



Den 14. april 2008

AC's erhvervspolitiske platform

Mål:

Målet for AC's erhvervspolitik er at sikre de bedste rammebetingelser for dansk erhvervsliv i en stadig intensiveret global konkurrencesituation. Den primære målgruppe for erhvervspolitikken er private vidensbaserede virksomheder. Men en dynamisk privat sektor forudsætter en velfungerende, samarbejdende og understøttende offentlig sektor på alle områder.

Baggrund:

Flere og flere dele af dansk erhvervsliv bliver udsat for international konkurrence og bliver nødt til at konkurrere globalt. Udenlandske servicevirksomheder og butikskæder rykker ind i Danmark samtidig med, at de danske virksomheder i stigende grad rykker ud. EU og WTO definerer i stigende grad rammevilkårene for det danske erhvervsliv. Senest har Servicedirektivet fra EU rykket grænserne for, hvad der er hjemmemarked, og hvad der er verdensmarked. Derfor er det ikke længere kun fremstillingsindustrien, der skal agere globalt, men stort set alle dele af erhvervslivet.

Den stigende konkurrence udefra betyder, at vi i Danmark til stadighed må gøre os unikke og satse på at udvikle og udnytte de komparative fordele, som vi hidtil har haft. Flere internationale rapporter peger på, at en velkvalificeret arbejdsstyrke, et fleksibelt arbejdsmarked, en stærk offentlig sektor, mindre og mere omstillingsparate virksomheder, en høj etisk og miljømæssig profil og et højt innovationsniveau er med til at gøre Danmark til et af verdens mest konkurrencedygtige lande.

Vi bliver dog udfordret på alle parametre. I dette papir vil vi tage fat på diskussionen af, hvad der kan gøres. De centrale udfordringer handler om: at der er udsigt til en betydelig mangel på arbejdskraft i de kommende år; mange lande har indhentet vores uddannelsesmæssige forspring; fleksibiliteten på arbejdsmarkedet undermineres af konkurrencebegrænsende klausuler og en utilstrækkelig arbejdsmarkedspolitik; der er en lav videnintensitet i mange danske virksomheder; kravene om at være innovative bliver hele tiden skærpet; bæredygtighed spiller en stadig større rolle for forbrugerne; og endelig skal vi i højere grad have aktiveret den kapital, som den megen viden i den offentlige sektor udgør.

Erhvervslivets internationale konkurrenceevne er en forudsætning for, at vi kan opretholde vores høje levestandard i Danmark, herunder et højt lønniveau, høj arbejdslivskvalitet og spændende karrieremuligheder samt et velfungerende velfærdssamfund. Det er også i akademikernes interesse at sikre dette.

Centrale udfordringer:

1. Tilgangen af arbejdskraft

Vi har længe vidst, at de små årgange vil komme til at præge arbejdsmarkedet i de kommende mange år. Det vil betyde en generel mangel på arbejdskraft, hvilket allerede er tydeligt på mange områder. Hertil kommer, at alle prognoser tyder på en specifik mangel på akademisk arbejdskraft. Problemet aktualiseres yderligere af, at Danmark ikke flytter sig, når det gælder andelen af en ungdomsårgang, som påbegynder en videregående uddannelse. Det er en bombe under det videnssamfund, som ellers skulle være til Danmarks fordel. Udfordringen med at skaffe veluddannet arbejdskraft vil gælde for såvel offentlige som private arbejdspladser og fra faglærte til ph.d.'ere. Det er derfor nødvendigt med en bred oprustning, der kan sikre tilgangen af arbejdskraft.

Der er særligt to grunde til import af arbejdskraft. Det ene er et stadig behov for specialister til at sikre danske virksomheders konkurrenceevne. De danske uddannelsesinstitutioner kan ikke dække alle specialeområder. Den anden grund er en generel mangel på mange typer af akademisk arbejdskraft.

