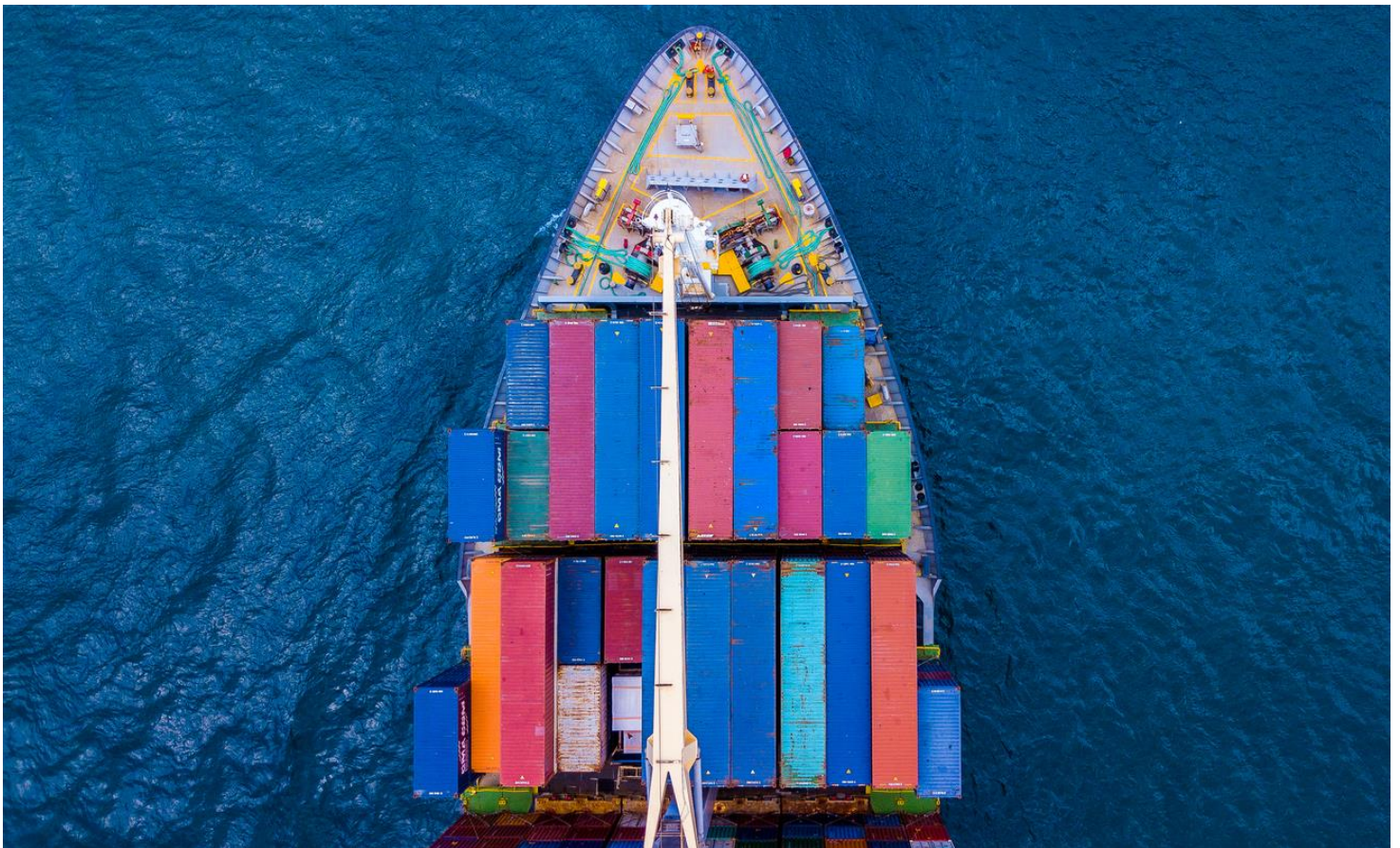


RAPPORT

NORSK-AMERIKANSKE HANDELSRELASJONER



MENON-PUBLIKASJON NR. 125/2022

Av Lotte Leming Rognsås, Sveinung Fjose og Jonas Erraia



Forord

På oppdrag for Generalkonsulatet i New York har Menon Economics gjennomført av en analyse av den norske eksporten til USA. I tillegg har vi analysert fire særlig viktige næringer, og vurdert omfanget av Norges finansielle interesser i USA.

Prosjektet har vært ledet av Jonas Erraia, med Lotte Leming Rognsås som prosjektmedarbeider. Sveinung Fjose har vært kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivningsselskap i skjæringspunktet mellom strategi, samfunnsøkonomi og næringsøkonomi. Vi tilbyr analyse- og rådgivningstjenester til bedrifter, organisasjoner, kommuner, fylker og departementer. Vårt hovedfokus ligger på empiriske analyser av økonomisk politikk, og våre medarbeidere har økonomisk kompetanse på et høyt vitenskapelig nivå.

Vi takker Generalkonsulatet for et spennende oppdrag. Vi takker også alle intervjuobjekter for gode innspill underveis i prosessen. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Oktober 2022

Jonas Erraia
Partner og prosjektleder
Menon Economics

Innhold

SAMMENDRAG	3
Eksporten til USA	3
Fire viktige eksportnæringer	4
Finansielle koblinger mellom USA og Norge	5
OVERBLIKK OVER DEN NORSKE EKSPORTEN TIL USA	6
Vareeksport	7
Sammenligning av vareeksporten med andre land	9
Tjenesteeksport	11
DYPDYKK I VIKTIGE EKSPORTNÆRINGER	14
Offshore leverandører og havvind	14
Sjømat	18
Helseindustri	20
Design	23
FINANSIELLE KOBLINGER MELLOM USA OG NORGE	26
SPUs amerikanske investeringer	26
REFERANSELISTE	28

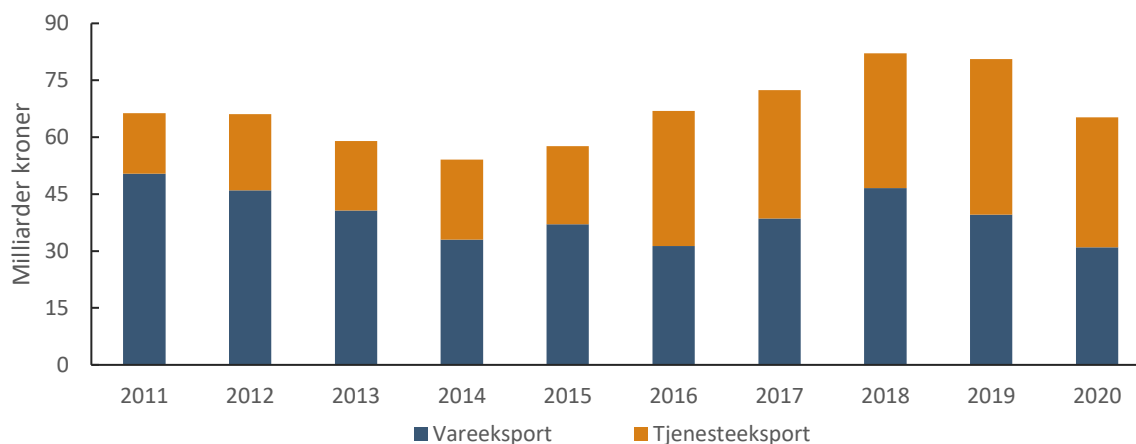
Sammendrag

I denne rapporten har Menon analysert den norske eksporten til USA. Vi ser på fordelingen mellom varer og tjenester, hvilke produktgrupper som er størst og hvilke som har vokst mest de siste årene. Videre dykker vi ned i fire viktige næringer som har betydelig vekstpotensial. Til sist analyserer vi de finansielle koblingene mellom Norge og USA, ikke minst gjennom Statens pensjonsfond utland. I dette kapittel gjennomgår vi de viktigste funnene i analysen.

