skal kunne konkurrere på effektivitet og kvalitet, blandt andet ved at foretage en succesfuld digital og forretningsmæssig omstilling. Det kræver adgang til ny viden, kompetencer og kvalificeret arbejdskraft. Beskæftigelsen er i øjeblikket høj,¹³ så der er stor efterspørgsel efter arbejdskraft generelt, men der er også behov for et kompetenceløft for at følge med handels- og logistikvirksomhedernes efterspørgsel. Ligeledes skal det være enkelt at drive virksomhed, og handels- og logistikvirksomhederne skal ikke opleve administrative byrder eller regulering, som hæmmer forretningen, med mindre det tjener et væsentligt formål.

Varer og logistikløsninger fra Danmark har et godt omdømme internationalt, og som det fremgår af det mangeårige overskud på den samlede handelsbalance, er danske virksomheder generelt gode og villige til at eksportere. Men det kan være en væsentlig barriere for både handels- og logistikvirksomhederne,



Figur 4: EU-Kommissionens indeks over den digitale økonomi og det digitale samfund (DESI), 2018
Kilde: Eurostat (2018), DESI 2018.

12 Forenede Nationer (2018), E-Government Development Index (EGDI); EU-Kommissionen (2018), Digital Economy and Society Index (DESI).

13 Danmarks Statistik (2018), Nyt fra Danmarks Statistik - Nr. 395.

at uklar regulering og forskelligartet håndhævelse i EU besværliggør grænseoverskridende forretning. Ligeledes betyder manglende international regulering, at danske handels- og logistikvirksomheder også på det danske marked i stigende grad oplever urimelig konkurrence fra lande, hvor standarder for kvalitet, produktsikkerhed og regelefterlevelse kan være væsentligt lavere end i Danmark.

2.3 Infrastrukturen er under pres

Handel forudsætter logistik. Den øgede efterspørgsel på varer og generelle samfundstendenser som økonomisk vækst, befolkningstilvækst og øget bilejerskab har igennem de seneste årtier skabt stigende trafikmængder, som har lagt et øget pres på den eksisterende infrastruktur. Ekspertgruppen for fremtidens mobilitet har peget på, at de stigende trafikmængder i fremtiden vil sætte et endnu større pres på kapaciteten, hvor der særligt i storbyerne og på motorvejsnettet mellem de større byer vil blive kamp om pladsen.¹⁴

Det er både til ugunst for samfundet og virksomhederne, hvis der ikke er tilstrækkelig kapacitet. I 2012 opgjorde Cowi i en undersøgelse af trængselsomkostningerne for hovedstaden den direkte effekt af den ekstra tid, trafikanterne brugte, på grund af nedsat fremkommelighed på vejene i hovedstadsområdet til 8,5 mia. kr. i 2010, hvor den erhvervsrelaterede del (lastbiler og varebiler) udgjorde 4 mia. kr. eller 47 pct.¹⁵

De fleste danske infrastrukturprojekter er i de seneste år blevet gennemført i regi af den politiske aftale om en grøn transportpolitik, som blev

vedtaget i 2009, og som udløber i 2020. Den generelle tendens til øgede trafikmængder nødvendiggør investeringer i infrastruktur.

Kraka har i en analyse sammenlignet det danske niveau af investeringer i infrastruktur pr. indbygger med niveauet i andre lande.¹⁶ Kraka påpeger, at Danmark særligt siden 2000 har ligget på omtrent samme niveau som andre lande, men at det danske niveau siden 2009 i sammenligning med andre lande har været stigende.

Også ny teknologi åbner muligheder for alternative leveringsmetoder og anderledes trafikflows. Den øgede e-handel kan være med til at skubbe ved distributionsmønstrene, så flowet af varer ændrer sig i takt med, at flere og flere varer bliver leveret direkte til døren eller på for eksempel arbejdspladsen. Udviklingen kan sætte infrastrukturen under yderligere pres, hvis de globale online platforme eksempelvis kommer til Danmark og udbreder en forretningsmodel med levering inden for to timer. Det kan resultere i endnu flere små leveringer med halvtomme biler, hvilket vil øge miljøbelastningen og trængslen på vejene, også i villakvarterer, selvom leveringerne foregår uden for myldretiden.

Således står handels- og logistikerhvervet over for en række udfordringer, som også kan vise sig at være muligheder, hvis man formår at være på forkant og i stand til at forudse udviklingen.

¹⁴ Ekspertgruppen Mobilitet for fremtiden (2018), Afrapportering.

¹⁵ Cowi for Transportministeriet (2012), Trængselsindikatorer for hovedstadsregionen.

¹⁶ Kraka (2018), Danske investeringer i infrastruktur kan og bør prioriteres bedre.

④ Det har afgørende betydning for dansk vækst og velstand, at handels- og logistikvirksomhederne er rustede til at klare sig i en globaliseret, digital verden, hvor kunderne frit kan vælge, om de e-handler med en dansk eller en udenlandsk virksomhed, og hvor hurtig og nem levering spiller en stadig større rolle for kunderne og flowet af varer.

3

Fremme vækst og digital omstilling i handels- og logistikerhvervet

Danmarks position som digital frontløber må ikke blive en sovepude. Øget digitalisering højner virksomhedernes produktivitet,¹⁷ og digitalisering er et stadigt vigtigere konkurrenceparameter på tværs af landegrænser. Det er derfor essentielt, at digitale løsninger og ny teknologi kommer endnu bredere ud til de danske handels- og logistikvirksomheder, så alle virksomheder kan udnytte det potentiale, der ligger i digitaliseringen.

Vækstteamet ser derfor positivt på, at et flertal i Folketinget har indgået aftale om initiativer for Danmarks digitale vækst, der skal understøtte danske virksomheders digitale omstilling. Blandt initiativerne er, at der arbejdes for at styrke datareven innovation og vækst gennem øget dataanvendelse

i virksomhederne, ligesom der er blevet nedsat en ekspertgruppe om dataetik, der skal undersøge, hvordan danske virksomheder kan gøre ansvarlig dataanvendelse til en konkurrencefordel.

Vækstteamet fremsætter anbefalinger til at udnytte potentialet i digitalisering yderligere. Det er dog ikke tilstrækkeligt at fokusere på digital omstilling alene. Det er ligeledes væsentligt, at virksomhederne får omlagt og tilpasset sig til de nye forbrugsmønstre og det digitale marked, der er under udvikling. Det kræver nye forretningsmodeller, som tænker det digitale ind i kerneprocesserne, men det betyder ikke, at fysiske butikker hører fortiden til.

¹⁷ Erhvervsministeriet (2017), Digitalisering og produktivitet – Vækstpotentiale i danske virksomheder.

De danske handels- og logistikvirksomheder skal blive endnu bedre til at se muligheder for at skabe nye markeder og til at udnytte danske styrkepositioner til blandt andet at øge eksporten. Regeringen skal understøtte denne udvikling gennem nye tiltag og forbedrede rammevilkår, men også ved at sætte fokus på og synliggøre de allerede eksisterende muligheder for handels- og logistikvirksomhederne.

3.1 Verified Danish – øget transparens om varers oprindelse og håndtering

Danske og udenlandske forbrugere efterspørger i stigende grad muligheden for at til- og fravælge produkter baseret på kvalitet, der eksempelvis bedømmes ud fra oprindelse, produktionsmetoder eller brand præferencer. Samtidig kan det være svært for særligt forbrugere at gennemskue, hvor de varer, de ser og køber online, stammer fra, hvem de handler med, og om de risikerer at modtage kopiprodukter eller i værste fald slet ingen varer.

Disse problemer kan løses ved at øge transparensen om en vares oprindelse og håndtering. Transparens kan eksempelvis opnås ved hjælp af blockchain-teknologien, hvormed der kan gemmes information. Teknologien er særligt egnet til områder med høje sikkerhedskrav, ligesom teknologien med fordel kan bruges til "track & trace"-løsninger. Der er derfor store muligheder for danske virksomheder i blockchain-teknologi som dokumentationsredskab.

Vækstteamet ser især muligheder for danske små og mellemstore handelsvirksomheders eksport af højværdiprodukter, som møbler, eller fødevarer. Med bedre dokumentation og øget transparens om en vares oprindelse kan mindre danske virksomheder, der ikke er kendt internationalt, øge eksporten ved at bruge Danmark som brand.

Handels- og logistikvirksomheder oplever derudover, at det er bøvlet at leve op til de dokumentationskrav, der stilles af myndighederne i forbindelse med diverse kontroller. Øget digital sporbarhed kan

danne basis for flere "track & trace"-ordninger, der kan anvendes til kontrolformål og gøre hverdagen lettere for både virksomhederne og den kontrollerende myndighed. Eventuelle ordninger bør dog implementeres på en måde, hvor butikker og transportører ikke pålægges øgede administrative byrder eller andre omkostninger.

Som sidegevinst kan øget transparens om varers oprindelse og produktion, samt hvorfra og hvordan den afsendes, medvirke til at gøre det lettere for danske og udenlandske forbrugere at træffe aktive, informerede beslutninger, når de handler online (se også anbefaling 12).

Øget transparens om varers oprindelse og håndtering kan med andre ord gavne både handels- og logistikvirksomheder, kunder og myndigheder.

Anbefaling 1 Verified Danish – øget transparens om varers oprindelse og håndtering

Der skal udvikles en digital infrastruktur, som virksomheder frivilligt kan anvende som dokumentationsordning, der øger transparensen om varers oprindelse og håndtering, som danske handels- og logistikvirksomheder kan anvende til både markedsførings-, eksport- og kontrolformål.

Konkret kan regeringen:

- Igangsætte et offentligt-privat partnerskab om udvikling af en dokumentationsordning, som eksempelvis via blockchain skal øge transparensen om varers oprindelse og håndtering. Med henblik på eksport foreslår vækstteamet navnet "Verified Danish" til projektet.
- Gøre myndigheders kontroller mere digitale med øget sporbarhed, i forbindelse med at ordningen udvikles.

3.2 Danmark som Skandinaviens eksportknudepunkt til Asien

Vækstteamet ser en mulighed for, at Danmark kan udnytte muligheder i det kinesiske Belt & Road Initiative til at blive Skandinaviens eksportknudepunkt til Asien. Med den kinesiske regerings Belt & Road Initiative, der kan blive århundredets største omkalfatring af verdens største handelsveje, vil kinesiske varer kunne komme hurtigt med tog til Europa, men når togene kører tilbage til Kina, vil der være ledig kapacitet. Også EU har fokus på initiativer, der skaber bedre europæisk-asiatisk konnektivitet. Et skandinavisk eksportknudepunkt placeret i Danmark kan understøtte vækst i danske logistikvirksomheder og være katalysator for øget eksport i form af øget tilgængelighed for danske handelsvirksomheder til det store kinesiske marked med den voksende købestærke middelklasse. Særligt i sammenhæng med initiativet "Verified Danish" kan dansk kommerciel opkobling til Belt & Road Initiative og EU's konnektivitetsdagsorden åbne op for et nyt marked for danske handelsvirksomheder.

Det understreges, at anbefalingen og det eksplicite fokus på Asien er opstået på grund af det momentum, der er forbundet med Belt & Road Initiative. Dette fokus skal ikke ske på bekostning af indsatser for at fremme danske virksomheders eksport til eksempelvis vores nabolande, der allerede udgør store, vigtige eksportmarkeder for Danmark.

Anbefaling 2 Danmark som Skandinaviens eksportknudepunkt til Asien

Danmark skal være skandinavisk frontløber til at koble handels- og logistikvirksomheder på Belt & Road Initiative, så der skabes grundlag for, at Danmark bliver skandinavisk eksportknudepunkt, hvorfra handelsvirksomhederne let kan få transporteret varer til Asien.

Konkret kan regeringen:

- Undersøge, hvordan Danmark kan skabe en administrativ korridor, der gør det let for skandinaviske virksomheder at transportere varer hurtigt til Asien og dermed danne grundlag for, at Danmark kan blive skandinavisk eksportknudepunkt.

3.3 Gør det lettere at bruge ny teknologi

Blockchain er ikke den eneste nye teknologi med stort potentiale for at skabe vækst i handels- og logistikerhvervet. I disse år investeres der globalt set massivt i digitalisering, automatiserede løsninger og kunstig intelligens, og det forventes, at de

kommende årtier vil være præget af udviklingen af nye, innovative løsninger inden for logistikerhvervet.¹⁸ For eksempel kan lagerrobotter og co-bots være medvirkende til at effektivisere tunge og farlige lagerprocesser. Og nye leveringsmetoder kan på sigt medvirke til at håndtere den stigende trængsel i byerne.