Derfor er der behov for, at Danmark indfører et Green Card, der kan konkurrere med tilsvarende ordninger i andre lande. I den forbindelse er det nødvendigt at erkende, at Danmark ikke i dag er et "brand" der sælger på verdensmarkedet, og derfor er det samtidig nødvendigt at gennemføre både generelle og mere målrettede branding-kampagner.

Desuden er der behov for at afbureaukratisere jobkort- og Green Card-ordningerne og oprette et veludviklet modtageapparat, der kan tage imod udenlandske vidensarbejdere og evt. medfølgende familiemedlemmer. Grundlæggende er der behov for, at udenlandske vidensarbejdere skal føle sig værdsatte, når de kommer til Danmark.

Udviklingen af erhvervslivet i Danmark er afhængig af en stadig tilgang af kompetent arbejdskraft, ellers vil virksomhederne i kraft af globaliseringen placere sig andre steder.

- Det er nødvendigt, at regeringen sætter handling og ressourcer bag målene om befolkningens uddannelsesløft
- AC skal arbejde for et udvidet dansk Green Card
- Der skal etableres målrettede rekrutterings- og brandingkampagner for at tiltrække højtuddannet arbejdskraft til Danmark.
- Der skal etableres en national strategi for at bringe danske vidensarbejdere ud i verden, hvor de kan erhverve sig internationale kompetencer og erfaringer – og ikke mindst skal strategien indtænke at bringe dem hjem igen.

2. Uddannelse, relevans og kreativitet

I virksomhederne er det længe accepteret, at det at drive fx et bryggeri ikke bare handler om udviklingen af en ny øl, men i lige så høj grad drejer sig om markedsføring, distribution, logistik, branding osv.

Tilsvarende er der behov for, at mulighederne for tværgående samarbejder mellem videnskaber og uddannelser styrkes betragteligt. Trods mange udmærkede reformer foregår der desværre fortsat "silo-tænkning", hvor på den ene side uddannel-

serne og på den anden side forskningen og formidlingen holdes for skarpt adskilt fra hinanden. Der er behov for mere tværgående uddannelses tiltag med fokus på innovation og nytænkning. Der skal etableres mekanismer, der tilskynder til tværgående samarbejder mellem uddannelser og mellem videnskabelige discipliner, blandt andet ved at give mulighed for at studerende sideløbende med deres ordinære uddannelsesforløb kan følge særlige erhvervsrettede "add on" forløb. Ved at arbejde mere tværgående vil de forskellige videnskaber i langt højere grad kunne bidrage til innovation og udvikling af overraskende produkter og services.

Det videregående uddannelsessystem har især i de senere år undergået forandringer; senest med ændringen af de universitære institutioner. Men man kan ikke fusionere sig til verdensklasse. Det vil være afgørende for Danmarks internationale konkurrenceevne og generelle levestandard, at universiteterne i langt højere grad får grundlag for og incitament til at tage et endnu mere aktivt ansvar for det, man lidt populært kunne kalde for nationens innovationskraft og skabertrang. Der er brug for mennesker, der tør, kan og vil tænke i nye baner og muligheder. Universiteterne bør ved siden af de klassiske universitetsopgaver få en mere eksplicit defineret rolle som intelligent legeplads og værksted for disse mennesker, som på egen hånd eller i samarbejde med andre arbejder med innovative ideer.

Det er ikke givet, at de danske universitetsuddannelser alene og i tilstrækkelig grad ruste kandidaterne - og dermed virksomhederne - til at tackle de udfordringer, som opstår i kølvandet af globaliseringen. Fremtidens arbejdsmarked stiller krav til såvel faglige, personlige, sociale og interkulturelle kompetencer hos den enkelte videnmedarbejder. Universitetsuddannelserne skal derfor geares til - ud over den afgørende faglighed - også at bibringe de studerende den øvrige vifte af kompetencer.