Eksporten til USA

I 2020 eksporterte Norge varer og tjenester til USA for 65 milliarder kroner.¹ For vareeksporten er USA den nest største handelspartneren utenfor EU. For tjenesteeksporten er USA den største handelspartneren etterfulgt av Storbritannia og Tyskland. Den årlige utviklingen i vare- og tjenesteeksporten siden 2011 er illustrert i figuren under.

Utvikling i eksportverdi til USA fordelt på tjenesteeksport og vareeksport. 2011-2020. Kilde: SSB



Historisk har det vært **vareeksporten** som har dominert den norske eksporten til USA, men i 2020 var den på noenlunde samme nivå som tjenesteeksporten. Vareeksporten er i dag noe mindre enn den var for ti år siden, drevet av en nedgang i eksporten av petroleumsprodukter til USA. Vareeksporten utenom olje og gass derimot har vokst betydelig siden 2011. Dette har ikke minst vært drevet av sjømateksporten som i snitt har vokst med 16 prosent årlig. I 2021 var sjømateksporten på 7,6 milliarder kroner², noe som gjorde det til den største varekategori, etterfulgt av petroleumsprodukter (6,5 mrd. kroner), ferdigvarer og bearbejdede varer (4,9 mrd.), og metaller og mineraler (4,6 mrd.).

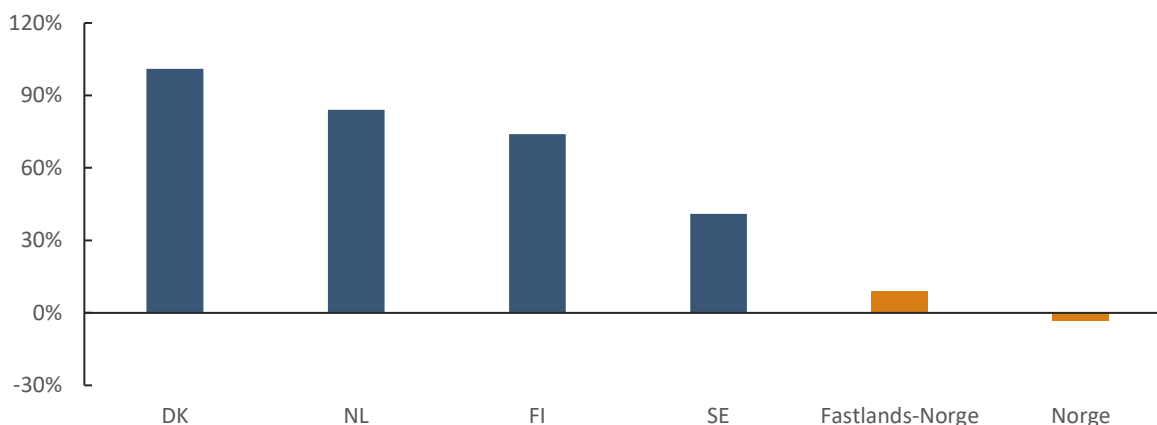
Innen **tjenesteeksporten** var USA i 2020 Norges viktigste handelspartner. I 2020 eksporterte Norge tjenester til USA verdt 34,3 milliarder kroner, noe som betyr at 12 prosent av den norske tjenesteeksporten gikk til USA. Den klart største delen av tjenesteeksporten til USA er utenriks sjøfart. Selv om tjenesteeksporten til USA er veldig høy, har den underliggende veksten vært lav de siste ti årene.

¹ Kilde: SSB. Siste tilgjengelige tall for tjenesteeksport for 2020.

² Fisk og sjømat er her definert i tråd med SSBs definisjon, som inkluderer alle fiskevarer som er registrert under kapittel 03 og posisjoner 16.04 og 16.05 i tolltariffen, uavhengig av anvendelse og grad av bearbejding. Tallet er noe lavere enn Sjømatrådets tall ettersom Sjømatrådet også inkluderer enkelte andre produkter.

USA er altså i dag en viktig handelspartner for Norge. Sammenligner vi med våre nabolands eksport til USA finner vi imidlertid at de både har like høy eller høyere eksport (per innbygger), samt en høyere vekst over de seneste ti årene. Dette ser vi fra figuren under, som viser veksten i vareeksporten til USA for Norge, Fastlands-Norge (Norge utenom olje og gass), samt fire sammenlignbare land.

Vekst i ulike lands vareeksport til USA (målt i USD). 2010-2021. Kilde: FRED, SSB, Norges Bank og Menon Economics



Fire viktige eksportnæringer

I rapporten har vi også sett nærmere på eksportutviklingen og -potensialet i fire næringer som vi vurderer som særlig viktige til det amerikanske markedet. Under følger noen hovedpunkter fra hver av de fire næringene.

Offshore leverandører og havvind

- USA er det andre største markedet for norske oljeserviceselskaper, som i 2020 omsatte for 15 milliarder kroner i det amerikanske markedet (Rystad Energy, 2021). Vi forventer at USA vil være et viktig marked også de neste årene. På lengre sikt – på den andre siden av 2035 – er det likevel forventet at petroleumsnæringen, og dermed også eksporten fra norske oljeserviceselskaper, vil falle.
- Samtidig forventes det fremover en stor utbygging av havvind i USA. Dette skaper muligheter for norske aktører både innen bunnfast og flytende havvind.
- Norske aktører besitter kompetanse fra maritim/offshore leverandørindustri som gjør dem til relevante aktører i forbindelse med utbygging av havvindparker. For å kapitalisere på kompetansen som norske aktører besitter er det viktig at norske leverandører er en del av kommersialiseringsprosessen for havvind i USA.

Sjømat

- USA er et av de viktigste eksportmarkedene for norsk sjømat, med en samlet eksport i 2021 på 7,6 milliarder kroner. Eksporten har vokst raskt de siste årene, særlig drevet av økt eksport av laks.
- For norsk sjømat ligger det et betydelig vekstpotensial i det amerikanske markedet. I tillegg til fortsatt økning av havbrukseksporten ser vi akkurat nå et særlig potensial for vekst i eksporten av krabber og andre skalldyr, blant annet som følge av at USA har stoppet importen av sjømat fra Russland.
- USA er blant de land som satser betydelig på landbasert oppdrett. Denne satsingen kan danne grunnlag for en betydelig vekst i eksporten fra norsk leverandørindustri til oppdrett. På kort sikt vil betydelig

etterspørselsoverskudd trolig bidra til at eksport av sjøbasert oppdrett vil holde seg og mulig stige, til tross for vekst i landbasert. På lengre sikt er det større usikkerhet av effekten på havbrukseksporten.

Helseindustri

- Både høy produktivitet, markedsstørrelse og vekstpotensial gjør USA til et svært attraktivt marked for den norske helseindustrien. I 2021 beløp eksporten fra norske aktører til USA seg til over 1 milliard kroner.
- Den norske helseindustrien er lite utviklet målt opp mot industrien i andre sammenliknbare land i Europa. Dersom Norge evner å utvikle industrien videre mener vi at det er et stort potensial for vekst i eksporten til USA og andre viktige markeder.