Gennem de seneste årtier er der blandt andet udviklet automatiserede førerstøttesystemer til køretøjer, som gradvist forventes at blive mere avancerede, og som vil kunne støtte føreren under sin kørsel. I første omgang vil der være tale om teknologi, som vil tillade, at køretøjet selv kan køre ved lav hastighed under for eksempel køkørsel på motorvejen, men på længere sigt vil det også kunne ske ved højere hastighed og på andre dele af vejnettet. I sidste ende vil det potentielt set blive muligt for lastbiler og varebiler selv at køre fra en virksomhed og ud til slutkunden.

En stor del af transporten af varer foregår med lastbiler over lange distancer på motorveje. Kørslen foretages i dag af professionelle chauffører, som skal overholde køre- og hviletidsreglerne og arbejdstidsreglerne. Potentialet i selvkørende teknologi for lastbiltransport er, at virksomheder kan opnå en omkostningsbesparelse, hvis de ikke længere er afhængige af en chauffør til at styre køretøjet, eller hvis køretøjet selv kan styre på dele af kørslen, så chaufføren fritages til at udføre andre opgaver. Samtidig vil teknologien kunne reducere energiforbruget og forbedre trafiksikkerheden.

I 2016 kørte en konvoj af tre lastbiler ved "platooning" 320 km. gennem Danmark fra København til Padborg. "Platooning" refererer til, at en gruppe lastbiler kan køre ultratæt på hinanden i en gruppe, hvor lastbilerne gennem kommunikationsteknologi er internt forbundet. De informationer, som den forreste lastbil genererer, tilgår uden forsinkelse de øvrige lastbiler i gruppen, som straks vil accelerere eller bremse, hvis den forreste lastbil gør det, og på den måde følger gruppen af lastbiler hinanden. I forsøget sad der i hver af lastbilerne en chauffør, som var klar til at overtage styringen, hvis det blev nødvendigt. Transportbygnings- og boligministerens ekspertgruppe om mobilitet for fremtiden har peget på, at "platooning" sandsynligvis er en overgangsteknologi, som ikke rigtig vil vinde indpas, inden det bliver muligt at køre med førerløse lastbiler på motorvejsnettet.¹⁹ Den kritiske faktor er, ifølge ekspertgruppen, om lovgivningen kan følge med udviklingen i ny teknologi, og om virksomhederne kan se en business case i at anvende den nye teknologi.

18 Ekspertgruppen Mobilitet for fremtiden (2018), Afrapportering.

19 Ekspertgruppen Mobilitet for fremtiden (2018), Afrapportering.

② Den kritiske faktor er, om lovgivningen kan følge med udviklingen i ny teknologi.

International Transport Forum (ITF) peger i en analyse fra 2017 på, at udviklingen i førerløse lastbiler kan betyde, at førerløse lastbiler allerede fra ca. 2030 kan være markedsdominerende på de lange distancer på motorvejsnettet, mens det vil tage længere tid, før de er dominerende i byerne. Ligesom for ekspertgruppen afhænger det, ifølge ITF, af, om lovgivningen kan følge med den teknologiske udvikling.²⁰ Der er derfor behov for en ambitiøs indsats fra regeringens side, hvis Danmark skal være et attraktivt testland for virksomheder, som ønsker at gøre brug af ny teknologi. Vækstteamet ser i den forbindelse positivt på, at regeringen med sin strategi for Danmarks digitale vækst har etableret én tværministeriel indgang, hvor virksomheder kan få hurtig afklaring af, om de kan anvende nye teknologier eller forretningsmodeller inden for rammerne af eksisterende lovgivning.

Anbefaling 3 Gør det lettere at bruge ny teknologi

De danske rammevilkår skal medvirke til udbredelse og udnyttelse af nye teknologier, og det skal være mere attraktivt for danske handels- og logistikvirksomheder at

gennemføre forsøg med nye teknologier, særligt på transportområdet.

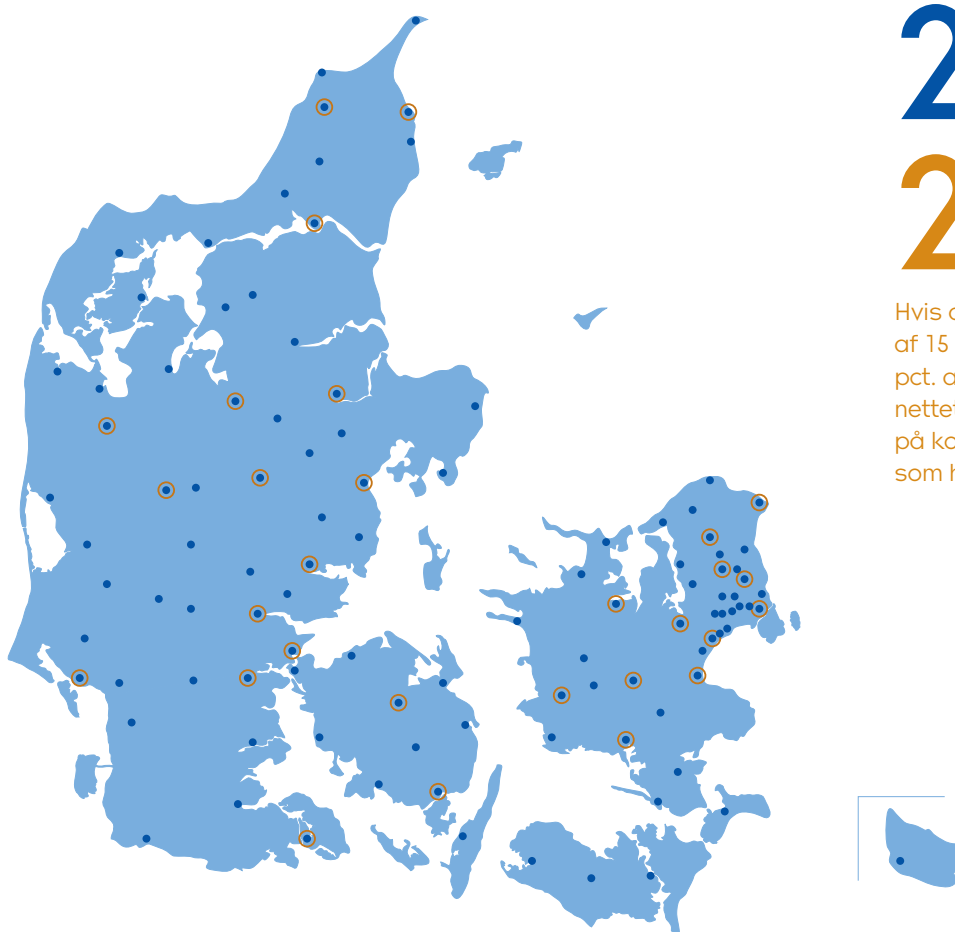
Konkret kan regeringen:

- Sætte fokus på udbredelse af nye teknologier gennem information og vejledning om potentialer, eksempelvis i regi af "én indgang for nye forretningsmodeller".
- I samarbejde med "én indgang for nye forretningsmodeller" udpege en eller flere strækninger, hvor ny teknologi inden for særligt transport kan testes under virkelige forhold og danne grundlag for en samlet erfaringsdatabase.
- Igangsætte et servicetjek af regelgrundlaget på baggrund af henvendelser fra virksomheder, der oplever reguleringsmæssige barrierer, så det sikres, at det bliver mere attraktivt at foretage forsøg med ny teknologi og let at implementere teknologien efter vellykket, endt testfase.

3.4 En indsats for levende bymidter

For handelserhvervet har særligt e-handel ændret markedet, forbrugsmønstre og bymidternes funktion. Den urbanisering, der er foregået de seneste

²⁰ OECD/International Transport Forum (2017), Managing the Transition to Driverless Road Freight Transport.



2017 2030

Hvis danske forbrugere flytter købet af 15 pct. af deres dagligvarer og 50 pct. af deres udvalgsvarer over på nettet, vil det kun være de gule byer på kortet, der kan kategoriseres som handelsbyer i 2030.

Figur 5: Byer med betydende udvalgsvarehandel i 2017 og 2030

Note: Byer, der i dag (2017) kan kategoriseres som handelsbyer, er markeret med blå prikker på kortet. Hvis de danske forbrugere flytter 15 pct. af deres dagligvareindkøb og 50 pct. af deres udvalgsvareindkøb over på nettet, vil det kun være byer med 30.000 eller flere indbyggere (markeret med gule cirkler), der kan opretholde en betydende udvalgsvarehandel og kategoriseres som handelsbyer i 2030.

Kilde: Institut for Center-Planlægning (2017), E-handel - konsekvenser for byerne og ejendomsværdierne.

mange år mod de større danske byer, har betydet, at kundegrupperne for handelsvirksomhederne uden for storbyerne er blevet mindre.

Den stigende e-handel samt større butikkers placering uden for bymidterne skubber yderligere på denne udvikling og vil formentlig betyde, at mange fysiske butikker må lukke. Institut for Centerplanlægning estimerer, at 80 af de danske byer vil miste deres brede butiksforsyning inden 2030, hvis halvdelen af danskernes udvalgsvareforbrug flytter online, jf. figur 5.

Når butikkerne lukker, efterlader det mange bymidter halvtomme, hvilket igen kan få beboerne til at flytte mod de større byer. Det skaber således en ond spiral for de mindre byer og deres lokalsamfund, som går ud over ikke blot det lokale handelsliv, men på sigt også påvirker både offentlige tilbud, som

skoler og biblioteker, samt andre private tilbud, som restaurationer og biografer. Yderligere negative konsekvenser kan være færre lokale arbejdspladser, mere bilkørsel (og deraf øget klimabelastning) og mindre støtte til foreninger og klubber (sammenhængskraft), hensygnende lokale medier, stærkt faldende huspriser, dårligere attraktion for turisterne og mindre lokal aktivitet og appel til nye og nuværende borgere.

Vækstteamet anser derfor denne udvikling i de mindre danske byer som ikke blot en problemstilling for handels- og logistikerhvervet, men som en større samfundsudfordring, der påvirker danskernes levestandard.

Det er vækstteamets opfattelse, at begge trends — urbanisering og stigende e-handel — vil fortsætte. Det er samtidig vækstteamets opfattelse, at

denne udvikling i prioriterede områder kan vendes. Hvis en bymidte skal være levende, er det en forudsætning, at der er en vis koncentration af mennesker til stede. Bymidten skal derfor rumme et varieret udbud af aktiviteter og funktioner, som giver folk lyst til at komme til bymidten. De danske handelsbutikker skal derfor fremadrettet tiltrække kunder ved at tilbyde convenience og god service samt ved at skabe en oplevelse, som ikke kan fås online.

Forbrugerundersøgelser viser, at der er grobund for et levende byliv, og vækstteamet ser meget gerne, at politikerne støtter op om tendensen. Næsten 60 pct. af danskerne siger således, at de handler i lokale butikker for at støtte det lokale butiksliv,²¹ og dermed bidrager de til udviklingen og bæredygtigheden i det lokale samfund og sammenhængskraften i samfundet generelt.

Og der er steder i Danmark, hvor denne spirende, modgående trend har vendt udviklingen, og lokale bymiljøer er blomstret igen. I nogle tilfælde er kommunerne en central aktør i forhold til at sætte rammerne og skabe gode livsbetingelser for indbyggerne og det lokale erhvervsliv. Den fysiske planlægning er et vigtigt kommunalt redskab, som kommunerne kan anvende for at udvikle gode omgivelser og gode fysiske rammer for indbyggerne. I andre tilfælde har det private erhvervsliv formået at skabe de rette betingelser helt af sig selv og derigennem oplevet en styrkelse af det lokale byliv.

Vækstteamet mener ikke, at alle bymiljøer kan reddes, men at man kan vende udviklingen i en lang række byer med en prioriteret indsats. Det kræver dog en målrettet indsats, hvor kommunalbestyrelsen tager lederskab i forhold til, hvordan de ønsker bymidten skal udvikles, og der samarbejdes på tværs mellem byens forskellige aktører for at understøtte en levende bymidte. Ikke mindst er der behov for at få afdækket de samfundsmæssige konsekvenser af den globale e-handel, så de negative effekter så vidt muligt kan afdæmpes, ligesom regeringen bør have fokus på betydningen af placeringen af aflastningsområder og bydelscentre for bymidterne. Vækstteamet opfordrer også regeringens iværksætterpanel til at indtænke detailhandlen i sit arbejde med at fremme iværksætterkulturen i Danmark.