Danske universiteter er relativt ukendte i global sammenhæng, og dette kan føre til, at viden- og servicevirksomheder med danske ansatte og ledere, der søger at vinde opgaver i internationale udbud, bliver stillet ringere. Her er vurdering og sammenligning af cv'er et væsentligt konkurrenceparameter, hvor den internationale anerkendelse af medarbejdernes uddannelsesinstitutioner vejer tungt. Hertil kommer, at det ikke stiller danske kandidater og forskere i en tilstrækkelig gunstig situation, når de søger stillinger i globale koncerner eller på udenlandske universiteter. Derfor skal Danmark også brandes meget tydeligere som uddannelsesland - herunder skal der gøres en særlig indsats for at gøre de danske universiteter internationalt kendte og anerkendte. Et stærkt internationalt brand på dette område vil være en vigtig håndsrækning for danske virksomheder, som f.eks. i konkurrencen under store internationale udbud.

Danske virksomheder er ikke bedre end de medarbejdere, som de kan ansætte - derfor skal uddannelsesniveaue t i befolkningen hæves, og kvaliteten af uddannelserne skal være internationalt konkurrencedygtige.

- AC vil arbejde for at udvikle mekanismer, der til stadighed kan sikre det rette match mellem omfanget af de udbudte uddannelses- og erhvervs muligheder. Der skal udvikles og understøttes mekanismer til at sikre dialog mellem institutioner og erhverv, så uddannelsesudbydere følger dynamikken i den globale udvikling og de heraf afledte kompetencekrav. Aftagerpaneler er én vej at gå, men der er behov for mere systematisk at udvikle en incitamentsstruktur, som belønner samarbejde med erhvervslivet - det gælder både offentlige og private virksomheder. Samarbejdet må altid respektere universiteternes og forskernes forskningsmæssige frihed og integritet.

- Der skal etableres mekanismer, der tilskynder til tværgående samarbejder mellem uddannelser og videnskabelige discipliner til gavn for innovation og nytænkning.
- Virksomhederne bør tilskyndes til at hjælpe sig selv ved at bidrage aktivt til at øge erhvervsrelevansen af uddannelserne. Det kan ske ved at virksomhederne skaber gode vilkår for, at ansatte fungerer som eksterne lektorer, ved at bidrage til universiteternes undervisning med relevant case-materiale, ved at tilbyde de studerende relevante studiejobs og praktikmuligheder samt ved at indgå i direkte samarbejde i forbindelse med specialeopgaver.
- Universiteternes forskning måles til stadighed på en international skala. Imidlertid er der generelt et behov for et stærkere internationalt perspektiv på uddannelserne og sikring af internationale brands. Der kan ske fx gennem etablering af alliancer og joint degrees mellem danske og internationale universiteter. I forbindelse med etableringen af det danske akkrediteringssystem skal det sikres, at akkrediteringskriterierne i videst muligt omfang lever op til de etablerede internationale standarder på de enkelte områder.
- Der skal være en fortsat udvikling af arbejdskraften (også den højtuddannede) gennem en efteruddannelse, der kobler den nyeste teoretiske og praktiske viden og sætter denne i et globalt perspektiv. Fleksible, modulopdelte masteruddannelser, som kan færdiggøres på op til fx en 6-årig periode, vil gøre det muligt for flere akademikere at benytte universiteternes efteruddannelsesstilbud.

3. Mobilitet blandt vidensarbejdere

Et dynamisk arbejdsmarked med mobilitet mellem forskningsinstitutioner og virksomheder, mellem virksomhederne og den offentlige sektor i øvrigt samt mellem virksomhederne internt skaber vidensoverførsel mellem aktørerne i erhvervslivet. Det understøtter også, at den bedst kvalificerede arbejdskraft til stadighed søger mod vækstområderne i erhvervslivet. En dansk arbejdsmarkedsmodel, som understøtter mulighederne for mobilitet blandt medarbejdere og virksomheder, er en afgørende styrke for dansk erhvervsliv, og bidrager til udvikling af de danske erhvervsklynger.