Design

- I 2021 ble det eksportert møbler og klær til USA for 781 millioner kroner. Eksportverdien er i vekst, men handelen er foreløpig begrenset både sett opp mot øvrig norsk vareeksport og sammenliknet med andre lands eksport innen kategorien.
- Selv om det de siste årene har vært et økende fokus på merkevarebygging, har Norge fremdeles har en svak posisjon sammenliknet med Sverige og Danmark. Norske aktører burde se til disse landene for lærdom av hvordan de har bygget opp svært sterke merkevarer på området.

Finansielle koblinger mellom USA og Norge

I tillegg til vare- og tjenestehandel forbindes to land også økonomisk gjennom en rekke ulike finansielle koblinger. Vi finner at Norge har betydelige porteføljeinvesteringer (aksjer og obligasjoner) og direkteinvesteringer (investeringer der den norske eier har eierskap på over 25 prosent) i USA. Samlet var disse investeringene på rundt 1 000 milliarder kroner i 2021.

I tillegg ser vi i analysen på omfanget av Oljefondets investeringer i USA. Samlet har fondet investeringer for over 5 000 milliarder kroner, noe som gjør USA til det største enkeltland for Oljefondet. I tillegg er fondets fire største investeringer (Apple, Microsoft, Alphabet og Amazon) amerikanske selskaper.

Det kan være vanskelig å danne seg et inntrykk av hvor store Oljefondets amerikanske investeringer faktisk er. For å visualisere det har vi beregnet hvor mange arbeidsplasser de amerikanske investeringene til SPU omfatter. Dette har vi gjort ved å kartlegge eierskapet til SPU i samtlige børsnoterte selskaper i USA, og sammenholdt det med antallet av ansatte i disse. Samlet dekker vår kartlegging 37 millioner arbeidsplasser i amerikanske selskaper. Derav er 26 millioner arbeidsplasser i USA, mens de resterende 13 millioner er utenlandske arbeidsplasser hos amerikanske selskaper. Det gjennomsnittlige eierskapet til SPU i disse selskapene er 0,82 prosent, og basert på eierskapsandelen for hvert enkelt selskap finner vi at SPUs investeringer omfatter over **300 000 arbeidsplasser hos amerikanske selskaper**. Ser vi bare på andelen arbeidsplasser i USA, estimerer vi at tallet er **215 000 arbeidsplasser**.

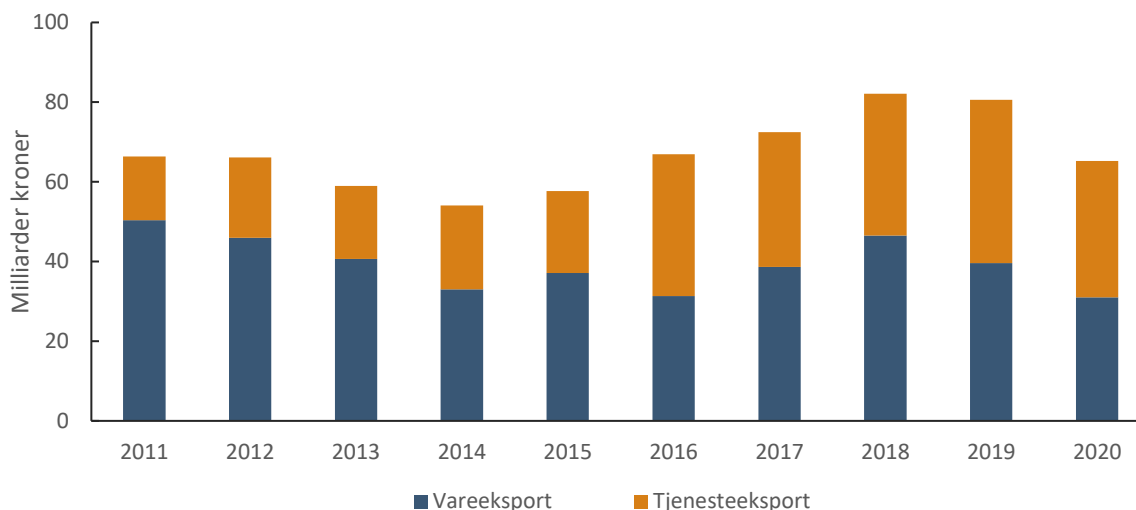
De selskaper Norge eier andeler i kjøper varer og tjenester fra andre bedrifter i USA, og legger gjennom dette grunnlaget for sysselsetting nedover i verdikjeden. Disse effektene kommer i tillegg til de effekter som er beskrevet over.

Overblikk over den norske eksporten til USA

I 2020 eksporterte Norge varer og tjenester til USA for 65 milliarder kroner.³ USA var vårt største marked for eksport av tjenester, og 12 prosent av tjenesteeksporten gikk til USA. For vareeksporten er USA den nest største handelspartneren utenfor EU, bare overgått av Kina.

Utviklingen i norsk eksport til USA har fluktuert de siste ti årene, som vist i figuren under.

Figur 1. Utvikling i eksportverdi til USA fordelt på tjenesteeksport og vareeksport. 2011-2020. Kilde: SSB



Som det går frem av figuren har tjenesteeksporten økt over perioden, mens vareeksporten har fluktuert betydelig. Vareeksport har gått fra å være dominert av eksport av råolje mot økt eksport av andre varer som eksempelvis sjømat. Den klart største kategorien innen tjenesteeksport er eksport av sjøtransport. I perioden har eksporten av reisetjenester, som innbefatter alle utgifter tilreisende amerikanere har i Norge, økt betydelig. Økningen i tjenesteeksporten var særlig stor i 2016 og er begrunnet i økt eksport av sjøtransport, men denne endringen skyldes trolig en regnskapsmessig justering og ikke en reell økning i den økonomiske samhandlingen mellom Norge og USA.

I de neste to delkapitlene vil vi gå i mer detalj om henholdsvis vare- og tjenesteeksporten.

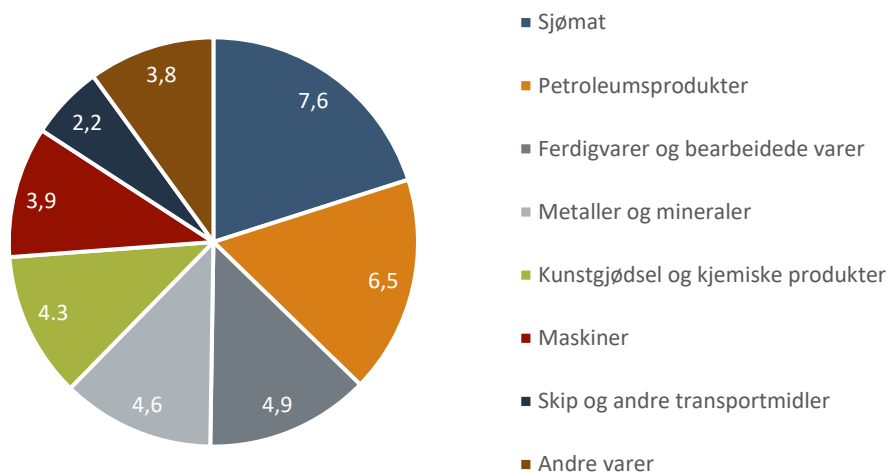
Vi gjør for ordens skyld oppmerksom på at en slik gjennomgang som fokuserer på vare- og tjenesteeksport ikke dekker alle former for økonomisk samhandling mellom Norge og USA. For eksempel inkluderes ikke norske bedrifters investeringer i aksjer og obligasjoner i amerikanske bedrifter («porteføljeinvesteringer») eller når norske bedrifter etablerer norske avdelinger i USA («direkteinvesteringer»). Også dette er økonomisk samhandling som skaper verdier i Norge og som bidrar til å styrke det økonomiske sambandet mellom Norge og USA.