Anbefaling 4 **En hurtig indsats for levende bymidter**

Der skal igangsættes en indsats for at understøtte, at der også i fremtiden er levende bymidter i mindre danske byer.

Konkret kan regeringen:

- Analysere, hvilke kriterier der skal til for det bæredygtige byliv, og dermed hvilke typer bymidter der kan overleve. Herunder finde danske eksempler på byer, hvor det er lykkedes at sikre en attraktiv og levende bymidte, og drage læring deraf. Derudover bør analysen udvikle konkrete metoder og værktøjer, der kan bruges i en prioriteret indsats for at styrke byers bymidter. For eksempel ved konkret at se på mulighederne for at understøtte og arbejde med potentialerne i Business Improvement Districts.
- Undersøge de samfundsmæssige konsekvenser af, at der kommer færre levende bymidter, herunder hvorvidt og hvordan nogle af de negative effekter kan afdæmpes.

21 Radius på vegne af Eniro (2017), Tabelrapport lokal analyse 2016.

3.5 Gør det nemt at komme i gang – og fortsætte – med digital omstilling og eksport

Mange fysiske butikker har allerede gjort en indsats for at overleve i en stigende digital verden. Danmark ligger eksempelvis i front, når det kommer til andelen af handelsvirksomheder, som har en netbutik, jf. figur 6.

BCG peger samtidig i en analyse på, at Danmark stadig er i en ekspanderende fase, når det kommer til e-handel, mens lande, som Storbritannien, Kina og Sydkorea, allerede er nået en moden fase med lavere årlige vækstrater for e-handlens markedandel.²² Det betyder, at der fortsat er et stort potentiale for vækst på det danske e-handelsmarked. Derfor skal danske virksomheder rustes til at blive bedre til at udnytte den markedsfordel, det giver, at danske kunder er blandt de mest digitale i verden. Flere danske handelsvirksomheder skal øge deres omsætning via e-salg, og der skal gøres op med det danske e-handelsunderskud for salg til forbrugere.

Danske handelsvirksomheder skal også fortsat eksportere gennem mere traditionelle salgskanaler. Som tidligere nævnt har Danmark i en årrække haft overskud på handelsbalancen, hvilket vi naturligvis skal fortsætte med. Derfor skal virksomhederne også understøttes i fortsat at udnytte de eksisterende danske styrkepositioner inden for eksport.

Der findes allerede en række muligheder for at få hjælp til både digital omstilling, e-handel, eksport og e-eksport. Der er eksempelvis som led i udmøntningen af aftale om initiativer for Danmarks digitale vækst etableret et e-handelscenter, der blandt andet skal bistå virksomheder med rådgivning og hjælp til digital omstilling, e-handel og e-eksport. Det er vigtigt, at regeringen fortsat har fokus på at stille offentlige tilbud til rådighed med eksempelvis information om regler og vilkår i potentielle eksportlande og hjælp til digital omstilling. Dermed sikres det, at også små og mellemstore virksomheder, der ikke kan afsætte mange midler til at komme i gang, også får muligheden. Tilbud og indsatser skal løbende tilpasses virksomhedernes behov.

Vækstteamet mener, at hjælpen skal styrkes yderligere og synliggøres, så den når bredt ud til handels- og logistikvirksomheder i hele Danmark. Det kan gøres gennem de nye kommunale erhvervshuse, men endnu vigtigere ved at adgangen til tilbudene bliver mere digital, så den bliver lettere tilgængelig for virksomhederne. Det er ikke tilstrækkeligt, at tilbuddene findes på myndighedernes egne kanaler — virksomhederne søger på de store søgemaskiner, så der skal de offentlige tilbud også være. Det er vækstteamets opfattelse, at øget tilgængelighed også kan anvendes i en mere proaktiv indsats, der "nudger" handels- og logistikvirksomhederne til at komme i gang med digital omstilling eller eksport.

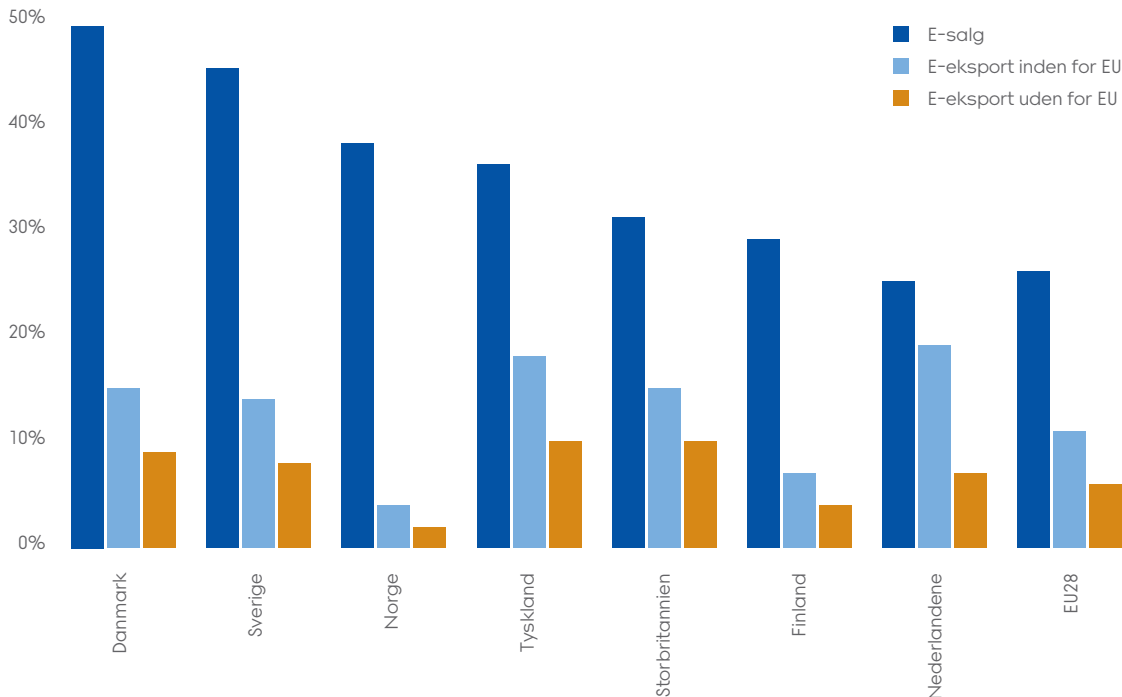
Ligeledes kan det bremse danske handels- og logistikvirksomheder i at eksportere, at det er svært at få overblik over regulering i andre lande. Danmark bør derfor arbejde for, at hvert land i EU etablerer én samlet indgang til information om regler, processer mv., som skal understøtte et mere barrierefrit indre marked.

Anbefaling 5 Gør det nemt at komme i gang – og fortsætte – med digital omstilling og eksport

Det skal være nemmere for handels- og logistikvirksomheder at finde relevant information samt eksisterende og nye offentlige tilbud, der kan understøtte digital omstilling og eksport.

Konkret kan regeringen:

- Sørge for, at relevante tilbud og information er let tilgængelig for virksomhederne ved at stille dem til rådighed digitalt og optimere dem, så alt indhold indekseres og vises på første side af søgeresultaterne i søgninger på de største søgemaskiner.
- Skabe et behov hos virksomhederne ved at reklamere aktivt og målrettet for relevante indsatser og tilbud på de virksomhedsrettede medier, eksempelvis LinkedIn.
- Arbejde i EU for, at hvert EU-land skal etablere én samlet indgang for udenlandske virksomheder til information om regler, processer og relevante myndigheder.



Figur 6: Handelsvirksomheder med e-salg og e-eksport i udvalgte lande i 2016
Kilde: Erhvervsstyrelsens beregninger på baggrund af tal fra Eurostat.

3.6 Fremme danske handelsvirksomheders tilstedeværelse og succes på online platforme

Fremtidens e-handel vil ikke kun ske via virksomhedernes egne netbutikker, men i stigende grad foregå på globale online platforme.²³ De store online platforme som for eksempel Amazon, eBay og Alibaba står for en stadig større del af e-handlen på de store markeder og på tværs af landegrænser.²⁴ På det danske marked skal handelsvirksomhederne være dygtige og klar til at tage konkurrencen op, men der skal også være fokus på at udnytte de muligheder, som online platformenes fremgang bringer.

Platformene fungerer i høj grad som en markedsføringsplatform for handelsvirksomhederne. Salg på særligt de store platforme kan give de danske virksomheder adgang til et stort globalt eksportmarked. De danske handelsvirksomheder halter på nuværende tidspunkt efter deres europæiske konkurrenter, hvad angår salg via online platforme, hvilket blandt andet kan skyldes forskellige barrierer. Knap 6 pct. af de danske handelsvirksomheder havde i 2016 salg via online platforme. Til sammenligning havde 16 pct. af handelsvirksomhederne i Tyskland salg via online platforme.²⁵ Der er derfor stort potentiale i at øge

virksomhedernes e-salg og -eksport via en øget tilstedeværelse på platformene. Vækstteamet støtter op om regeringens indsatser for at udnytte potentialet. Eksempelvis har Udenrigsministeriet ved The Trade Council forhandlet en samarbejdsaftale på plads med Alibaba Group i Kina. Med regeringens strategi for økonomisk diplomati er rådgivningen om e-handel på globale online platforme styrket yderligere. På fire udvalgte markeder (USA, Kina, Storbritannien og Tyskland) placeres e-handelsmedarbejdere, der skal sikre bedre afsætningsvilkår for danske virksomheder på udenlandske platforme.

Det er vigtigt for vækstteamet, at virksomhederne træffer beslutning om salg på globale online platforme på et oplyst grundlag. Det kræver faglig og uvildig rådgivning målrettet den enkelte virksomheds situation og behov. Derfor foreslår vækstteamet, at regeringen som supplement til de eksisterende e-handelsindsatser afsætter midler til en særskilt tilskudspulje, der kan hjælpe virksomhederne med at søge og få den nødvendige private rådgivning om muligheder og udfordringer ved at sælge deres produkter på de store online platforme.

23 Ecommerce Europe (2015), Rise of the Global Market Places.

24 The Boston Consulting Group for Axcel Future (2018), Disruption at Our Doorstep.

25 Eurostat (2017), E-commerce sales (isoc_ec_eseln2).

Der skal samtidig skabes bedre gennemsigtighed om, hvorvidt platformen eller virksomheden ejer den data, der genereres på platformen, eksempelvis om en virksomhed afgiver retten til sine kundedata til online platformen. Regeringen skal i den forbindelse arbejde for internationale regler for online platforme, hvilket uddybes nærmere i anbefaling 13 i næste kapitel.

Anbefaling 6

Fremme danske handelsvirksomheders tilstedeværelse og succes på online platforme

Danske handelsvirksomheders tilstedeværelse på globale online platforme skal understøttes og styrkes, så virksomhederne kan udnytte platformenes store markedsandele i udlandet til at øge dansk e-eksport.

Konkret kan regeringen:

- Etablere en national informationsportal, der kan give virksomhederne overblik over og indsigt i relevante platforme, forretningsmodeller og krav mv. på udvalgte markeder.
- Oprette en ny tilskudspulje til indkøb af privat rådgivning om salg via online platforme både med henblik på salg til danske og udenlandske forbrugere og virksomheder. Tilskudspuljen kan oprettes i regi af E-handelscentret som supplement til de eksisterende indsatser.
- Med afsæt i erfaringerne i den eksisterende samarbejdsaftale med Alibaba Group i Kina indgå nationale aftaler med førende globale online platforme for at kunne skabe forbedrede vilkår for danske SMV'er, der ønsker adgang til disse platforme. Aftalerne kunne omfatte særlige og fordelagtige kommercielle betingelser for danske virksomheder, nemmere adgang til beslutningstagere hos platformene, håndtering af IPR-udfordringer og gennemførelse af brede nationale online kampagner dækkende flere virksomheder eller brancher.

3.7 Etablering af en Nordic Trade and Logtech Hub

Handels- og logistikerhvervet har behov for at få sat skub i en digital udvikling, hvor der er plads til at eksperimentere med nye løsninger, og hvor der skabes et miljø omkring de tech startups, der leverer innovative teknologiske løsninger til gavn for etablerede handels- og logistikvirksomheder og dermed samfundet.

