

Udlandserfaring skaber merværdi til Danmark når det organiseres rigtigt

Leder øget rejseaktivitet til højere samfundsøkonomisk produktivitet? Svaret er JA ifølge et økonomisk studie der udkom i februar i år, og det er en interessant konklusion set i forhold til hvad danskere med international erfaring kan tilføre af merværdi til det danske samfund.

Ophavsmændene til studiet (se link til artiklen her) økonomiprofessor Carl -Johan Dalgaard og udviklingsøkonom Thomas Barnebeck Johansen satte sig for at se om rejseaktiviteten blandt alverdens nationer påvirker de enkelte landes BNP. Det er en kendt relation at international handel og overførsel af kapital er afgørende for difusion af teknologi og udveksling af viden, der igen skaber forøget produktivitet i samfundsøkonomien. De to danske økonomer ville dog gerne kaste rejseaktivitet, og dermed spredningen af personlige relationer på globalt plan ind i denne ligning for at se hvor meget face to face interaktion betyder for BNP niveauet. Koger man det ned er konklusionen på studiet at 1% stigning i rejseaktivitet medfører 0,2% forøgelse af BNP - bemærkelsesværdigt må man sige. Sammenligner man de mindst rejsende nationer med de mest rejsende nationer er forskellen i BNP forøgelse helt oppe på en faktor 2.

En organisation der vil skabe merværdi til Danmark ved at satse på danskeres internationale erfaring

Konklusionen er særdeles interessant for den danske business netværks-organisation DABGO, som i sidste uge afholdt deres årlige sommer-kom-sammen i København. DABGO (Danes Abroad Business Group Online) er et globalt business netværk med efterhånden 8.000 medlemmer drevet af medlemmer på pro bono basis, hvis formål er at "øge dansk eksport, dansk samhandel i udlandet, fremme danskernes internationale karrierer og skabe en infrastruktur til deling af viden og erfaring globalt". Netværket er opbygget på en græsrodsstrategi hvor det er medlemmerne som driver netværksaktiviteterne, hvor de f.eks. mødes til stambord én gang om måneden i alverdens storbyer.

En vigtig del af netværkets virke er i Danmark, hvor hjemvendte danskere, udstationerede og selvstændige, mødes for at netværke og diskutere den viden og erfaring de har høstet i udlandet. Således var 140 medlemmer med international erfaring mødt op til DABGOs sommer-kom-sammen i sidste uge. Som jeg har nævnt i tidligere artikler så ved dansk erhvervsliv godt at danskere med udlandserfaring kan være værdifulde medarbejdere, og DABGO oplever ofte at blive kontaktet af f.eks. diverse headhunter firmaer med henblik på personprofiler af denne støbning.

Forøg værdi-høsten ved at inddrage danskere mens de arbejder i udlandet og sidder inde en stor mængde aktuel viden og et værdifuldt lokalt netværk

Det er imidlertid også relevant at se på hvordan danskere bosat og arbejdende i udlandet kan inddrages til at skabe forøget vækst for Danmark. Man kan sige at dette segment er indirekte indeholdt i de to økonomer Dalgaard og Johansens rejseaktivitets-studie, men ikke desto mindre er det en vigtig gruppe at nævne, fordi de i lige så høj grad kan være med til at forøge landets produktivitet. I netværket DABGOs globale strategi handler det om "at vende brain drain til brain gain". Ofte er danskere mere værdifulde når de sidder ude i spændende poster, hvor de har en stor mængde aktuel viden samt adgang til værdifulde lokale netværk. Scenariet er en direkte genvej til ny viden, teknologi og kontakter for danske firmaer og iværksættere, og målet for strategien er at skabe en netværks-infrastruktur lokalt og globalt, der kan øge mulighederne for denne vidensdeling.

En sådan "dobbelt-strategi" hvor man aktiverer og organiserer den viden som danskere med udlandserfaring ligger inde med, ude som hjemme, kan for alvor være med til at genere forøget vækst i Danmark.

[Klik her for at åbne originalartiklen](#)

Titel	
Stednavne	DANMARK
Emneord	UDLANDSDANSKE
Personer	
Virksomheder	

Alt materiale i Infomedia er ophavsretligt beskyttet

Kunden må ikke sælge, videregive, distribuere, gengive eller mangfoldiggøre materiale fra Infomedia uden særlig og skriftlig aftale med Infomedia. Overført (downloadet) materiale skal slettes efter anvendelsen og må ikke indlægges i informationsgenfindingsystemer, som for eksempel elektroniske postsystemer, databaser, fælles netværk eller lignende.

Videreformidling

Kunden må foretage videreformidling (ved videreformidling forstås kopiering, distribution via elektronisk post, tilrådighedsstillelse i databaser, på netværk eller lignende) af modtagne overskrift- og indledningsformater inden for kundens egen virksomhed. Al anden

videreformidling af materiale fra Infomedia skal aftales skriftligt med Infomedia.