Virksomhedernes kortsigtede egeninteresse i og mulighed for at fastholde kerne medarbejderne gennem bindinger bør begrænses, og virksomhederne skal i stedet have incitamenter til at bruge personalepolitik og aktivt medejerskab som midler til at fastholde medarbejderne.

Danske erhvervsklynger er afhængige af vidensoverførsel gennem udveksling af medarbejdere.

- Brugen af konkurrencebegrænsende klausuler på det danske arbejdsmarked skal begrænses mest muligt.
- Der skal sikres et forbud mod jobkarteller, hvor virksomheder indgår aftaler med leverandører og samarbejdspartnere om ikke at ansætte hinandens medarbejdere – uden at medarbejderne har mulighed for at protestere eller at blive kompenseret for dette indgreb i deres mulighed for at skifte job.
- Mobiliteten mellem den offentlige og private sektor skal udbygges og stimuleres.
- Virksomhederne skal motiveres til at udnytte de muligheder, der eksisterer for at tiltrække og fastholde kernemedarbejdere gennem positive incitamenter

som reelt eller de facto medejerskab, særlige bonusordninger mv. uden samtidigt at opsætte urimelige exit barrierer for den enkelte.

- Da optioner er en del af lønnen, bør der være en fair mulighed for, at man kan fratræde og stadig bibeholde de optioner og rettigheder, som man har fået stillet i udsigt. Derfor bør aktieoptionsloven fra 2004, der netop betyder, at medarbejdere mister deres aktieoptioner, hvis de selv siger op, ændres.

4. Lav videnintensitet i mange danske virksomheder

Danske virksomheder er i international sammenhæng ganske små, og har særligt i de mindre virksomheder ingen stærk tradition for at ansætte akademikere. Vi ved, at hvis danske produkter og services fortsat skal klare sig godt på det globale marked, så forudsætter det et højere vidensindhold. Akademikere – qua deres uddannelsesmæssige baggrund - er særligt egnede til at kunne levere denne dimension.

En særlig stor udfordring er derfor fortsat at få "solgt" akademikerne til SMV'erne. Her har nye tiltag i gråzonen mellem erhvervs- og arbejdsmarkedspolitik som Akademikerkampagnen og Videnpilotordningen vist sig meget succesfulde, men det skal suppleres af andre konkrete tiltag. Ansættelse af akademikere er også forudsætningen for, at virksomhederne har mulighed for at benytte sig af universiteternes forskning - og dermed af den store investering i forskning, som vil ske i de kommende år, også kommer SMV'erne til gode.

Der er selvfølgelig store branchemæssige forskelle på, hvor udbredte akademikere er i SMV'erne. Rådgiverbranchen er et godt eksempel på et højt vidensindhold. Mindre produktions-, service og håndværksvirksomheder er derimod alle eksempler på SMV'er, hvor udbredelsen af akademikere er beskedent.

De mindre virksomheder bliver oftest taberne, når der ikke er tilstrækkeligt højtuddannet arbejdskraft på arbejdsmarkedet. De fleste højtuddannede foretrækker at arbejde i større virksomheder, hvor der oftest er flere faglige udfordringer og mere attraktive karrieremuligheder. Det stiller erhvervspolitikken over for en stor udfordring: Hvordan kan det sikres, at de mindre virksomheder får tilført den viden, som de har brug for? Her kan videninstitutionerne som universiteter, ingeniørhøjskoler, de regionale væksthuse og GTS-institutter spille en vigtig rolle som formidler af viden og som delt vidensressource.

Danske virksomheder - store som små - skal konkurrere på viden, men de har for flertallets vedkommende et ikke systematisk og målrettet samarbejde med de universiteter og andre vidensorganisationer, som burde være deres videnleverandør.