Ikke mindst er der stort behov for en digital omstilling i handelserhvervet, som fremover i mindre grad kan leve af at være mellemed mellem producent og køber, idet varer i stigende grad er tilgængelige online, og disse led derfor kan kobles af. Danmark har mange engros- og grossistvirksomheder, som skal omstille sig til denne udvikling og eksempelvis i stedet fokusere på at levere services forbundet med salget af produkter. Der er derfor behov for, at de kobles med innovative tech startups, så der kan udvikles nye smarte løsninger, som B2B-handelsvirksomheder fremover kan levere.

Nogle sektorer har med stor succes skabt netværk på tværs af en branche og på den måde fået sat skub i en digital udvikling, som har været nødvendig. Det gælder eksempelvis fintech branchen, hvor Copenhagen Fintech Lab er etableret.

Anbefaling 7

Etablering af en Nordic Trade and Logtech Hub

Der skal etableres et miljø, hvor handels- og logistikvirksomheder kan matches med innovative startups, der kan bidrage til den digitale omstilling i handels- og logistikerhvervet.

Konkret kan regeringen:

- Etablere en nordisk "trade and logtech hub" i samarbejde med private aktører og brancheorganisationer, som kan samle og skabe et miljø for innovative startups, der kan udvikle digitale løsninger til handels- og logistikvirksomheder.
- Matche hub'ens startups med etablerede handels- og logistikvirksomheder ved for eksempel at afholde events og et årligt "trade and logtech academy".

➤ Ved at stille offentlige data frit til rådighed via åbne digitale platforme er det muligt at udvikle nye typer af database-rede forretningsmodeller.

3.8 Åbne offentlige data skal skabe vækst i handels- og logistikerhvervet

Der kan være gode vækstmuligheder for handels- og logistikvirksomheder ved brug af data. De respektive offentlige dataejere står selv for fremstilling, vedligeholdelse og offentliggørelse af data, hvorfor tilgængeligheden og indhold af data kan variere blandt myndigheder, hvilket kan være en barriere for virksomheders dataanvendelse.²⁶ Ydermere betyder de mange forskellige leverandører, at den allerede eksisterende store mængde offentlige data er kompliceret at tilgå og overskue. Der kan dog være stort potentiale i at offentliggøre mere data. Ved at stille data frit til rådighed via åbne digitale platforme er det muligt at udvikle nye typer af databaserede forretningsmodeller. Erfaringer fra blandt andet London viser, at offentliggørelse af et stort antal mobilitetsdatasæt, som kan kobles sammen, har skabt grobund for nye digitale forretningsmodeller inden for mobilitetsområdet.²⁷ Vækstteamet mener, at der er lignende potentialer for det resterende logistikerhverv. Eksempelvis kan adgang til realtidsdata om vejarbejde, trafiklys eller aktuelle parkeringsforhold lette logistikerhvervets planlægning af ruter og leveringer.

Anbefaling 8

Åbne offentlige data skal skabe vækst i handels- og logistikerhvervet

Handels- og logistikvirksomheder skal have adgang til åbne offentlige data, der kan skabe nye forretningsmuligheder eller understøtte en mere effektiv planlægning.

Konkret kan regeringen:

- Undersøge, hvilke realtidsdata og andre data om for eksempel vejarbejde, trafiklys, trafikpropper eller aktuelle parkeringsforhold, der kan offentliggøres med det samme, og hvilke barrierer der er for at stille de resterende data til rådighed.
- Igangsætte en dialog mellem offentlige og private aktører med henblik på at afdække, hvilke andre offentlige data handels- og logistikvirksomheder kan få adgang til, hvordan det kan skabe værdi for den enkelte virksomhed, og hvad der skal til for at virksomhederne kommer til at bruge og eksperimentere med det tilgængelige data.

²⁶ Højbjerg Brauer og Schultz for Erhvervsstyrelsen (2017), Barrierer for virksomheders dataanvendelse.

²⁷ Det estimeres, at virksomheder i London, der bruger udstillet mobilitetsdata for London, har en omsætning på £12-15 millioner årligt og har skabt 730 arbejdspladser. Kilde: Deloitte (2018), Gevinster for myndigheder ved udstilling af offentlige data.

4

Lige konkurrencevilkår nationalt og internationalt

Danske handels- og logistikvirksomheder er i stigende grad i konkurrence med udenlandske aktører. Sund konkurrence på det danske marked er i den sammenhæng en vigtig forudsætning for, at flere danske virksomheder klarer sig godt internationalt. Derfor skal vi også byde konkurrence fra udlandet velkommen. De danske forbrugere kan ligeså let vælge at handle hos en udenlandsk netbutik som en dansk, og den øgede konkurrence er med til at skærpe de danske virksomheder og ruste dem til internationalisering.

Konkurrencen skal dog ske på vilkår, der sikrer, at udenlandske virksomheder lever op til de gældende krav og regler. Lever de ikke op til reglerne, skal der sanktioneres. Uklare og utidssvarende regler på EU-niveau og manglende internationalt samarbejde med tredjelande har gjort det muligt for udenlandske e-handelsvirksomheder at omgå

reglerne for blandt andet momsafregning, markedsføring, forbrugerbeskyttelse og produktsikkerhed. Det skal der gøres op med.

Vækstteamet er opmærksomt på, at der er tiltag på vej i EU, der forsøger at imødegå nogle af udfordringerne. Det er positivt, og vækstteamet støtter op om de fælleseuropæiske løsninger. Men løsningerne har for lange udsigter, hvis man er dansk handelsvirksomhed, der er ved at blive udkonkureret af udenlandske netbutikker, der ikke lever op til reglerne. Derfor skal vi også se på de muligheder, vi nationalt har for at håndtere udfordringen.

4.1 Taskforce for lige konkurrencevilkår online

Vækstteamet mener, at det har været for nemt for særligt udenlandske e-handelsvirksomheder at omgå reglerne for blandt andet momsafregning, markedsføring, forbrugerbeskyttelse og

produksikkerhed. De konkrete udfordringer uddybes nærmere i anbefalingerne 10, 11 og 12.

Det er oplevelsen, at myndighedskontrollen i dag er en veletableret proces for kontrol med fysiske butikker, mens grundlaget for at føre kontrol med netbutikker er mindre veletableret. Udfordringerne opstår blandt andet, når de etablerede regler og sanktionsmuligheder ikke er indrettet til at håndtere nye forretningsmodeller, eksempelvis e-handel. Organiseringen af myndighedskontrollen bør gentænkes, så den matcher måden, vi handler på i dag. I takt med, at nye forretningsmodeller er opstået, er der også opstået nye muligheder for at udnytte huller i lovgivningen og omgå reglerne.

Som et eksempel viser handelserhvervets kendskab til erfaringer fra Sverige, hvor man har forsøgt at gøre op med udenlandske netbutikkers moms-snyd, at en mindre andel udenlandske virksomheder fortsat snyder ved at finde nye huller og veje, når gamle huller lukkes.

De danske myndigheder er nødsaget til at kunne reagere hurtigt, når nye forretningsmodeller og muligheder for snyd opstår i handelserhvervet. Hvis det tager for lang tid for myndighederne at reagere på nye former for snyd, kan danske handelsvirksomheder potentielt miste deres kundegrundlag og må i værste fald lukke forretningen ned. Derfor skal der nedsættes en taskforce til løbende at sikre, at nye forretningsmodeller ikke giver udenlandske virksomheder nye muligheder for at omgå reglerne.

Anbefaling 9 Taskforce for lige konkurrencevilkår online

Der skal sikres et løbende, tværministerielt fokus på, at der hurtigt lukkes ned for udenlandske handelsvirksomheders muligheder for at omgå reglerne på det danske marked, når kombinationen af utidssvarende regulering og nye e-forretningsmodeller muliggør nye former for snyd.

Konkret kan regeringen:

- Oprette en indberetningsløsning, hvor virksomheder og forbrugere kan henvende sig, når de mener at have fundet uhensigtsmæssige regler, der medvirker til at skævvride konkurrencen. Indberetningsløsningen skal også kunne bruges til at henlede eksempelvis markedsovervågnings- og kontrolmyndighedernes opmærksomhed på konkrete netbutikker, der benytter en praksis, der er i strid med reglerne.
- Nedsætte en tværministeriel "Taskforce for lige konkurrencevilkår online", der – blandt andet med udgangspunkt i indberetningerne – skal rådgive regeringen om løbende opdateringer og justeringer af lovgivningen og behov for øget kontrol. Taskforcen skal have til opgave at sikre, at der sker mindre svindel med falske hjemmesider, manglende momsbetaling og produktsikkerhed, ulovlig markedsføring mv. ved køb online. Formålet er at sikre, at udenlandske og danske e-handelsvirksomheder sælger til danske forbrugere på lige vilkår.

4.2 Opgør med momssnyd online

Selvom der nedsættes en taskforce, er det vigtigt, at der tages fat om de mest presserende problemer med netbutikkers omgåelse af reglerne med det samme. Særligt manglende betaling af moms giver en stor konkurrencefordel til udenlandske virksomheder og snyder samtidig samfundet for indtægter.

Handelserhvervet oplever, at den største udfordring med konkurrencen online er, at nogle udenlandske netbutikker snyder med betaling af moms, og at momslovgivningen derefter ikke håndhæves i tilstrækkeligt omfang.

Handelserhvervet oplever yderligere ulige konkurrence internt i EU, som blandt andet kan skyldes uklare momsregler og -håndhævelse. EU-reglerne for blandt andet fjernsalg og markedsføring kan fortolkes forskelligt, og der opstår derfor tvivl om, hvornår og hvor virksomhederne skal betale moms. EU-reglerne for fjernsalg indebærer, at der skal svares dansk moms, hvis en virksomhed i et andet medlemsland leverer varer for over fjernsalgsgrænsen på 280.000 kr. årligt til danske forbrugere. Skattemyndighederne har i medfør af momsloven mulighed for at få adgang til at kontrollere danskeres kreditkortbetalinger til udenlandske netbutikker og derigennem identificere de netbutikker, der overstiger fjernsalgsgrænsen. Vækstteamet ser derfor positivt på, at skattemyndighederne vil benytte sig af muligheden. Skatteforvaltningen er i gang med at bearbejde og analysere kreditkortoplysninger med henblik på kontrol.

Der er ifølge handelserhvervet uklare retningslinjer for, hvornår virksomheden anses for at medvirke til levering af varen, hvilket kan have indflydelse på, om der skal svares dansk moms for den pågældende transaktion. På nuværende tidspunkt kan EU-netbutikker godt reklamere for transport til Danmark på hjemmesiden ved at oplyste mulige transportører. Dette kan besværliggøre skattemyndighedernes mulighed for at afgøre, om udenlandske netbutikker skal betale dansk moms. Danmark har over for EU-Kommissionen foreslået en skærpelse af en retningslinje om fjernsalg, således at der ikke efterlades nogen tvivl om, at enhver form for reklame for transportvirksomhed på en sælgers hjemmeside vil medføre, at der er tale om et fjernsalg, som beskattes i forbrugslandet.

Også ved tredjeparters salg på online platforme er der ifølge handelserhvervet mulighed for snyd, da platformene ikke er ansvarlige for momsafregning, og det samtidig kan være svært for myndighederne at gennemskue, hvem der er sælger af et produkt,

og dermed om fjernsalgsgrænsen på 280.000 kr. er nået for den enkelte virksomhed.

For privatpersoners import fra tredjelande er reglerne i dag sådan, at danske forbrugere ikke skal afregne moms af småforsendelser med en værdi under 80 kr. Dansk Erhverv vurderer, at nogle udenlandske netbutikker bevidst angiver lavere værdi på deres forsendelser, så kunderne undgår momsbetalingen.²⁸

Et opgør med bagatelgrænsen på 80 kr. vil gøre det sværere at snyde og dermed gavne konkurrencen på det danske marked. Der pågår et arbejde i EU-regi på området, hvor den omtalte bagatelgrænse afskaffes fra 2021 samt kombineres med en "one stop shop" for momsindberetning. Det forventes, at ordningen blandt andet vil skabe et bedre grundlag for at opføre og opkræve momsen for varer købt fra tredjelande. Vækstteamet ser positivt på dette, men mener, at det er uholdbart at vente flere år, inden der tages hånd om problemstillingen, da danske virksomheder i mellemtiden risikerer at blive udkonkurreret. Der bør derfor igangsættes en omfattende indsats til at sikre udenlandske virksomheders regelefterlevelse på momsområdet.