³ Kilde: SSB. Siste tilgjengelige tall for tjenesteeksport er fra 2020. Finans- og forsikringstjenester er ekskludert fra statistikken over tjenesteeksport ettersom tallene anses som for usikre.

Vareeksport

I 2021 eksporterte Norge varer til USA for 37,4 milliarder kroner.⁴ Eksporten økte sammenliknet med koronaåret 2020, og var med det igjen på nivå med 2019. USA var i 2021 den nest største handelspartneren utenfor EU for eksport av varer. Når land i Europa inkluderes, var USA det niende største eksportmarkedet for norske varer. I figuren under viser vi hvordan eksporten i 2021 fordeler seg mellom ulike varekategorier.

Figur 2. Fordeling av vareeksporten i 2021 på ulike varegrupper etter eksportverdi. Milliarder kroner. Kilde: SSB



Målt etter eksportverdi var *sjømat* den største varekategorien med en samlet eksport på 7,6 milliarder kroner. Handelen med sjømat til USA har vokst raskt de siste årene, og i 2021 ble det satt ny bestenotering for sjømateksporten til USA. Sjømateksporten er diskutert i mer detalj i eget delkapittel.

*Petroleumsprodukter*⁵ var den andre største varegruppen med en eksportverdi på 6,5 milliarder kroner. Dette inkluderer eksport av råolje, naturgass og andre petroleumsprodukter. Eksporten av *Ferdigvarer og bearbejdede varer* beløp seg til 4,9 milliarder kroner. Av dette utgjorde handel med vitenskapelige og tekniske instrumenter 2,1 milliarder kroner. Basert på Menons tidligere analyser vurderer vi at dette domineres av instrumenter som benyttes i offshoreindustrien. USA er det største markedet for eksport av instrumenter, og tar imot hele 17 prosent av den samlede norske eksporten av instrumenter. Designvarer og enkelte produkter innen helseindustrien inngår også i denne varekategorien. Disse varegruppene vil omtales nærmere i egne delkapitler senere i rapporten.

I 2021 ble det eksportert *metaller og mineraler* til USA for 4,6 milliarder kroner, mens eksporten av *kunstgjødsej og andre kjemiske produkter* beløp seg til 4,3 milliarder kroner. Av konfidensialitetshensyn oppgis eksport av kunstgjødsej separat i handelsstatistikken, men vi legger til grunn at eksport av kunstgjødsej utgjør en betydelig del av eksporten i kategorien. I kategorien inngår også eksport av medisiner og farmasøytiske produkter, som

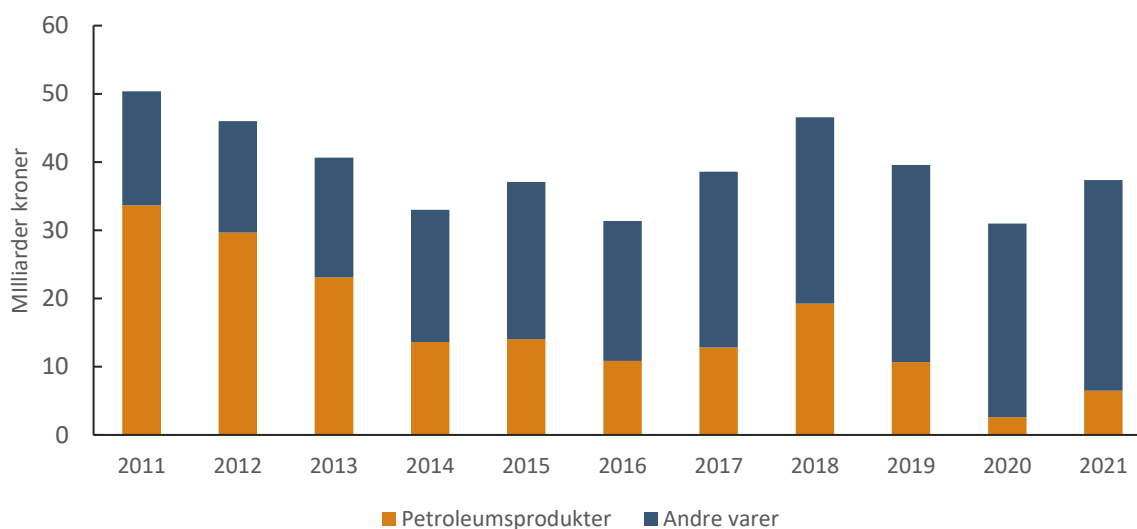
⁴ Kilde for statistikk om vareeksport: SSB, Utenrikshandel med varer.

⁵ Defineret som eksport av varer som inngår i SITC 33 - Mineralolje og mineraloljeprodukter og SITC 34 - Gass, naturlig og tilvirket.

beløp seg til 742 millioner kroner. Eksporten av medisiner og farmasøytiske produkter omtales nærmere senere i rapporten.

Selv om USA er et viktig marked for norske varer, har eksportutviklingen det siste tiåret vært noe ujevn. Dette er illustrert i figuren under, som viser hvordan vareeksporten har utviklet seg over tid. I figuren skiller vi mellom eksport av petroleumsprodukter og eksport av andre varer.

Figur 3. Eksport av varer til USA. 2011-2021. Kilde: SSB



Som figuren viser, har det siste tiåret vært preget av svingninger i vareeksporten til USA. Dette skiller seg fra perioden på starten av 2000-tallet, da vareeksporten til USA over flere år var noe mer stabil. Overordnet har det vært en nedadgående trend og vareeksporten til USA er i dag mindre enn den var i 2011.

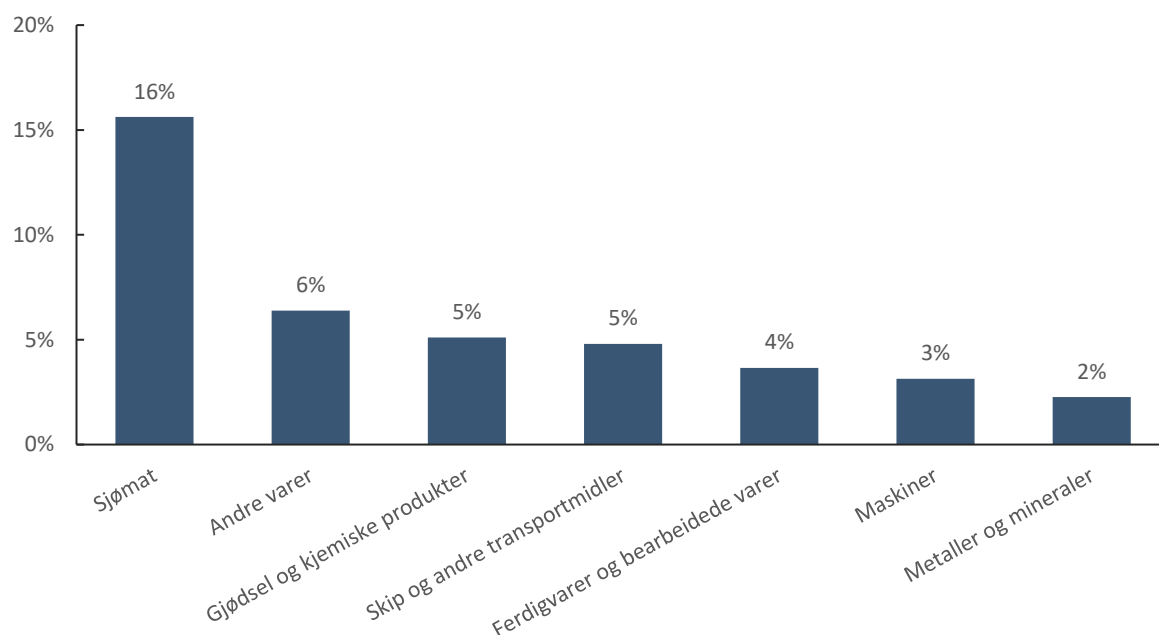
Mens Norge eksporterte petroleumsprodukter for nærmere 34 milliarder kroner i 2011, var eksportverdien redusert til 6,5 milliarder kroner i 2021. Nedgangen skyldes i hovedsak redusert eksport av råolje i perioden, som falt fra 18 milliarder kroner i 2011 til 725 millioner kroner i 2021. Reduksjonen må sees i sammenheng med den enorme oppgangen i USAs egen produksjonskapasitet⁶, drevet av utviklingen av skiferoljerigger.