Der skal sættes på:

- at udvikle erhvervmæssige nichestrategier i tæt samspil med forskningsinstitutioner og statslige programmer (som det fx er set i vindmølleindustrien),
- at mindre virksomheder tilskyndes til i højere grad at bruge videninstitutioner, fx gennem rabatordningen for mindre virksomheders køb af viden på videninstitutioner,
- at universiteter og professionshøjskoler, herunder ingeniørhøjskolerne, skal have en særskilt bevilling til at fremme vidensoverførelsen til erhvervslivet. Institutionerne forpligtes gennem udviklingskontrakter, der matcher bevillingen,

- at udvikle særlige (efter-)uddannelses tilbud rettet mod akademikere i SMV'er (disse jobs er typisk bredere end man ser i større virksomheder og organisationer, hvor specialiseringen er meget mere udbredt).

5. Innovationskraft og iværksætteri

Antallet af nye produkter på verdensmarkedet er de seneste 15 år vokset dobbelt så hurtigt som Bruttonationalproduktet (ifølge tal fra OECD). Det vil sige, at virksomhederne skal regne med at få halv så stor omsætning på de enkelte produkter – samt at virksomhederne skal udvikle dobbelt så mange nye produkter som tidligere for at holde omsætningen.

Det mindre indtjeningsvindue på det enkelte produkt stiller større krav end tidligere til virksomhederne om at optimere processerne og ramme præcist i første omgang, når de udvikler nye produkter og services. Det sidste kræver ikke mindst større viden om markedet og kunderne. Her har danske virksomheder med deres flade struktur og tradition for samarbejde med kunderne hidtil haft en fordel. I dag er vores konkurrentlandene ved at indhente os gennem systematisk arbejde med bruger-dreven innovation. På samme måde som inddragelse af universiteter og andre videnscentre, skal vi i Danmark også blive bedre til at inddrage brugersiden.

Ud over innovationen i de eksisterende virksomheder skal fornyelse og vækst i dansk erhvervsliv komme SMV'erne og nye virksomheder til gode, som vokser og skaber beskæftigelse. Disko-undersøgelserne fra Aalborg universitet viser, at de virksomheder, som ansætter en højtuddannet, udvikler dobbelt så mange nye produkter og services som de virksomheder, som ikke ansætter en højtuddannet.

Virksomheder, der skal kunne vokse og udvikle sig med base i Danmark, må nødvendigvis have et højt vidensindhold i produkter og services. Ellers vil de ikke på sigt kunne klare sig med afsæt i det høje danske omkostningsniveau.

Derfor er det også væsentligt, at den aktive del af erhvervspolitikken primært retter sig mod den globalt konkurrenceudsatte del af dansk erhvervsliv, uanset om det drejer sig om industri- eller servicesektoren.

Den offentlige iværksætterrådgivning er i disse år under omlægning. Rådgivningen for vækstiværksættere samles i de fem regionale væksthuse. Her er der i høj grad fokus på de finansielle aspekter, markedsanalyser, eksport og patent- og varemærkespørgsmål. Parallelt hermed tilbyder GTS-systemet og innovationsmiljøerne rådgivning og støtte med et teknologisk afsæt. Det er nødvendigt at disse forskellige tilgange koordineres og samtænkes i videst muligt omfang, dels for at lette videnssøgningen for iværksætterne og dels for at områderne til stadighed kan berige hinanden. Samtidig skal GTS-systemet, der i dag i høj grad er målrettet innovation i fysiske produkter, suppleres og udvikles så det i højere grad er gearret til at understøtte innovation i servicebranchen.

Der er behov for at udvikle og indtænke rådgivningen af de såkaldte vidensiværksættere.