Anbefaling 10 Opgør med momssnyd online

Udenlandske netbutikker skal konkurrere på samme vilkår som danske. Kontrollen med udenlandske netbutikkers momsbetaling skal styrkes, og danske og internationale regler skal understøtte, at der svares korrekt moms ved online salg.

Konkret kan regeringen:

- Ophæve bagatelgrænsen på 80 kr. for momsbetaling af produkter fra tredje lande hurtigst muligt, med seks måneders varsel og en forudgående informationsindsats så mængden af forsendelser reduceres op til ophævelsen.
- Arbejde for skærpede regler i EU, der efterlader mindre rum for fortolkning, så enhver form for reklame for transportvirksomhed på en sælgers hjemmeside vil medføre, at der er tale om et fjernsalg, hvoraf der skal svares moms i forbrugslandet.
- Arbejde for, at der fastsættes regler i EU-regi om, at online platforme skal dele data om tredjeparters salg af produkter med myndighederne, så det sikres, at der betales korrekt moms af produkter solgt på online platforme.

② Forbrugerne risikerer at købe farlige produkter eller produkter med misvisende mærkning, hvis de ikke er opmærksomme på risikoen, som særligt gør sig gældende online.

4.3 Bedre produktsikkerhed online

Danske forbrugere, særligt de yngre generationer, handler med stor tillid på nettet. Det er positivt og et udtryk for, at vi som befolkning er meget digitale. Øget e-handel medfører adgang til et større vareudbud for danske forbrugere, som i stigende grad har mulighed for at handle hos netbutikker i hele verden. Forbrugerne er dog ofte ikke bevidste om, at produkter fra tredjelande ikke nødvendigvis lever op til de danske produktsikkerhedskrav.

Forbrugerne risikerer at købe farlige produkter eller produkter med misvisende mærkning, hvis de ikke er opmærksomme på risikoen, som særligt gør sig gældende online. Det kan for eksempel være en

creme, som indeholder farlige stoffer, eller en telefonoplader, som kan udløse en brand.

Forbrugerrådet Tænk har lavet flere stikprøver af kinesiske netbutikker og i nogle tilfælde fundet sikkerhedsproblemer i ti ud af 25 produkter.²⁹ Data fra Rapex (EU-Kommissionens system for advarsel om produkter til stor fare for forbrugere) viser endvidere, at det særligt er produkter fra Kina, som er farlige, idet 1.156 ud af i alt 2.200 notifikationer i 2017 var på produkter fra Kina.³⁰

Det er ikke kun til skade for forbrugerne, at produktsikkerheden på varer købt online ikke altid lever op til danske regler. De danske virksomheder

29 Forbrugerrådet Tænk (2017), Legetøj fra kinesiske webshops kan være farligt for dit barn; Forbrugerrådet Tænk (2018), Wish.com: Hvad er der mon i produkterne?

30 EU-Kommissionen (2018), Rapid Alert System Statistics - Alerts.

bruger ressourcer på at følge reglerne og sikre egenkontrol og kan derfor ikke konkurrere på de lave priser, som ofte tilbydes fra netbutikker fra tredjelande. Derudover kan det også gå ud over de danske virksomheder, hvis forbrugerne helt generelt mister tilliden til produkter, der handles på nettet, fordi de modtager usikre produkter.

En af udfordringerne med produktsikkerhed er, at kontrollen med produktsikkerhed er virksomhedsrettet. Dermed er private forbrugere, der selv indfører varer direkte via e-handel, som udgangspunkt selv ansvarlige. Myndighederne har ingen hjemmel til at kontrollere og tilbageholde produkterne, med mindre der er tale om gasprodukter eller elektrisk materiel, der kan være farlige for andre.

Udenlandske netbutikker har dog pligt til at sikre, at deres produkter overholder de gældende produktsikkerhedsregler på det danske marked, når de markedsfører sig mod danske forbrugere. I praksis er det dog imidlertid svært for de danske myndigheder at håndhæve reglerne, hvis virksomheden ligger uden for EU. Det er derfor væsentligt, at forbrugerne er bevidste om risikoen for at modtage farlige produkter, når de handler online i eksempelvis Kina.

Regeringen har med initiativer i sin forbrugerpolitiske strategi sat fokus på flere af disse problemer og har blandt andet iværksat en forbrugerrettet kampagne om sikker nethandel. Vækstteamet støtter op om indsatserne og mener, at der derudover er behov for en mere proaktiv produktsikkerhedskontrol, så produkter, der er farlige for forbrugerne, hurtigere kan fjernes fra markedet, og hjemmesider med farlige produkter hurtigt kan lukkes ned. I den forbindelse mener vækstteamet, at det er meget u hensigtsmæssigt, at myndighederne på forhånd skal give sig til kende, når de udtager produkter til kontrol. Det gør kontrolopgaven umulig, når virksomhederne let kan undgå at sende usikre produkter til myndighederne.

Anbefaling 11 Bedre produktsikkerhedskontrol online

Kontrollen med produktsikkerhed på produkter købt i udenlandske netbutikker skal styrkes og være mere proaktiv, og myndighederne skal have bedre muligheder for at håndhæve lovgivningen selvom netbutikken ikke er hjemmehørende i Danmark.

Konkret kan regeringen:

- Styrke og udvikle markedsovervågningsindsatsen ved, at der oprettes et nationalt, tværgående samarbejde om online markedsovervågning. Der skal opbygges en samlet markedsovervågningsdatabase, der kan benyttes til risikobaseret udvælgelse af netbutikker til kontrol. Der skal til det formål igangsættes et testforløb med machine learning og AI-teknologi – for eksempel kombinationen af billed- og tekstgenkendelse, der kan identificere netbutikker, som markedsfører produkter, der ikke lever op til reglerne, mod danske forbrugere.
- Tillade, at kontrolmyndighederne ikke tilkendegiver sig selv, når de udtager produkter til test online, så netbutikker ikke bevidst kan undgå at sende usikre produkter til myndighederne. Der skal ligeledes arbejdes i EU for, at markedsovervågningsmyndigheder får beføjelse til administrativt at lukke hjemmesider, hvis produkter gentagne gange påvises at udgøre en alvorlig fare for brugeren.
- Arbejde i EU for at indføre fælleseuropæiske produktsikkerhedstests, så ressourcerne bruges mest effektivt og håndhævelsen er ens på tværs af EU. Derudover skal regeringen arbejde for et bedre EU-samarbejde på produktsikkerhedsområdet med tredjelande, særligt Kina, så pakker eksempelvis kan spores tilbage til oprindelsesvirksomheden.

4.4 Styrket håndhævelse af forbrugerreglerne og kontrol med fupbutikker

Et stort antal netbutikker med base i tredjelande markedsfører sig mod danske forbrugere, i flere tilfælde med dansksprogede hjemmesider. Det er meget svært for de danske myndigheder at håndhæve gældende markedsføringslovgivning i praksis, selv i de tilfælde hvor udenlandske netbutikker rent faktisk er underlagt samme krav som danske. Til trods for at danske regler kan finde anvendelse på markedsføring fra tredjelande og til trods for det internationale samarbejde, som Forbrugerombudsmanden indgår i, er det svært for Forbrugerombudsmanden at forfølge sager mod virksomheder etableret i tredjelande, da der ikke er et retligt forpligtende samarbejde som i EU. Derudover er det en udfordring, at de regler, der afgør, hvilket lands domstole der kan pådømme civilretlige tvister og straffesager (jurisdiktionsreglerne) ikke er tilpasset den digitale udvikling.

Endvidere kan det selv for opmærksomme forbrugere være vanskeligt at gennemskue, hvem man reelt handler med, når man foretager et køb på en online platform eller hjemmeside, særligt hvis sælgeren benytter sig af et ".dk"-domæne. På online platforme kan sælgere eksempelvis enten være erhvervsdrivende eller privatpersoner, men kun erhvervsdrivende er forpligtede til at overholde reglerne om forbrugerrettigheder. En relateret problemstilling er, at en del danske forbrugere oplever at blive snydt, når de tror, at de har handlet på en dansk hjemmeside. Vækstteamet værdsætter Dansk Internet Forums arbejde med intensiveret identitetskontrol ved mistanke om svindelsider, der har resulteret i lukningen af over 2.600 fupbutikker i år, men danske forbrugere modtager fortsat enten kopivarer eller slet ingen varer fra fupbutikker og har derefter dårlige muligheder for at kunne gøre deres sædvanlige forbrugerrettigheder gældende, grundet manglende internationalt samarbejde.

Anbefaling 12

Styrket håndhævelse af forbrugerreglerne og kontrol med fupbutikker

Der skal være bedre sanktionsmuligheder over for udenlandske netbutikker, der handler i strid med de danske markedsføringsregler og ikke respekterer forbrugernes lovbestemte rettigheder.

Konkret kan regeringen:

- Skærpe og udvide kontrollen med virksomheder, der opretter et ".dk"-domæne, så fupbutikker kan opdages tidligt og lukkes hurtigt. Det skal undersøges, om et digitalt "Verified Danish" sikkerhedscertifikat til hjemmesiderne kan være en del af løsningen.
- Undersøge mulighederne for hurtig lukning af udenlandske hjemmesider, der konsekvent anvender vildledende markedsføring, for eksempel angiver prisen til forbrugere uden moms, eksempelvis ved oprettelse af en fast track ordning ved domstolene.
- Arbejde for samspil med andre EU-landes håndhævelsesmyndigheder og EU-Kommissionen, så der kan indledes et forpligtende samarbejde med tredjelande om at overholde og sanktionere efter gældende ret på markedsføringsområdet.
- Arbejde i EU-regi på, at online platforme bliver forpligtede til at oplyse forbrugerne om, hvem de handler med på platformen, og hvilke forbrugerbeskyttelsesrettigheder der gælder for handlen.

4.5 Fælles internationale spilleregler for e-handel

De danske handels- og logistikvirksomheder er gode til at eksportere deres varer og tjenesteydelser til udlandet, men de internationale markeder er fortsat præget af forskellige regler og tekniske handelshindringer. For at forbedre de danske handels- og logistikvirksomheders muligheder for at sælge deres varer og tjenesteydelser i udlandet er der behov for at fremme fælles internationale spilleregler.

I dag sælger 1 million europæiske virksomheder, herunder danske virksomheder, deres produkter på online platforme, og antallet forventes at stige. Ca. halvdelen af virksomhederne oplever udfordringer i deres relation til platformene, for eksempel ved at nogle platforme favoriserer egne produkter.³¹

Det er vigtigt, at lovgivningen holder trit med den digitale udvikling og de forretningsmodeller, som nogle af verdens mest profitable virksomheder har udviklet hen over de senere år. Der er derfor behov for løbende at tilpasse de fælles internationale spilleregler, så de skaber et marked, hvor danske og udenlandske virksomheder kan konkurrere med hinanden på vilkår, der understøtter en sund konkurrence.

Anbefaling 13 Fælles internationale spilleregler for e-handel

Der skal arbejdes for, at der fastsættes fælles internationale regler for e-handel, så det er let for danske handelsvirksomheder at e-eksportere, og så alle e-handlende på hvert marked spiller efter de samme regler. Herunder skal danske handelsvirksomheder kunne indgå aftaler med online platforme på et oplyst grundlag, og det skal sikres, at platformen ikke misbruger sin styrkeposition.

Konkret kan regeringen:

- Støtte EU-Kommissionens forslag om at skabe øget gennemsigtighed og bedre klage muligheder for virksomheder, der anvender online platforme.
- Fortsætte den aktive indsats for at fastholde EU's ambitiøse frihandelsdagsorden i forhold til tredjelande og fremhæve vigtigheden af fælles internationale regler om e-handel blandt danske, europæiske og globale aktører ved at skabe bevidsthed om muligheder og barrierer ved e-handel.

- Gå forrest i bestræbelserne på at opnå fælles internationale regler for e-handel på WTO-niveau med et særligt fokus på facilitering af e-handel, såsom elektroniske kontrakter samt overholdelse af krav, såsom produkt-sikkerhed for virksomheder, der retter deres markedsføring mod europæiske forbrugere.

4.6 Ny international postaftale

En del af den ulige konkurrence, som danske virksomheder udsættes for, skyldes også, at det er dyrt for danske virksomheder at fragte deres produkter. For eksempel koster det mindre at sende en forsendelse fra eksempelvis Kina til Danmark, end det gør at sende en e-handelsforsendelse (maxibrev) internt i Danmark. Den ulige konkurrence på postforsendelser mellem danske og eksempelvis kinesiske virksomheder skyldes afregningssystemet i den internationale postorganisation, Universal Postal Union (UPU).