I samme periode har fastlandseksporten av varer⁷ økt kraftig, fra 17 milliarder kroner i 2011 til 31 milliarder kroner i 2021. Dette er illustrert i figuren under, som viser den årlige (annualiserte) veksten i vareeksporten til USA for ulike varekategorier.

⁶ <https://www.eia.gov/dnav/pet/hist/LeafHandler.ashx?n=PET&s=MCRFPUS1&f=A>

⁷ Definert som vareeksport ekskludert eksport av varer som inngår i SITC 33 - Mineralolje og mineraloljeprodukter og SITC 34 - Gass, naturlig og tilvirket.

Figur 4. Annualisert prosentvis vekst i eksportverdi for fastlandseksport⁸ etter varegrupper. 2011-2021. Kilde: SSB



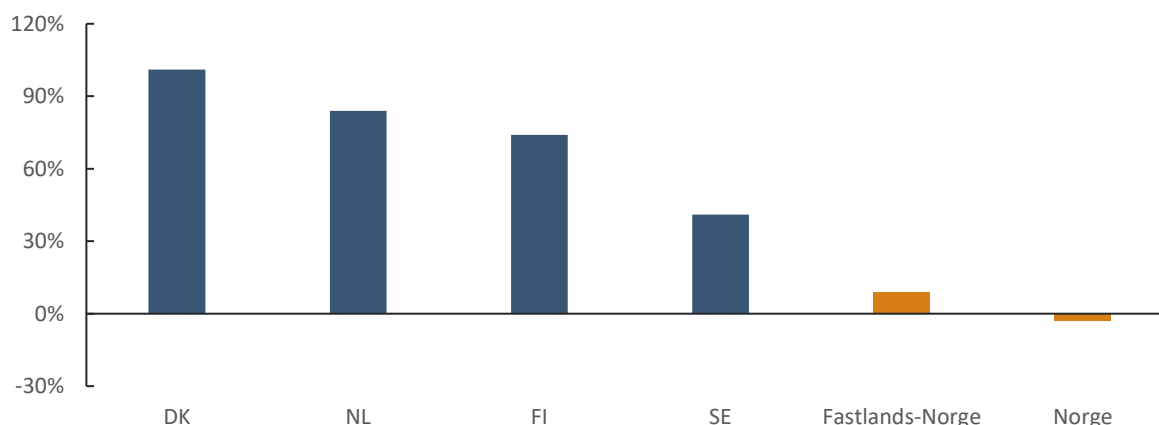
Som vi ser av figuren, har eksportverdien økt for alle varegruppene vi har sett på. Den høyeste veksten finner vi innen eksport av sjømat. Utviklingen for sjømatsektoren er omtalt nærmere i et eget delkapittel i rapporten. De øvrige varegruppene har hatt årlig vekst på mellom to og seks prosent siden 2011. Dette er relativt lave vekstrater tatt i betraktning at vi ikke har korrigert for prisøkninger.

Sammenligning av vareeksporten med andre land

Selv om eksporten av andre varer enn oljevarer har økt til USA det siste tiåret, sakker Norge akterut når vi ser på utviklingen i andre sammenlignbare land. Dette er illustrert i grafen under, som viser veksten i vareeksporten til USA i Norge og utvalgte andre europeiske land siden 2010.

⁸ Definerert som vareeksport ekskludert eksport av varer som inngår i SITC 33 - Mineralolje og mineraloljeprodukter og SITC 34 - Gass, naturlig og tilvirket.

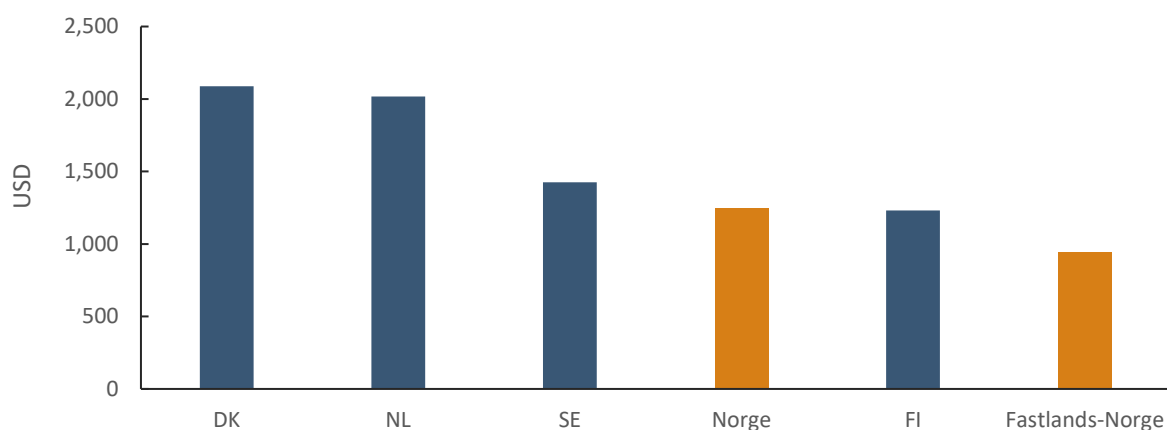
Figur 5. Vekst i ulike lands vareeksport til USA (målt i USD). 2010-2021. Kilde: FRED, SSB, Norges Bank og Menon Economics



Siden 2010 er den norske vareeksporten til USA redusert med 3 prosent. Når vi holder olje og gass utenfor, har eksporten fra Fastlands-Norge økt med 9 prosent. Økningen er beskjeden sammenliknet med økningen andre land har opplevd i perioden: Danmark har hatt en økning på nærmere 100 prosent mens våre svenske naboer har sett en økning på om lag 40 prosent. Både Nederland og Finland har økt sin eksport med mellom 80 og 90 prosent i perioden.

Også hvis vi ser på den absolutte eksporten scorer Norge relativt lavt. I figuren under viser vi vareeksporten per innbygger i de ulike land.