I takt med at flere og flere iværksættere giver sig i kast med denne sektor, opstår også nye rådgivningsbehov, og det bliver nødvendigt for iværksætterrådgivere at have en grundlæggende forståelse af videns- og servicesamfundet. Det står i dag ikke klart, hvor man går hen, hvis man har styr på, hvordan man lægger en forretningsplan, hvis moms- og skatteregler ikke volder vanskeligheder, men udfordringerne i stedet handler om at videreudvikle sit intellektuelle produkt, så det kan

markedsføres, afsættes og supporteres fra en virksomhed, der fra starten er "born global".

AC vil også på det regionale plan intensivere sit arbejde med disse målsætninger.

Danske virksomheder skal ideelt set være 'uendeligt hurtige' til at udvikle nye produkter og services, fordi vi ikke kan og skal konkurrere på pris.

- AC vil arbejde for, at evnen til at se, forstå og udnytte forskellige fagligheder, deres vidensgrundlag og ekspertise (koblingskompetence) udbygges i uddannelserne. Fx hvordan ens fag kan ses og forstås i et markedsperspektiv. Samtidig bør erhvervslivet tilsvarende tilskyndes til at styrke denne evne. Fx gennem ansættelse af utraditionelle faggrupper inden for en sektor, der fx kan styrke kulturforståelsen omkring et givet produkt i forskellige internationale sammenhænge.
- Der skal være gode vilkår for alle former for iværksættere. Iværksætterpolitikken bør særligt rette sig mod de virksomheder, der har et ønske om og en mulighed for vækst. Man kunne overveje at tilbyde iværksættere skattefordele i opstartsfasen?
- Proof of Concept ordningen skal videreudvikles så de bedste forretningsideer blandt forskere og ph.d'ere får en realistisk mulighed for kommerciel videreudvikling
- Danmark skal etablere en strategi for og kultur omkring udvikling af sine ledelseskompetencer. Evnen til at organisere de menneskelige ressourcer så det fremmer innovativ tænkning er afgørende i den globale konkurrence.

6. Bæredygtig udvikling

Den danske erhvervs politik skal medvirke til at fremme en bæredygtig udvikling såvel miljømæssigt, socialt og økonomisk. Miljømæssig bæredygtighed er gennem de seneste år blevet et stadigt væsentligere konkurrenceparameter. Tilsvarende må der forventes et stadigt større fokus på virksomhedernes sociale profil og deres evne til at understøtte en balanceret social udvikling (CSR). Danske virksomheder har allerede en god position på disse felter, der skal fastholdes og styrkes.

Høje danske standarder og politiske krav har været med til at fremme efterspørgslen efter bæredygtige løsninger i Danmark. Det skyldes ikke mindst, at vi har haft en stærk dansk forbrugerbevægelse, der har siddet med ved bordet, når nye standarder og krav skulle defineres. Industrien har ikke som i mange andre lande fået råderum til at dyrke egne kortsigtede behov, men er blevet tvunget til at forholde sig mere til langsigtede løsninger. Denne model høster vi alle af i dag, og AC vil derfor arbejde for, at Danmark også fremover satser på bæredygtige strategier, der kan føre til udvikling af nye systemer og teknologier med kommercielle muligheder på verdensmarkedet.

Varer og tjenesteydelser sælges i stadig mindre grad alene på deres funktionelle og miljømæssige kvaliteter. Historien bag er i stigende omfang med til at få forbrugeren til at vælge. Denne tendens er særlig tydelig for de dyrere produkter og services (up-market), som Danmark overvejende lever af. I historien om disse produkter spiller den sociale bæredygtig en vigtig rolle. Danske virksomheder har over en bred kam fordel af, at Danmark ude i verden er kendt som et socialt bæredygtigt samfund med udbredt økonomisk lighed. Det er en vigtig del af brandet Danmark.

Samtidig er social bæredygtighed vigtigt i forhold til at skaffe virksomhederne de medarbejdere, de har brug for i de kommende år.

”Made in Denmark” er i mange lande et kvalitetstempel, der sikrer forbrugeren, at varen lever op til deres krav om miljømæssig og social bæredygtighed. Dette brand skal fastholdes og udbygges yderligere.