PostNord modtog i 2017 10 millioner forsendelser fra Kina direkte til forbrugere.³² Omkostningerne for PostNord ved at levere en pakke fra Kina overstiger langt prisen, som en kinesisk netbutik betaler for servicen. Kina er det oplagte eksempel, fordi danskerne handler meget i kinesiske netbutikker, men det er et helt generelt problem med afregnings-satserne i UPU, at de ikke dækker de faktiske omkostninger ved håndtering og levering af forsendelserne.

Anbefaling 14 Ny international postaftale

Universal Postal Union skal opdateres, så forsendelsesprisen for alle aktører afspejler omkostningerne og dermed ikke skævvrider konkurrencen på e-handelsmarkedet.

Konkret kan regeringen:

- Arbejde i UPU for, at der foretages en generel stigning i afregningssatserne, så PostNord og postvæsenet i andre lande er sikret omkostningsdækning, uanset om forsendelsen kommer fra Kina eller andre lande.

31 EU-Kommissionen (2018), Online platforms: New rules to increase transparency and fairness.

32 Ifølge PostNords egen optælling.

➤ Der er behov for løbende at tilpasse de fælles internationale spilleregler, så de skaber et marked, hvor danske og udenlandske virksomheder kan konkurrere med hinanden på vilkår, der understøtter en sund konkurrence.

4.7 Mere lige konkurrence ved tysk pant i grænsehandlen

Ikke kun netbutikkerne oplever ulige konkurrence fra udlandet. Skiftende regeringer har igennem mange år forsøgt at få en aftale i stand med Tyskland om pant på blandt andet dåser i den tyske grænsehandel, men der er en åbenlys økonomisk interesse for de berørte tyske delstater i at fastholde status quo. Situationen er fastfrosset og vækstteamet mener, at Danmark bør overveje at iværksætte nogle handlinger, som kan anvendes som løftestang til at lægge et fornyet pres på Tyskland. Vækstteamet mener, at den manglende pant i de tyske grænsebutikker har karakter af indirekte statsstøtte, der har til hensigt at øge grænsebutikkernes salg til skandinaver. Det er nemlig ikke tilladt for tyskere at købe de pantfrie produkter, og i alle andre tyske butikker gælder almindelige tyske pantregler.

Det er ikke rimeligt, at varerne i grænsehandlen er undtaget fra de almindelige tyske pantregler. På baggrund af tal fra Skatteministeriet estimerer Dansk Erhverv, at danskerne årligt henter omkring 650 millioner pantfrie dåser ved grænsen.³³ Vækstteamet forventer derfor, at den samfundsøkonomiske effekt af at pålægge pant på de tyske

produkter vil have mindst lige så stor virkning som eventuelle danske afgiftslettelser, der ofte nævnes som en mulighed for at reducere danskernes grænsehandel i Tyskland.

Den manglende tyske pant udgør også et stort miljømæssigt problem i Danmark, da incitamentet for genanvendelse er lille. Problemet har ikke samme omfang i Tyskland, eftersom det ikke er tilladt for tyskere at købe de pantfrie produkter. Pålægges de tyske produkter pant, forsvinder en stor del af den besparelse, der i dag gør det attraktivt for danskerne at købe dåserne, og der vil samtidig være større sandsynlighed for, at de dåser, der sælges, genanvendes.

Anbefaling 15 Mere lige konkurrence ved tysk pant i grænsehandlen

Produkter i den tyske grænsehandel skal være omfattet af de almindelige tyske pantregler.

Konkret kan regeringen:

- Fortsat lægge pres på Tyskland for at indføre pant på produkter i grænsehandlen.

5

Forenkler hverdagen for handels- og logistikvirksomheder

Hvis Danmark skal fostre og styrke handels- og logistikvirksomheder, som i højere grad kan vinde i den internationale konkurrence, er der behov for, at hverdagen for danske handels- og logistikvirksomheder forenkles, og at rammevilkårene for at drive virksomhed er tidssvarende. Det betyder blandt andet, at virksomhederne skal have adgang til den rette mængde arbejdskraft med de rette kompetencer, og at national og international regulering er enkel at gennemskue og nem at følge.

Det er væsentligt, at hverdagen for handels- og logistikvirksomheder fokuserer på forretningen og ikke på at leve op til unødvendigt bøvlede regler og administrative procedurer. Derfor ser vækstteamet også positivt på regeringens byrdestop og dens ambition om at reducere de administrative byrder for erhvervslivet med 4 mia. kr. inden udgangen af 2020. Ikke mindst ser vækstteamet positivt på regeringens indsats for at sikre, at der ikke sker unødvendig overimplementering af EU-regler.

Det er dog væsentligt at fastholde dette fokus, så der ikke opstår nye byrder for erhvervslivet. Og det er væsentligt, at der løbende arbejdes for at justere

gældende regler, så de bliver mindst muligt byrdefulde for de danske handels- og logistikvirksomheder.

5.1 Ens regler for vejtransport i hele EU

Det er et grundvilkår for handel, at der krydses grænser. Når danske forbrugere handler i udlandet, skal varerne transporteres til Danmark, og når danske virksomheder sælger varer til udlandet, skal varerne transporteres fra Danmark. Den stigende efterspørgsel efter varer i hele verden har gjort, at lastbiltrafikken til og fra Danmark de seneste år har været stigende, og i 2017 kørte i gennemsnit næsten 6.000 lastbiler dagligt ind over de danske grænser.³⁴

Danske virksomheder er afhængige af at kende reglerne, når varer transporteres rundt i verden. I EU har man etableret en fælles transportpolitik, som har været med til at åbne de nationale markeder op for konkurrence, så virksomheder kan operere i andre lande end deres eget. Dette har været med til at sikre øget fleksibilitet og konkurrence og mindsket antallet af tomme returtransporter til gavn for miljøet.

Der er dog en række uklarheder i de fælleseuropæiske regler, som de seneste år har ført til forskellige nationale fortolkninger af reglerne. Det betyder, at når danske virksomheder skal operere på tværs af grænserne, bliver de mødt af forskellige regler, hvor ting, der er tilladt i et land, er forbudt i et andet. Samtidig mødes virksomhederne af en række forskellige krav til dokumentation i forbindelse med transporten, alt efter hvilke lande virksomhederne opererer i, og der stilles i mange tilfælde krav om, at dokumentationen foreligger i papirform og original.

Det skaber et ineffektivt indre marked for både handel og transport, hvor virksomhederne bliver pålagt store administrative byrder for at kunne overholde lovgivningen. Det er med til at fordyre transporten og gøre varerne dyrere for kunderne.

Anbefaling 16 Ens regler for vejtransport i hele EU

For at sikre et velfungerende indre marked, hvor virksomheder uden større administrative byrder kan operere på tværs af grænserne, skal der ske en større harmonisering af reglerne for vejtransport i EU.

Konkret kan regeringen:

- Arbejde for at skabe klare og enkle regler på vejtransportområdet på EU-plan i forbindelse med forhandlingerne af EU-Kommissionens Vejpakke. Det er særligt vigtigt for cabotagekørsel, køre- og hviletid og udstationering af førere i vejtransportsektoren, så reglerne vil blive fortolket og håndhævet ens på tværs af grænserne. Regeringen skal sikre, at reglerne er enkle at håndhæve for myndighederne, og at de kan implementeres af transportvirksomhederne uden forøgede administrative byrder.
- Arbejde for fælles høje EU-standarder for digitale transportdokumenter og større fokus på standardisering af transportdokumenter mellem de forskellige transportformer. Som led heri skal Danmark gå forrest og sikre, at Danmark fuldt ud anerkender og muliggør fremlæggelse af alle former for transportdokumentation i ren elektronisk form. Regeringen skal i den forbindelse undersøge, hvilke transportdokumenter der kan digitaliseres, med henblik på at etablere en samlet dansk digital løsning, hvor chauffører og virksomheder kan have transportdokumentationen liggende i elektronisk form, som kan tilgås via eksempelvis NemID.

5.2 Masterplan for investeringer i infrastruktur

Al handel forudsætter logistik og transport. Et velfungerende handels- og logistikerhverv er afhængigt af en velfungerende infrastruktur, så virksomhederne effektivt kan få transporteret sine varer og leveret dem til kunder og butikker.

Det er afgørende for et stærkt handelserhverv, at transportkapaciteten er tilstrækkelig og har den rette kvalitet. Manglende kapacitet vil medføre flaskehalse, ineffektiv transport og i sidste ende føre til dårligere service og stigende priser for slutkunden, hvilket kan hæmme handlen.

Siden 2009 er de fleste større danske infrastrukturprojekter blevet vedtaget i regi af den politiske aftale om en grøn transportpolitik, som udløber i 2020. Det betyder, at der efter 2020 ikke længere er en masterplan for investeringer i infrastruktur i Danmark, og der er derfor en risiko for, at der ikke vil blive foretaget de nødvendige investeringer i infrastrukturen, hvis der ikke bliver udarbejdet og vedtaget en ny masterplan.

Et andet vigtigt rammevilkår for vejtransportsektoren er muligheden for at benytte modulvogntog. Der er indført en forsøgsordning, så der kan anvendes modulvogntog på bestemte strækninger. Det indebærer, at der kan transporteres den samme mængde gods med et færre antal køretøjer, hvilket understøtter en mere effektiv vejtransportsektor og mindre miljøbelastning fra vejtransportsektoren.

Samtidig står det klart, at forbrugernes øgede efterspørgsel efter at få leveret varer på alle tider af døgnet og hele vejen til hoveddøren som følge af øget e-handel og introduktionen af ny teknologi vil være med til at ændre på de distributionsmønstre, vi ser i dag, så flowet af varer særligt i byerne vil ændre sig. Det er en udvikling, som er begyndt, og det er vigtigt, at der tages højde for denne udvikling, når der skal prioriteres investeringer i infrastruktur. På nuværende tidspunkt findes der ikke undersøgelser af, hvordan distributionsmønstrene vil ændre sig, og det er vigtigt, at det grundigt bliver belyst, hvilken effekt denne udvikling kommer til at få for den eksisterende infrastruktur, da der ellers er risiko for, at udviklingen vil føre til en dårligere trafikafvikling til gene for både virksomheder og forbrugere.

Anbefaling 17

Masterplan for investeringer i infrastruktur

For at sikre, at der i fremtiden bliver foretaget de nødvendige investeringer i infrastrukturen, skal der udarbejdes en ny masterplan for investeringer i infrastrukturen, samtidig med at det klart skal belyses, hvilken effekt e-handel har på distributionsmønstrene i byerne.

Konkret kan regeringen:

- Gå i dialog med logistikerhvervet om en ny masterplan for investeringer i infrastruktur. Det skal indgå i planen, at der anlægges flere fleksible vejarealer, der for eksempel gennem brug af Intelligente Trafik Systemer (ITS) kan tilpasses behovet for forskellige transportformer i løbet af dagen. Regeringen skal ligeledes sikre, at kapaciteten på de danske rasteplasser udvides, så der er den fornødne kapacitet.
- Muliggøre anvendelsen af modulvogntog på et større antal strækninger.
- Igangsætte en undersøgelse af de ændrede distributionsmønstre, herunder hvordan de påvirker fremkommeligheden og trængslen.
- Sikre, at lovgivningen understøtter, at der ved nybyggeri i tæt befolkede områder skabes god tilgængelighed og gode parkerings- eller aflæsningsforhold for hurtig og nem levering.

5.3 Understøt levering med støjsvagt udstyr i ydertimerne

Den stigende e-handel ændrer ved distributionsmønstrene, og danske kunder har i dag en forventning om, at danske virksomheder er i stand til at levere effektive, bæredygtige og lette løsninger, hvor varerne bliver hurtigt og sikkert leveret ved butikken, lageret eller hoveddøren. Samtidig har forbrugerne en forventning om, at der altid er friske varer på hyldeerne, når de handler ind i dagligvarebutikkerne, hvilket påvirker dagligvarebutikkernes krav til leverandørerne.

Mens danske logistikvirksomheder arbejder for at imødekomme kundernes forventninger ved at tilbyde hurtigere og mere præcise leveringer, er der en risiko for, at denne udvikling fører til øget trængsel i byerne og på det overordnede vejnet, så transporten bliver mindre effektiv, og kunderne får en dårligere service. Der er ligeledes risiko for at leveringen fordyres, og at miljøet påvirkes negativt.