Figur 6. Vareeksport til USA per innbygger i 2021. Kilde: FRED, SSB, Norges Bank og Menon Economics

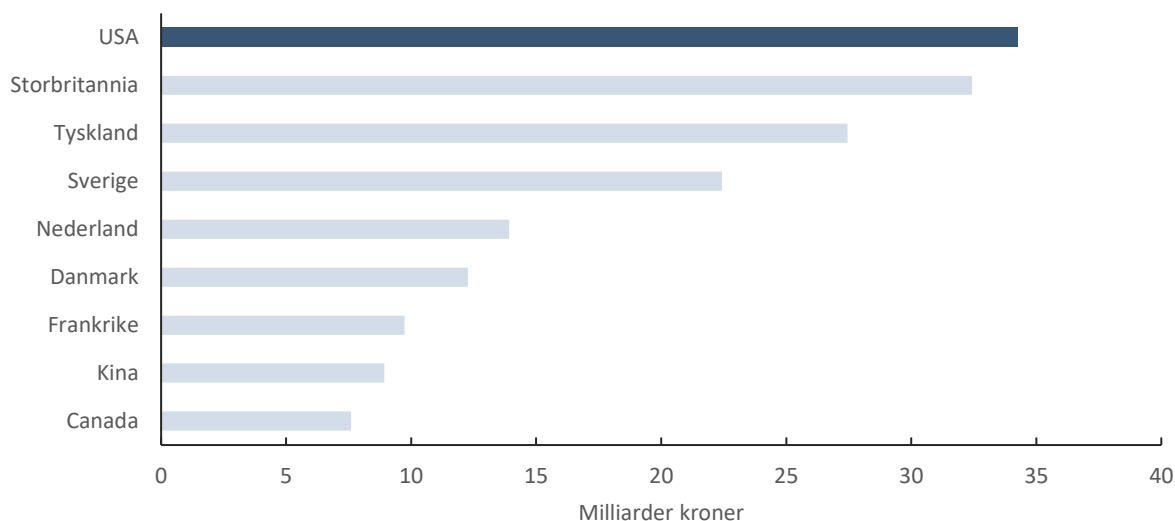


Fra figuren ser vi at Norge har noe lavere vareeksport per innbygger til USA enn både Danmark, Nederland og Sverige. Tar vi høyde for den lave veksten vist ovenfor, kan vi konkludere med at norsk vareeksport til USA per innbygger har gått fra den høyeste blant disse land i 2010 til den nest laveste i 2021.

Tjenesteeksport

I 2020 eksporterte Norge tjenester til USA verdt 34,3 milliarder kroner.⁹ Dette gjør USA til vårt viktigste marked for eksport av tjenester i 2020, og i 2020 gikk 12 prosent av den norske tjenesteeksporten til USA.

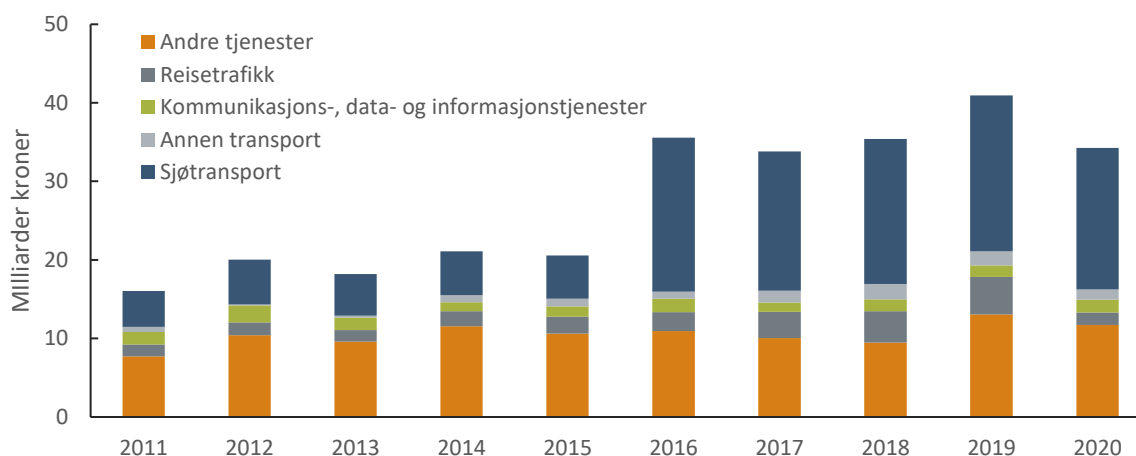
Figur 7. Norsk eksport av tjenester til utvalgte store handelspartnere. 2021. Kilde: SSB



Som figuren viser var USA det største markedet for eksport av tjenester i 2020, tett fulgt av Storbritannia. Deretter følger andre EU-land. Det er også betydelig tjenesteeksport til Kina og Canada.

De siste ti årene har eksporten av tjenester fra Norge til USA mer enn doblet seg. Mens tjenesteeksporten utgjorde 16 milliarder kroner i 2011, hadde eksporten vokst til over 34 milliarder kroner i 2020. Dette er illustrert i grafen under som viser utviklingen i eksporten fra 2011 til 2020.

Figur 8. Eksport av tjenester til USA. 2011-2020. Kilde: SSB



⁹ Kilde for statistikk om tjenesteeksport: SSB, Utenriksregnskap. Tall for finans- og forsikringstjenester er ekskludert fra statistikken. For forklaring av dette, se Eksportmeldingen 2022, s. 51.

Som grafen viser falt tjenesteeksporten fra 2019 til 2020 med over 6 milliarder kroner, trolig som følge av koronapandemien. Vi forventer at tjenesteeksporten igjen vil øke i 2021. Videre viser grafen at eksporten av tjenester innen sjøtransport¹⁰ gjorde et hopp i 2016, mens eksportverdien var stabil både før og etter 2016. Siden 2016 har sjøtransport utgjort om lag halvparten av den samlede norske eksporten av tjenester til USA. Historisk sett har sjøfarten dominert den norske tjenesteeksporten til alle land og utgjør fremdeles brorparten av den norske tjenesteeksporten. Vi ser at eksporten av sjøtransport vokste kraftig mellom 2015 og 2016, noe som har utgjort brorparten av den samlede veksten i norske tjenesteeksport til USA over de siste ti årene. Vi mener imidlertid ikke at denne oppgang er uttrykk for en reell underliggende vekst.¹¹

Ser man bort fra utenriks sjøfart, har tjenesteeksporten til USA økt fra 11,5 milliarder kroner i 2011 til 16,3 milliarder kroner i 2020. Dette tilsvarer en økning i perioden på 42 prosent. Hadde vi målt veksten fra 2019 (før reisetrafikk falt som følge av koronakrisen) hadde veksten i tjenesteeksport utenom sjøtransport vært på 85 prosent, drevet av vekst i Reisetrafikk, Annen Transport og Andre tjenester, mens det var et lite fall i Kommunikasjons-, data- og informasjonstjenester.

En av kategoriene som har hatt størst økning i perioden er eksport av reisetrafikk. Kategorien omfatter amerikanske turistenes utgifter på reise i Norge. I 2019 utgjorde utgiftene til amerikanske reisende i Norge 4,8 milliarder kroner, noe som var en økning på nærmere 220 prosent siden 2011. I koronaåret 2020 falt eksporten til 1,6 milliarder kroner som følge av restriksjoner og redusert mobilitet. Trenden de siste årene har imidlertid vært en sterk økning i reisetrafikk fra USA, og vi forventer at utviklingen vil ta seg opp igjen.

Tjenesteeksport fra samlebetegnelsen «andre tjenester» beløp seg i 2020 til 11,7 milliarder kroner. Eksportverdien har økt med over 50 prosent siden 2011. Kategorien omfatter tjenesteeksport foruten tjenester innen transport, IKT og reisetrafikk.