- Danmark bør stadig gå forrest i at definere miljømæssige krav til de processer og produkter, der gælder for det danske marked. Alle interesser skal være med ved bordet, når kravene til produkter på det danske marked defineres. Vi får dermed en fordel gennem ”Institutionel innovation”.
- Bæredygtige processer og produkter skal mærkes over for forbrugerne.
- Danmark skal være nummer et i verden for så vidt angår kontrolleret brug af råvarer og arbejdskraft.
- Danske serviceydelser skal brandes, så man i verden ved, at hvis man hyrer en dansk virksomhed til at levere service, så får man ydelser af højest mulig kvalitet.

7. Offentligt - privat samspil

Det offentlige forbrug i Danmark udgør 23 % af BNP mod gennemsnitligt 17 % af BNP i EU. Det skal ses i lyset af, at udgifterne til sundhed, uddannelse og børnepasning i langt højere grad er skattefinansieret i Danmark. Det relativt høje offentlige forbrug i Danmark øger imidlertid behovet for, at den offentlige sektor arbejder systematisk med innovation.

Det er vigtigt for det danske erhvervsliv – herunder ikke mindst den vidensbaserede del af dansk erhvervsliv, at det offentlige forbrug genererer innovation og nytænkning. Desværre er der en tendens til, at det offentlige forbrug halter langt efter det private forbrug, når det gælder om at skabe nytænkning og innovation. Således er der forholdsvis langt færre virksomheder, der nævner det offentlige forbrug som kilde til innovation end det offentliges del af BNP skulle tilsi-ge. (DISKO-undersøgelserne, AAU).

En væsentlig forklaring på dette er den offentlige indkøbspolitik, hvor der fokuseres mere på pris end på nytænkning og sammenhængskraft. En undersøgelse fra EU-kommissionen viser, at det ikke behøver at være sådan. I andre lande genererer det offentlige forbrug større udviklingsaktivitet end i Danmark. En væsentlig forklaring herpå ligger i fraværet af projektkonkurrencer, der efterspørger nye samlede løsninger. I Danmark satser man i for høj grad på alene at købe snævert definerede enkelttydelser gennem udbud. En indkøbspolitik, der alene fokuserer på pris, favoriserer i alt for høj grad de større virksomheder og gør det svært for iværksættere og mindre virksomheder at komme ind på markedet.

Udover den direkte indkøbspolitik, kan ”det offentlige” også via f.eks. udformning af standarder, krav og udviklingsprogrammer medvirke til at skabe internationalt konkurrencedygtige erhvervsklynger. Bl.a. har Danmark i dag nogle stærke internationale positioner i forhold til miljø- og energibesparende teknologier, fordi man politisk har søgt at fremme f.eks. fjernvarme og el fra vindmøller. AC vil arbejde for at denne type offentlig-privat samspil fremmes – både med henblik på løsning af samfundsmæssige udfordringer og med henblik på erhvervsmæssige styrkepositioner.

Danske virksomheder behøver krævende kunder for at udvikle nye services og produkter, og dette bruges proaktivt som energikilde i innovationsindsatsen. Tilsvarende har den offentlige sektor behov for at være mere innovativt orienteret for derigennem at kunne sikre udvikling af og levering af bedre borgerservices.

- Det offentlige bør i højere grad fokusere på den samlede løsning ved udbud, og ikke kun fokusere på prisen.
- Det offentlige bør afsætte minimum 5% af det offentlige indkøb til nytænkning og innovation. Heraf bør en del bruges til projektkonkurrencer, hvor der efterspørges nye løsninger – og hvor mindre virksomheder får en fair mulighed for at være med.
- Der skal være mindre detailregulering i det offentlige. Den offentlige service skal i højere grad måles på outputtet.
- Det offentlige skal snarere belønne ledere og medarbejdere for nytænkning end straffe fejl – under fornøden hensyntagen til retssikkerheden.