En høj mobilitet og velfungerende transport er nødvendig, når der skal varer på hyldeerne i butikkerne, og der skal ske levering til private kunder. Derfor er det centralt, at der arbejdes for at styrke mobiliteten og mindske trængslen. Det er dog væsentligt, at det sker i en balance mellem bedst fremkommelighed og udnyttelse af vejnettet om natten og hensynet til beboere, som kan være generet af støj, hvis varer leveres om natten. I disse år sker der en teknologisk udvikling, hvor der udvikles mere støjsvage køretøjer og udstyr til levering af varer, som med fordel kan medvirke til at skabe denne balance.

➤ **Det er afgørende for et stærkt handels-
erhverv, at transportkapaciteten er
tilstrækkelig og har den rette kvalitet.**

Anbefaling 18 Understøt levering med støjsvagt udstyr i ydertimerne

For at mindske trængsel på vejene og efterkomme kundernes ønsker til leveringer skal flere varer leveres i ydertimerne ved brug af støjsvagt udstyr.

Konkret kan regeringen:

- Udarbejde en vejledning og en frivillig certificeringsordning for støjsvagt udstyr og i samarbejde med kommunerne give virksomheder med certificeret udstyr en garanti for, at de kan levere varer i ydertimerne på samme vilkår på tværs af kommunerne.
- Udvide leveringsvinduet til dagligvarebutikker, eksempelvis ved at det som hovedregel er muligt at levere hele døgnet, såfremt der anvendes certificeret støjsvagt udstyr, og regler for stille færden overholdes.

5.4 Sikre arbejdskraft til handels- og logistikerhvervet

Adgangen til den rette mængde arbejdskraft er helt afgørende, hvis handels- og logistikerhvervet skal kunne klare sig og konkurrere internationalt. Beskæftigelsen i Danmark er i øjeblikket høj, og det kan mærkes hos handels- og logistikvirksomhederne, der mangler arbejdskraft. Derfor skal det sikres, at handels- og logistiksektoren bliver en attraktiv karrierevej for såvel national som international arbejdskraft. Regeringen kan medvirke til at afhjælpe manglen på arbejdskraft ved at gøre det lettere at tiltrække udenlandsk arbejdskraft til

de job, hvor virksomhederne oplever en mangel på arbejdskraft. Men der skal også være fokus på karrieremulighederne i sektoren.

Særligt logistikerhvervet er udfordret på mangel på arbejdskraft. Tal fra Danmarks Statistik viser en stigende tendens for andelen af virksomheder i vejtransportbranchen, som i en given måned oplever produktionsbegrænsninger på grund af mangel på arbejdskraft. For 2018 svinger tallet mellem 16 og 33 pct.³⁵ En undersøgelse fra Verdensbanken viser, at der er tale om en global tendens, hvor logistikvirksomheder i hele verden har svært ved at tiltrække kvalificeret arbejdskraft på både operationelt, administrativt og ledelsesmæssigt niveau.³⁶ Det er afgørende for logistikerhvervet, at det sikres et tilstrækkeligt rekrutteringsgrundlag, og erhvervet har selv en stor opgave i at sikre, at det bliver mere attraktivt at uddanne sig inden for logistik. Vækstteamet opfordrer derfor erhvervet til at oprette et partnerskab, der sætter fokus på at tilskynde unge til at uddanne sig inden for logistikbranchen, eksempelvis gennem kampagner, der sætter fokus på karrieremulighederne.

Det er vækstteamets opfattelse, at mange lastbil- og varevognschauffører starter i det små med at køre enkelte ture med varebil. Derfor skal det også være nemt at komme ind i branchen og få "smag" for chaufførjobbet. I den forbindelse ønsker vækstteamet at understrege, at de nye uddannelseskrav til chauffører af varebiler under 3.500 kg allerede inden, de har haft kontakt med branchen, vil afholde nogle fra at opsøge erhvervet. Eksempelvis studerende eller andre, der søger beskæftigelse i en kortere periode og dermed potentielt kan afhjælpe

35 Danmarks Statistik (2018), Produktionsbegrænsninger i serviceerhverv (KBS2).

36 World Bank (2017), Logistics Competencies, Skills and Training: A Global Overview.

chaufførmanglen, vil helt udeblive. Vækstteamet mener, at udfordringer med socialt bedrageri og illegal arbejdskraft i stedet bør løses på en måde, der tager hensyn til chaufførmanglen.

Anbefaling 19 **Sikre arbejdskraft til handels- og logistikerhvervet**

Der skal igangsættes indsatser, der understøtter, at handels- og logistikerhvervet ikke oplever produktionsbegrænsninger som følge af mangel på arbejdskraft.

Konkret kan regeringen:

- Gøre det nemmere og mindre bureaukratisk at tiltrække kvalificeret udenlandsk arbejdskraft til at varetage de job i handels- og logistikerhvervet, hvor virksomhederne oplever en mangel på dansk arbejdskraft.
- Igangsætte en undersøgelse af omfanget og årsagerne til rekrutteringsproblemerne i særligt logistikerhvervet. Det skal blandt andet ske gennem dialog med relevante virksomheder med henblik på afdækning af kompetencebehov for speditører samt deres typiske veje til ansættelse i branchen.
- Arbejde for, at krav om uddannelse for chauffører af varebiler under 3.500 kg tager hensyn til rekrutteringsudfordringerne i branchen ved at åbne for, at uddannelsen skal gennemføres inden for de første seks måneders ansættelse. Alternativt kan den erstattes af en mindre byrdefuld registreringsordning, hvor chauffører med de rette kompetencer eksempelvis via en godkendelsesprocedure ved hjælp af NemID kan opnå tilladelse til varebilskørsel.

5.5 Ajourføre den danske model med fremtidens arbejdsmarked

Adgangen til den rette mængde arbejdskraft påvirkes også af forholdet mellem lønmodtagere og arbejdsgivere. Danmark har en lang tradition for, at forholdet mellem lønmodtager og arbejdsgiver reguleres af arbejdsmarkedets parter, og vækstteamet støtter op om den danske model. Det er dog vigtigt for både handels- og logistikvirksomhederne og deres ansatte, at overenskomsterne og lovgivningen på området tager højde for den digitale udvikling og nye forretningsmodeller.

Når kundernes forbrugsmønstre ændrer sig, og butikernes åbningstider og tidspunkter for leveringstider til hjemmet udvides, er det nødvendigt med mere fleksible regler. For handels- og logistikvirksomhederne kan såkaldt stive faggrænser, der bundes i "gamle" forretningsmodeller, være en barriere for udvikling af virksomheder, der anvender nye forretningsmodeller. Det kan skabe ulige konkurrence mellem danske virksomheder, at medarbejdere i virksomheder, som gør brug af nye forretningsmodeller, ikke klassificeres ens på tværs af overenskomster. Vækstteamet har observeret denne u hensigtsmæssighed i forhold til netbutikker, hvor det afhænger af overenskomsten, om medarbejderne eksempelvis må arbejde om søndagen, selvom medarbejderne i tilsvarende fysiske butikker gerne må.

En voksende andel af arbejdsstyrken, særligt blandt unge, er ansat som eksempelvis freelancere eller på projektbasis. Hvis manglende fleksibilitet i den eksisterende model får de unge til at fravælge fagbevægelsen og modellen samtidig hindrer virksomhedernes udnyttelse af nye forretningsmuligheder, vil det gavne arbejdsmarkedets parter under ét at opnå enighed om, at modellen ajourføres med fremtidens arbejdsmarked.

Heller ikke brugen af funktionærloven, som er gældende for en stor del af medarbejderne i de danske handelsbutikker er fulgt med udviklingen. Det er vigtigt, at lovgivningen er indrettet så den fysiske handel fortsat har mulighed for at tiltrække kunder samt styrke handlens konkurrenceevne over for blandt andet de globale e-handelsplatforme, hvor handel kan foregå 24/7. Vækstteamet mener, at det bør revurderes, hvilke typer ansatte der bør være omfattet af funktionærlovens bestemmelser.

Anbefaling 20 Ajourføre den danske model med fremtidens arbejdsmarked

I lyset af kundernes ændrede forbrugsmønstre og deraf følgende nye forretningsmodeller er det bydende nødvendigt at igangsætte en indsats, der bringer arbejdsgiver- og arbejdstagerforhold ajour med fremtidens arbejdsmarked.

Konkret kan regeringen:

- I opfølgningen på regeringens allerede nedsatte disruptionråd og ekspertudvalget for arbejdsmiljø overveje om der er yderligere behov for initiativer ud over de allerede foreslåede og gennemførte tiltag for at forberede Danmark til fremtidens arbejdsmarked.
- Understøtte, at arbejdsmarkedets parter drøfter og finder løsninger på, hvordan overskudsmønstre fremadrettet i højere grad kan ligestille online og offline handelsvirksomheder.

5.6 Mere agile og tidssvarende handels- og logistikuddannelser

Det er ikke tilstrækkeligt for handels- og logistikvirksomhederne at have adgang til den rette mængde arbejdskraft. Uddannelsesudbuddet skal understøtte, at virksomhederne også har adgang til

de rette kompetencer. Uddannelserne skal derfor indrettes, så medarbejderne opnår de kompetencer, som efterspørges i erhvervene.

I takt med den hastige teknologiske udvikling efterspørges digitale kompetencer i stigende grad. Flere analyser peger på, at udbuddet af medarbejdere med digitale kompetencer ikke kan følge med efterspørgslen, og at mange virksomheder forgæves forsøger at rekruttere IT-medarbejdere.³⁷

Regeringen har nedsat en Teknologipagt, som skal styrke danskernes kompetencer i teknologi, IT, naturvidenskab og matematik (STEM-fagene). Dette arbejde kan vækstteamet kun støtte op om. Det er dog også væsentligt for erhvervet, at der ikke udelukkende fokuseres på IT-kompetencer, men at disse kombineres med det mere traditionelle købmændskab og forståelse for logistik. Men undervisning i teknologiforståelse og nye forretningsmodeller skal være en integreret del af alle uddannelsesniveauer og -tilbud inden for handel og logistik, så virksomhederne får adgang til medarbejdere, som let kan kombinere fagspecifik viden og viden om ny teknologi til at se nye forretningsmuligheder.

Vækstteamet oplever, at de danske uddannelsesforløb ikke er gearret til handels- og logistikvirksomhedernes behov for hurtigt at kunne omstille sig, når ny teknologi giver muligheder for udvikling af forretningen. Vækstteamet ønsker derfor et øget fokus på fleksibilitet i handels- og logistikmedarbejdernes muligheder for at tilegne sig kompetencer både i ordinære uddannelsesforløb og efteruddannelse.

Regeringens udspil om fleksible universitetsuddannelser til fremtiden er et skridt i den rigtige retning, men det kræver et fokus på tværs af uddannelsessystemet, hvis vækstteamets mål skal kunne indfries.

³⁷ Se eksempelvis Højbjerg Brauer Schultz, Kubix og Alexandra Institut (2016), Virksomheders behov for digitale kompetencer; Højbjerg Brauer Schultz (2016), Regional efterspørgsel efter digitale kompetencer; og Erhvervsministeriet (2017), Redegørelse om Danmarks digitale vækst.

Vækstteamet vurderer, at korte forløb ofte kan være tilstrækkelige til at tilegne sig kompetencer på det niveau, der er nødvendigt, for at kunne anvende dem i praksis i handels- og logistikerhvervet, men mange ordinære uddannelses tilbud er tilrettelagt som lange forløb. Derudover er der for stor fokus på proceskrav, såsom deltagelse i undervisning eller afslutning af modul x før modul y kan påbegyndes, i forløbene, hvilket gør det besværligt at få papir på sine kompetencer, hvis de er tilegnet på anden vis. Denne problemstilling kan imødekomes ved at øge mulighederne for certificering i enkelte fag eller kurser gennem deltagelse i test, eksamen eller realkompetencevurdering uden forudgående undervisningsforløb.

Muligheden for videreuddannelse besværliggøres af, at overgangen mellem forskellige uddannelsesniveauer, eksempelvis erhvervsskoler, erhvervsakademier, professionshøjskoler og universiteter, ikke altid er sømløs, og at det eksempelvis kan være svært at få merit for fag og kurser, der er taget på en anden uddannelse.

Anbefaling 21 Mere agile og tidssvarende handels- og logistikuddannelser

Handels- og logistikuddannelserne skal tilrettelægges mere agilt, så medarbejdernes kompetencer hurtigere kan tilpasses virksomhedernes behov.