¹⁰ Kategorien «Sjøtransport» inkluderer eksport av varer, transport av mannskap, samt utleie av skip med og uten mannskap. SSB fordeler ikke eksporten på disse kategorier (lengre), men historisk har den vært klart dominert av varetransport.

¹¹ Vi har forsøkt å identifisere hvilke faktorer som har drevet den enorme veksten innen sjøtransport mellom 2015 og 2016. Blant annet har vi sett på regnskaper til alle norske rederier, men vi finner ingen bedrifter eller gruppe av bedrifter som har hatt en såpass stor oppgang. Dette leder oss til å tro at veksten skyldes en regnskapsmessig justering og ikke en reell økning i den økonomiske samhandlingen mellom Norge og USA. Vi finner heller ikke oppgangen igjen i USAs importstatistikk, noe som forsterker hypotesen om at økningen skyldes en regnskapsmessig justering.

Definisjon av tjenestehandel

Tjenestehandel skiller seg fra varehandel på en rekke måter. Først og fremst ved at de fleste tjenester ikke er transporterbare – produsenten av tjenesten er avhengig av å være der konsumenten er. For at internasjonal handel med slike tjenester skal finne sted må ofte produsenten eller konsumenten reise dit den andre befinner seg. Dette gjelder imidlertid ikke for alle typer tjenester. Spesielt etter at internett har blitt en stadig viktigere arena for internasjonal handel ser vi en økning i såkalt grensekryssende tjenestehandel.

Selve definisjonen av tjenestehandel kan være utfordrende. Verdens handelsorganisasjon (WTO) og WTOs avtale om handel med tjenester (GATS) skiller mellom fire ulike «modes» for tjenestehandel:

Mode 1	Grensekryssende tjenester: Både produsent og konsument forblir i sine respektive land. Dette korresponderer til klassisk varehandel og omfatter kun tjenester som kan utføres over telefon, internett eller liknende – for eksempel supporttjenester over telefon eller IT-support.
Mode 2	Konsum i utlandet: Tjenester der konsumenten drar til utlandet og kjøper tjenester hos en produsent i et annet land. Dette gjelder for eksempel turisme.
Mode 3	Kommersiell tilstedeværelse: Dette er når tjenesteprodusenten etablerer en avdeling i et annet land og tilbyr tjenester via denne avdelingen. Dette gjelder for eksempel når banker etablerer filialer i andre land. Det er for denne typen handel at skillet mellom utenlandsomsetning og eksport er relevant.
Mode 4	Personers tilstedeværelse: Dette er når én eller flere personer reiser dit konsumenten er og utfører tjenesten. Dette er for eksempel når et arkitektfirma sender en av sine ansatte til et annet land for å overveie et bestemt prosjekt.

De senere årene har handelen med tjenester økt mer enn varehandelen på verdensbasis. Dette henger både sammen med nedbyggingen av handelsbarrierer og utviklingen av et mer internasjonalt produksjonsmønster.

Det er imidlertid flere utfordringer knyttet til registrering av statistikk for eksport av tjenester. Vi har benyttet SSBs utenriksregnskap og mer konkret *størrelser fra driftsregnskapet* som kilde for tjenestehandel. Det er viktig å poengtere at det er betydelig usikkerhet knyttet til eksporten av tjenester, som blant annet kommer fra at definisjonene fra WTO ovenfor ikke er 1:1 kompatible med definisjonen som er brukt i driftsregnskapet.

Dypdykk i viktige eksportnæringer

I denne delen av analysen har vi vurdert hvilke næringer som anses å ha et særlig potensial i det amerikanske markedet. Vi har valgt ut til sammen fire næringer basert på utviklingstrekk i markedet, norske bedrifts konkurransefortrinn og vekstpotensial i næringen.

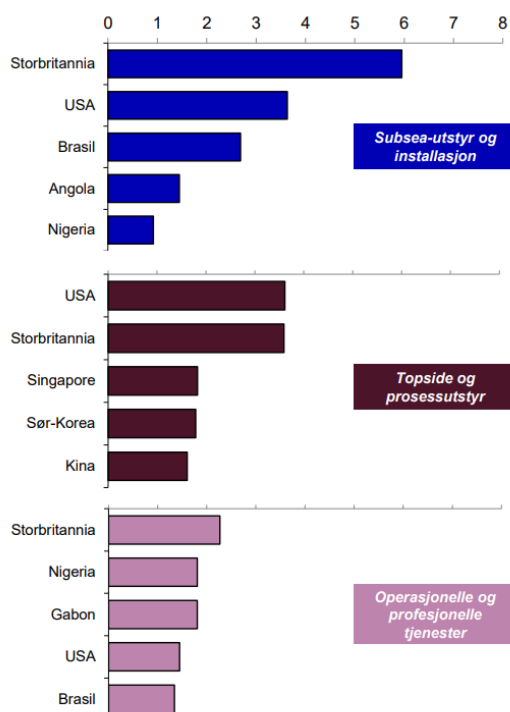
I følgende avsnitt presenterer vi en nærmere gjennomgang av dagens eksport og potensial for norske bedrifter i næringene

1. *Offshore leverandører og havvind*
2. *Sjømat*
3. *Helseindustri*
4. *Design*

Offshore leverandører og havvind

Norske oljeserviceselskaper er godt etablert på det globale markedet. Ifølge en rapport fra Rystad Energy var den internasjonale omsetningen (summen av eksport og utenlandsomsetning) for norske oljeserviceselskaper i 2020 på 109 milliarder kroner, hvorav 15 milliarder kom fra USA.¹² Dette gjorde USA til det andre største markedet

Figur 9. Viktigste segmenter og viktigste markeder. 2020. Milliarder kroner. Kilde: Rystad Energy, 2021



etter Storbritannia. Omsetningen til norske aktører i USA økte med 25 prosent fra 2019, og USA forsterket dermed sin posisjon som et viktig internasjonalt marked for norske oljeserviceselskaper.

De norske aktørene har en betydelig tilstedeværelse på det amerikanske markedet. Det omsettes mest innenfor subseautstyr og -installasjon, topside- og prosessutstyr, seismikk, geologi og geofysikk, og operasjonelle og profesjonelle tjenester. Som figuren til venstre viser er USA blant de viktigste markedene for de tre viktigste segmentene som norske oljeserviceselskaper opererer i.

Rystad Energy forventer at det globale subseamarkedet årlig vil vokse med 7 prosent frem mot 2025. Slike anslag er beheftet med betydelig usikkerhet. Veksten vil i hovedsak finne sted i andre land enn USA, hvor markedet forventes å krympe noe frem mot 2025. Markedsstørrelsen vil imidlertid fortsatt være betydelig, og USA vil fortsatt være et viktig marked for norske oljeserviceselskaper.

