



## Gode råd

Oslo, 14/09.2017

### Forretningskultur

Succes på det norske marked afhænger i høj grad af markedsføringen. At det norske marked normalt opfattes som en slags ”udvidet hjemmemarked” bør ikke få dig til at slække på kravene til en professionel markedsføring.

### Forretningskultur i Norge

Det er altid vigtigt, at få opbygget et godt og solidt forhold til sine forretningsforbindelser. Det kan derfor anbefales, at besøge sine norske samarbejdspartnere inden selve forretningsprocessen, da nordmænd gerne vil have opbygget forholdet til den nye samarbejdspartner inden selve forhandlingen påbegyndes. Det er ikke realistisk, at etablere forretningsforbindelser fra den første dag. Der skal flere besøg til.

Planlægning og gennemførelse af forretningsrejser er normalt problemfri, men vær opmærksom på de relativt store afstande i Norge. Ved afrejse i bil, er det vigtigt at være opmærksom på vejr- og vejforholdene specielt i perioder med vinterføre og periodevis lukkede vejstrækninger især i bjergområder.

Norges indenrigsflynet betjenes af flere luftfartsselskaber.

### Afsætningskanaler

Det kan være en fordel at benytte sig af en norsk afsætningskanal, da en dansk afsætningskanal kan være bekostelig. Afsætningskanaler vælges på baggrund af produktets karakter og de norske salgsmønstre. Derudover kan det være en idé kun, at koncentrere sig om det sydlige Norge, hvor over 85 % af befolkningen bor.

For produkter til industrien vil afsætning gennem egne handelsrejsende, som hovedregel være en god løsning. Dog skal fremgangsmåden vurderes i hvert enkelt tilfælde eftersom ganske mange af de store industrier – f.eks. skibsværfter, fiskeforædlingsvirksomheder, metalindustrien – er geografisk spredt i tyndt befolkede områder.

For teknisk avancerede produkter til industrien eller varer til institutioner må det således ofte anbefales at vælge samarbejdspartner(e) med egen lager- og serviceorganisation. Ved afsætning af forbrugsvarer er man normalt bedst tjent med en agent.

### Egen salgsorganisation

Hvis du ønsker at bevare kontrollen med afsætningen, kan løsningen være at etablere egen salgsorganisation i Norge. Et datterselskab eller filial i Norge er en mulighed, som især vælges af mange mellemstore og større danske virksomheder. Etablerings- og driftsomkostninger opvejes i mange tilfælde af fordelene ved fuld styring af afsætningsarbejdet samt mulighederne for hurtig levering, service og opfølgning. Hertil kommer at salg gennem et lokalt datterselskab eller filial, som regel vil betyde, at firmaet og produkterne identificeres som norske.

### Tilbud

Tilbud afgives normalt i DKK eller NOK. Ved mindre faktureringer og specielt ved direkte leverancer til detailhandlere og forbrugere, vil fakturering i NOK være hensigtsmæssig.

### Levering, betaling og mellemhandel

Inden for brancher som tekstilvarer, møbler, maling og lak mv. kan det forekomme, at der mellem norske producenter i brancheforeningsregi er aftalt fælles retningslinjer for bl.a. leveringsbetingelser. I enkelte tilfælde kan det ligeledes forekomme, at storkunder fastlægger ufravigelige indkøbs- og betalingsbetingelser, som leverandørerne er tvunget til at acceptere.

### Kontortider, takt og tone

Kontortider er normalt fra kl. 9.00 til 16.00

**Forretningsmøder** foretrækkes afviklet mellem kl. 9.00 og 15.00 på nær fredage, hvor man ofte – specielt i sommerhalvåret – forlader kontoret først på eftermiddagen. Nordmænd er oftest aktive friluftsmennesker og drager til fjeld og vand, så snart lejligheden byder sig.

**Påklædning** blandt forretningsfolk er som hovedregel som i Danmark.

**Visitkort** anvendes i vidt omfang.

**Præsentationsmateriale** på dansk vil som regel være tilstrækkeligt i den indledende fase. Hvis der ikke findes brochurer på dansk, vil brochurer på svensk eller engelsk være det næstbedste. Tekniske brugsanvisninger og advarsler skal være på norsk.



### Sproglige forhold

Skriftlig og mundtlig kommunikation med norske forretningsforbindelser bør som hovedregel være på dansk frem for på engelsk. Også mærkning af varer mht. oprindelse, varedeklARATIONER mm. accepteres, med visse modifikationer, af de norske myndigheder på dansk. Salgsmateriale, som skal anvendes over for private forbrugere, må dog som regel anbefales udarbejdet på norsk. Det samme gælder brugsanvisninger.

Norsk har to officielle sprogversioner - bokmål og nynorsk. Bokmål var oprindeligt stort set identisk med dansk skriftsprog. Nynorsk er en sprognorm opbygget i det 19. århundrede af en blanding af vestnorske dialekter. Bokmål har de sidste tre-fire generationer tilnærmet sig talesproget i Oslo-området, og retskrivningen er gradvist tilpasset det talte sprog.

For danskere og nordmænd føles det mest naturligt at indbyrdes kommunikation sker på deres respektive sprog. For de fleste nordmænd og danskere vil der næppe være store vanskeligheder med at forstå hinanden i det talte sprog. Ved skriftlig kommunikation er problemet endnu mindre, og det kan anbefales at underbygge mundtlige fremstillinger med skriftligt præsentations- og støttemateriale.

For danskere kan dog især nynorsk være noget vanskeligere at forstå. Mange nordmænd kan til gengæld have problemer med at opfatte dansk mumlen og uklarhed. Man bør derfor bestræbe sig på at udtale ordene tydeligt og fuldt ud.

Derimod er det ikke velset, at man som dansker forsøger at tale svensk eller interskandinavisk med brug af svenske gloser.

Det kan være en god idé at mærke sig en række talord og vendinger, der kan give anledning til misforståelser, som for eksempel:

<b>Norsk</b>	<b>Dansk</b>
Flink	Dygtig
Fylke	Region, amt
Rar	Mærkelig
Snill	Venlig, rar, flink

<b>Norsk</b>	<b>Dansk</b>
Tjuesju*	27
Tretti	30
Åtti	80
Nitti	90

\*) I talesprog forekommer også ofte den omvendte orden, altså: sjuogtjue, sjuogførti, osv.