Konkret kan regeringen:

- Gå i dialog med uddannelsesinstitutioner og arbejdsmarkedets parter om at indføre mere agile uddannelsesforløb med mulighed for fleksibel certificering og med større fokus på test af kompetencer og færre proceskrav. I samme ombæring skal det undersøges, om længden af visse uddannelser med fordel kan forkortes.
- Nedbryde silotænkning i handels- og logistikuddannelserne og sikre større fokus på generiske kompetencer i starten af forløbet for de uddannelser, der ikke er egnede til, at længden forkortes. Samtidig skal regeringen arbejde for, at der skabes mere sammenhængende overgange mellem de forskellige uddannelsesniveauer, så videreuddannelse gøres lettere.
- Understøtte, at udbuddet af ordinær uddannelse og efteruddannelse matcher handels- og logistikvirksomhedernes behov gennem

blandt andet løbende dialog om uddannelses- og kompetencebehov mellem de videregående uddannelsesinstitutioner og relevante virksomheder.

- Tilbyde flere og lettere tilgængelige IT-kurser målrettet professionelle med logistik- og handelskompetencer, eksempelvis i regi af programmet SMV:Digital.

5.7 Understøt den cirkulære økonomi med ensartede regler for brug af plastik

Et tiltagende problem i verden er den eksponentielle stigning i forbruget af plastik og den afledte forurening.³⁸ Samtidig er plastik et område, hvor vækstteamet mener, at forskelligartede regler og procedurer gør det besværligt for de danske handelsvirksomheder at drive miljøbevidst handelsforretning. Der er eksempelvis forskelligartet praksis mellem kommunernes afgørelser om klassificering af affald samt forskellige sorteringskriterier og indsamlingsordninger for husholdningsaffald. De mange lokale løsninger på tværs af landet og den uens praksis besværliggør den daglige drift i mange virksomheder, og det forhindrer også etableringen af nye virksomheder og innovation inden for området.

Danmark har med succes skabt vækst inden for forretningsområder, hvor vi har sat nogle rammer for at understøtte en grøn udvikling, for eksempel vindmølleindustrien. Med disse rammer har Danmark historisk formået at skabe vækst, eksport og grøn udvikling i og uden for Danmark, og vækstteamet ser samme potentiale inden for brugen af plastik.

Ved at skabe nogle ensartede regler vil handels- og transportvirksomheder kunne lettes for meget bøvvl, og Danmarks grønne image vil kunne understøttes ved at have miljøbevidste handelsvirksomheder. Det er eksempelvis dyrt for store handelsvirksomheder, som opererer på tværs af kommuner, at kommunerne har forskellige sorteringskriterier og indsamlingsordninger for plastikaffald. Det betyder blandt andet, at handelsvirksomheder ikke kan stille klare og ens krav til deres producenter for indpakning af bestemte madvarer, da affaldet håndteres forskelligt i kommunerne.

Desuden prioriteres affaldstilsynet med virksomhedernes affaldshåndtering i dag vidt forskelligt af kommunerne — og ofte slet ikke.³⁹ Det skaber ulige konkurrencevilkår for virksomhederne på tværs af kommunegrænser og reducerer incitamentet til at håndtere affaldet korrekt. Desuden medfører det, at mange virksomheder ikke bliver gjort opmærksomme på, at de kan hente

38 Ellen MacArthur Foundation (2017), The new plastics economy: Rethinking the future of plastics and catalysing action.

39 Deloitte og Incentive for Energistyrelsen (2016), Evaluering af de politiske aftaler for organisering af affaldssektoren.

økonomiske gevinster ved øget genanvendelse. Derudover har kommunerne i dag en uhensigtsmæssig dobbeltrolle, da de både er myndighed og central aktør på affaldsområdet i kraft af kommunalt ejede affaldsselskaber.

De forskelligartede procedurer og løsninger på tværs af kommunerne udgør en stor administrativ byrde for virksomhederne, der i sidste ende må sende regningen for den dyre drift til forbrugerne.

Vækstteamet ser det som et vigtigt skridt i den rigtige retning, at regeringen med Strategi for cirkulær økonomi har sat fokus på at skabe en mere ensartet administration og håndhævelse af reglerne for affald og genanvendte råvarer. Indsatsen bør udvides med analyser af miljøbelastninger ved forskellige typer af emballage, så der kan udvikles standarder, der understøtter en cirkulær økonomi.

Der findes i dag et solidt udgangspunkt for dette arbejde, idet Danmark sammen med resten af Europa og verden allerede er fokuserede på i stigende grad at genbruge og genanvende plast, jævnfør EU's Plaststrategi, den kommende plastikhandlingsplan og industriens EU Plastics Pledges. Derfor bør vi indføre standarder og rammevilkår, som sikrer:

1. Design, som beforder sortering og homogeniseringen af de enkelte plastprodukter. Plast kan kun genanvendes med sin egen plasttype, hvilket kræver omfattende sortering, håndtering og homogenisering af plastaffaldet.
2. Lovgivning om minimumsindhold af genanvendt plast for eksempel i emballage og/eller produkter. Herved ville efterspørgslen efter genanvendt plast stimuleres, og virksomhederne og plastindustrien i Danmark ville motiveres til at erstatte "virgin" plast-råvarer med genanvendt plast.
3. Mærkningsordninger, som viser, hvorvidt et givent produkt/emballage er produceret af genanvendt plast, og/eller om det kan genbruges/genanvendes. Dette vil hjælpe forbrugeren til at træffe aktive produktvalg baseret på ansvarlig cirkulær plastproduktion.

For så vidt angår den emballage, vi i stigende omfang ser fra udenlandske virksomheder, herunder netbutikker, som sender pakker til Danmark, skal der stilles krav til tilpasning af den danske/europæiske model, således at udenlandske virksomheder ikke kan sendepakker med ikke-bæredygtig emballage til Danmark uden at skulle betale for håndteringen heraf.

➤ Forskelligartede regler og procedurer gør det besværligt for de danske handelsvirksomheder at drive miljøbevidst handelsforretning.

Anbefaling 22

Understøt den cirkulære økonomi med ensartede regler for brug af plastik

Der skal skabes et økonomisk grundlag for udvikling og innovation inden for brug, genbrug og genanvendelse af plastik, og det skal gøres lettere for danske handels- og logistikvirksomheder at drive miljøbevidst forretning og støtte den cirkulære økonomi.

Konkret kan regeringen:

- Initiere et partnerskab med deltagelse af hele værdikæden, herunder kommunerne, handels- og logistikvirksomheder, producenter, forbrugerinteresser og NGO'er med henblik på et samarbejde, der kan danne rammen for fremskridt på plastområdet.
- Igangsætte udvikling af ensartede og nationale standarder for brug, genbrug og genanvendelse af plastik. I den forbindelse skal de danske miljømyndigheder gå forrest med klare og præcise analyser om genanvendelighed og miljøbelastningerne ved forskellige typer plast- og emballageprodukter, således at udviklingen kan ske på et oplyst grundlag. Ligeledes skal det undersøges, om der kan etableres krav til anvendelse af genanvendt plastik, emballagedesign og mærkningsordninger.
- Forlænge licensperioden for drift af det danske pantsystem.
- Arbejde stærkt og målrettet i EU-regi for at emballage understøtter den cirkulære økonomi, så emballagen belaster miljøet mindst muligt og nemt genanvendes. Reglerne skal også gælde e-handelsvirksomheder, der sælger i og til Europa.

5.8 Mere genbrug af data på tværs af offentlige myndigheder

Der er fortsat for lidt genbrug af data på tværs af myndigheder. På Virk.dk kan virksomheder indberette oplysninger til det offentlige. Virksomhederne bruger Virk.dk som aldrig før. I 2017 havde Virk.dk ca. 26 mio. besøg. Det er en stigning på 22 pct. siden 2015.

Der findes ca. 1.600 forskellige erhvervsrettede indberetnings- og selvbetjeningsløsninger. Virksomhederne skal imidlertid selv finde rundt i de mange løsninger og identificere, hvilke oplysninger de skal indberette og til hvilke myndigheder. I nogle tilfælde skal de samme oplysninger indberettes til flere forskellige myndigheder. Eksempelvis skal dagligvarebutikker indberette de samme oplysninger til både Fødevarestyrelsen og Lægemiddelstyrelsen.

Anbefaling 23

Mere genbrug af data på tværs af offentlige myndigheder

Det skal gøres mindre byrdefuldt for handels- og logistikvirksomhederne at indberette til og kommunikere med offentlige myndigheder, ved at data i højere grad anvendes på tværs af myndigheder.

Konkret kan regeringen:

- Iværksætte en indsats, så virksomhederne oplever en mere personaliseret og sammenhængende digital service på Virk.dk. Virksomhederne skal let kunne få overblik over de frister og indberetninger, som er relevante for netop deres virksomhed.
- Udvikle en indberetningsløsning hvor virksomheder kan rapportere når de samme informationer skal sendes til forskellige myndigheder, da oplysninger til forskellige myndigheder skal opleves som et sammenhængende flow, hvor data genbruges så vidt muligt.

5.9 Bedre vejledning til EU-lovgivning skal understøtte handel

Uklar EU-lovgivning og den medfølgende usikkerhed for virksomhederne om, hvad rammerne for regelefterlevelse er, og hvilke konsekvenser brud på de uklare regler har, giver anledning til unødvendigt bøvvl hos virksomhederne.

For at give de danske handelsvirksomheder de bedst mulige vilkår for at overholde EU-regler — og samtidig undgå unødige omkostninger forbundet med overimplementering heraf — bør der arbejdes for at skabe mere klarhed omkring konsekvenserne af EU-lovgivning på e-handelsområdet, blandt andet som følge af geoblockingforordningen og den nye databeskyttelsesforordning.

De danske virksomheders regelefterlevelse er høj. Det gælder også, når det drejer sig om implementering af de rette sikkerhedsforanstaltninger for håndtering og beskyttelse af forbrugernes data. Men mange virksomheder besidder ikke de nødvendige kompetencer til at vurdere, hvorvidt gældende praksis eller nye foranstaltninger lever op til nye regler og krav, som for eksempel databeskyttelsesforordningen, og virksomhederne bruger derfor uforholdsmæssig mange ressourcer på at sikre sig dette. Og virksomheder med e-handel ligger i endnu højere grad end fysiske butikker og logistikvirksomheder inde med personfølsomme oplysninger, som skal håndteres korrekt. Det er derfor væsentligt for vækstteamet, at der ikke slås hårdt ned på manglende efterlevelse af databeskyttelsesforordningen, før der er skabt præcedens og klarhed over, hvordan den bør efterleves.

Anbefaling 24 Bedre vejledning til EU-lovgivning skal understøtte handel

Der skal mere hjælp og vejledning til, hvordan handels- og logistikvirksomhederne skal håndtere ny EU-lovgivning som geoblockingforordningen og den nye databeskyttelsesforordning.

Konkret kan regeringen:

- Udbrede eksisterende vejledningstilbud i større omfang via partnerskaber med kommunale erhvervshuse, brancheorganisationerne eller andre aktører.
- Udarbejde yderligere vejledning for at forventningsafstemme, hvad der efter geoblockingforordningen vil være henholdsvis forbrugernes og virksomhedernes rettigheder og forpligtigelser.
- Sikre, at fremtidig EU-lovgivning understøtter den grænseoverskridende e-handel, eksempelvis gennem større harmonisering af forbrugerlovgivningen, øget brug af standarder i varelovgivningen eller gennem løsninger, der letter virksomheders logistikudfordringer i forbindelse med e-handel.



Medlemmer af vækstteamet for handel og logistik

Michael Løve (formand), Netto International
Anne Kathrine Steenbjerge, ANCOTRANS - Anders Nielsen og Co
Annette Estø, Fleye ApS
Jens Bjørn Andersen, DSV
John Amund Tønnes, Lagkagehuset A/S Danmark
Lisbeth Dalgaard Svanholm, Meny v. Købmand Dalgaard
Martin Christian Hansen, Mover
Martin Danielsen, Schou-Danielsen Logistik A/S
Mette Maix, Flying Tiger Copenhagen
Mikkel Hippe Brun, Tradeshift
Stefan Plenge, Nemlig.com
Thomas Pedersen, Winefamily

November 2018

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf. : +45 33 92 33 50
E-mail: em@em.dk

ISBN 978-87-786-2367-6

Design: e-Types
Foto: Andrew Kambel
Tryk: Rosendahls

Publikationen kan hentes på
www.em.dk

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf. : +45 33 92 33 50