

Dansk succes i Tjekkiet – stort potentiale i Central- og Østeuropa

Af Incilay Akdogan, Den danske ambassade i Tjekkiet og Slovakiet.

I Central- og Østeuroparegionen (CEE- regionen) var ældrepleje længe en særdeles underudviklet sektor, da mange håndterede plejen af den ældre del af befolkningen i den nærværende familie/den uformelle sektor. Der kan dog konstateres en vækst i branchen, da regionen står overfor problemstillingen med en voksende aldrende befolkning og da de kvindelige familiemedlemmer også oftere er i arbejde, er der ikke samme adgang til ikke-institutionaliserede ældreplejeløsninger.

Andelen af befolkningen i Tjekkiet, som er over 65 år, er henholdsvis 18% (i 2019) og andelen ventes kun at vokse sig større, da man forventer at den vil udgøre henholdsvis 30% i 2050. Efterspørgslen på solide løsninger er derfor imødeset og da CEE-regionen samtidig kan se frem imod en række offentlige investeringer og finansiering igennem EU's genopretningsfond, er der et stort potentiale for virksomheder der beskæftiger sig inden for ældreplejeområdet.

Danske virksomheder står især stærk på markedet i den førnævnte region. Dette skyldes, at Danmark er verdensførende i at levere løsninger, inden for både teknologisk innovation og ældreplejeprodukter. Danske virksomheder har derfor et godt brand i regionen og der er en oplagt mulighed for at udvide eksporten af produkter til ældreplejen.

Danske virksomheder har med hjælp fra the Trade Council haft succes på det tjekkiske marked. Flere danske virksomheder, som udbyder produkter til ældreplejesektoren, ser stort potentiale på det tjekkiske marked, og har allerede fået solgt danske produkter.

Vi har stillet flere danske virksomheder inden for ældreplejesektoren nogle spørgsmål vedrørende deres erfaringer på det tjekkiske marked.

Tror I at det tjekkiske marked er klar til danske produkter i ældreplejesektoren? Hvad er jeres erfaring? Har I fundet Trade Council's hjælp nyttig?

Wellness Nordic tror på, at det tjekkiske marked er klar til danske produkter, især er den private sektor klar. De fandt især Trade Council's hjælp med delegationsbesøg til flere plejefaciliteter, samt en produktdemonstration særledes nyttig.

MusiCure in Healthcare udtaler, at deres erfaringer er, at danske produkter inden for ældrepleje er både af høj kvalitet og universelle inden for dette område generelt. Dermed, mener de bestemt, at der er et oplagt marked for dem i Tjekkiet. Specifikt i MusiCures tilfælde, hvor de arbejder med stimulerende produkter med et kunstnerisk præg, er der for dem ingen tvivl om, at et samfund som det tjekkiske, hvor kulturen har dybe rødder, må anses som oplagt.

MusiCure udtaler, at de kun har positive erfaringer fra den tjekkiske delegation, og at der har været stor interesse for deres indhold. Derudover, udtaler MusiCure, at deres interface med det tjekkiske marked og de interne mekanismer er begrænset, men at de ser frem til at lære markedet bedre at kende.

Guldmann A/S ser bestemt, at det tjekkiske marked er klar til danske produkter inden for ældreplejen. Guldmann A/S har været aktive i Tjekkiet i mere end 20 år. De fandt Trade Council's hjælp til delegationsbesøget i Danmark godt planlagt og veludført.

Har I haft succes med at sælge på det tjekkiske marked? Eller har du succes med andre aktiviteter på det tjekkiske marked?

Wellness Nordic udtaler, at de før delegationsbesøget havde mindre salg. Efter delegationsbesøget har de sat adskillige produkter på prøve, og vil yderligere sætte flere produkter på prøve i løbet af foråret. Wellness Nordic udtaler, at delegationsbesøget har styrket deres forhold til deres distributør, og de nu har udarbejdet et fælles projekt for at udvide salget, hvilket de helt sikkert forventer at se en effekt af.

MusiCure in Healthcare udtaler, at der er vist stor interesse i deres produkter fra den tjekkiske delegation. De forventer med tiden at lære det tjekkiske marked bedre at kende.

Guldmann A/S udtaler, at deres aktivitetsniveau og salgsvolumen har været stabil de sidste 10 år, men de udtrykker, at det kunne være mere.

Har I råd/anbefalinger til danske virksomheder, som gerne vil ind på det tjekkiske marked?

Wellness Nordic udtaler, at dette afhænger af produkt og målgruppe. Men en klar anbefaling vil være at finde en lokal distributør, som kan håndtere sprog, lokale kutymmer, service osv.

Guldmann A/S anbefaling er simpel, de mener, at man skal give det tjekkiske marked en chance.