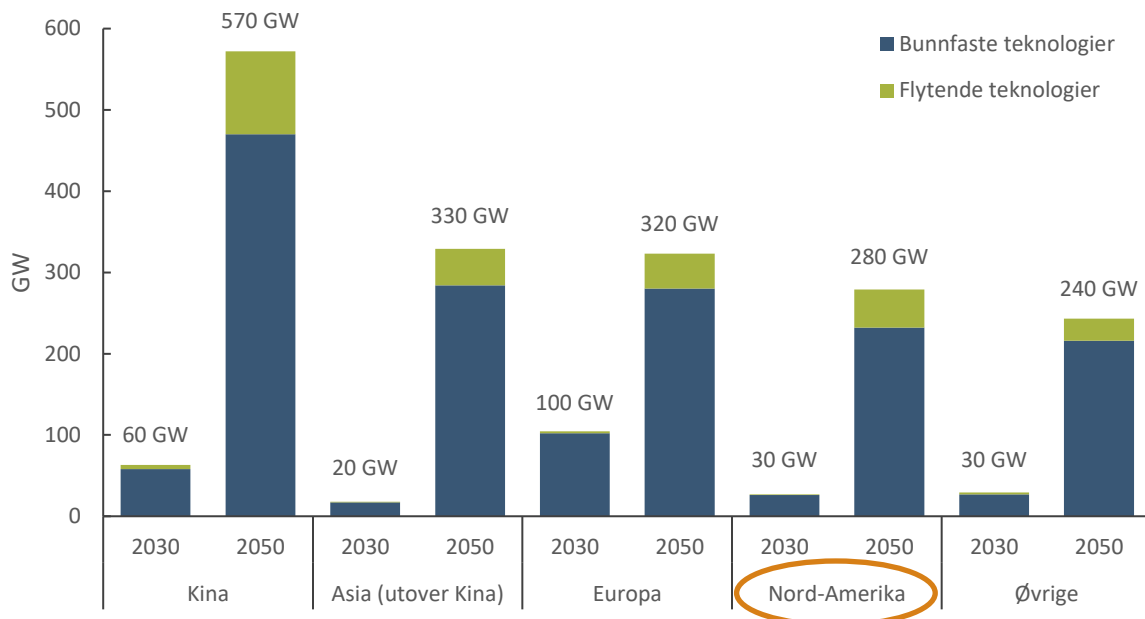
Det største vekstpotensialet innen energi i USA ligger imidlertid ikke innen olje og gass, men innen grønn

¹² Det er viktig å understreke at det her er snakk om eksporten til offshore leverandører, og altså ikke salg av olje, gass eller raffinerte petroleumsprodukter, som vi diskuterte i rapportens første kapittel.

energi, mer spesifikt innen havvind. I 2020 ble det investert for 300 milliarder kroner globalt i havvindmarkedet. Vi vil nå se på muligheten til norske aktører innen havvind i USA.

Mellom 2020 og 2050 estimeres det at de årlige investeringene globalt kan øke til 1 580 milliarder kroner¹³ (IRENA, 2021). Selv om det forventes at bunnfaste installasjoner fortsatt vil dominere de neste tiårene, er det bred konsensus om at også flytende havvind vil oppleve en eksplosiv vekst. En stor del av denne veksten innen både bunnfast og flytende havvind forventes å finne sted i USA.

Figur 10. Prognose for fordeling av installert kapasitet mellom regioner samt bunnfaste og flytende teknologier, avrundede tall. Kilde: DNV (2021)



Biden-administrasjonen har satt et ambisiøst mål om å øke produksjon av energi fra havvind til 30 GW i 2030 og videre til 110 GW i 2050. Selv om den amerikanske målsetningen er for havvind generelt, vil en betydelig andel av dette trolig være flytende.¹⁴ For å nå dette målet vil USA være avhengig av internasjonale forsyningskjeder og aktører ettersom USA mangler den innenlandske forsyningskjeden for å oppnå utbyggingen til 30 GW innen 2030.

Flere norske aktører er allerede etablert i USA innen **bunnfast havvind**. Som grafen over illustrerer vil bunnfast havvind være dominerende i USA både i 2030 og i 2050. Tilstedeværelsen og markedskunnskapen som tilstedeværelse innebærer utgjør en mulighet for de norske aktørene i det amerikanske markedet. Utbyggingen frem mot 2050 vil utgjøre et potensial for videreutvikling av norske aktørers posisjon på det amerikanske markedet. Særdeles gode markedsutsikter for bunnfast havvind globalt bidrar til at en videreutvikling av dagens posisjon i det internasjonale markedet vil realisere et betydelig eksportpotensial.

Fram mot 2050 forventes det også en betydelig utbygging av **flytende havvind** i USA. Som figuren over viser ventes det at bare Kina vil overgå USA når det gjelder installert kapasitet i flytende havvind i 2050. Teknologien

¹³ Beregningen er basert på at installert kapasitet i 2050 vil være i overkant av 2 000 GW og legger til grunn at man skal nå målet om å begrense den globale temperaturøkningen til 1,5 grader celsius.

¹⁴ Ifølge amerikanske energimyndigheter vil 58 prosent av havvindkilder i USA kun utnyttes ved bruk av flytende teknologier (>60 meter).

for flytende havvind er i dag på utviklingsstadiet. Dette innebærer at det er muligheter for å sikre seg gode markedsposisjoner ved å være tidlig ute i markedet.

Norsk industri har i utgangspunktet relativt lite erfaring innen havvind, og det estimeres at norske aktørers markedsandel i dag er begrenset til mellom 3 og 5 prosent. Imidlertid har norske aktører innenfor enkelte områder betydelig kompetanse som er relevant i forbindelse med utbygging av havvindparker. En del av dette er knyttet til kompetanse som kan overføres fra maritim/offshore leverandørindustri innen olje og gass til havvind. Mange norske offshore aktører utnytter nå sin offshore-ekspertise for å posisjonere seg i det globale havvindmarkedet. Norske aktører har blant annet sine styrkeposisjoner innen følgende kompetanseområder:

- Prosjektgjennomføringsevne av store og utfordrende prosjekter som installeres i tøffe marine miljøer.
- Høyt teknologisk kompetanse knyttet til tilvirkning og installasjon av flytende fundamenter, fortøyning, forankring og ankerliner.
- Sterk posisjon innen leveranser av strømkabler samt offshore omformer- og transformatorstasjoner.
- Kompetanse knyttet til maritime operasjoner som er nødvendig innen installasjon og vedlikehold av store offshore-installasjoner.
- Norske aktører har historisk samarbeidet godt, for eksempel gjennom den maritime klyngen. Dette fremmer synergier og leverandørmangfold. Det er allerede tegn på slike type samarbeid mellom norske aktører i havvindmarkedet.
- Etablerte samarbeidskonstellasjoner med internasjonale aktører som fremmer innovasjon og gir markedstilgang.

Samtidig vil vi påpeke at konkurransekraft basert på overføring av kompetanse fra tilgrensende næringer kun er et midlertidig fenomen. Etter hvert som internasjonale konkurrenter får posisjonere og etablere seg i det flytende havvind-markedet, vil den norske offshore-kompetansen i mindre grad være egenartet. For å kapitalisere på kompetansen som norske aktører besitter er det derfor viktig at norske leverandører er en del av den videre kommersialiseringsprosessen.

«The Inflation Reduction Act of 2022»

President Bidens pakke «*Inflation Reduction Act*» fra 2022 er et omfattende lov- og satsingsforslag på blant annet klimatiltak. Inkludert i lovforslaget er en bevilgning på USD 386 milliarder til investeringer i ren energi og kutt i klimagassutslipp. Det ventes at lovforslaget vil ha stor påvirkning på amerikansk vindkraftindustri, blant annet gjennom at det åpnes for nye utviklingsområder, iverksetting av reformer for å sikre mer effektiv planlegging, tildeling av tillatelse og utbygging av havvind, samt at det etableres skattefradrag for offshore vindkraft og tilhørende infrastruktur.

I lovforslaget stilles det krav til at det meste av offshore vindproduksjon og infrastruktur må utvikles i USA for at man skal kunne oppnå skattefradragene. Tiltaket er ment å gi insentiver til innenlandsk utbygging av havvind. Dette betyr at aktører som er etablert i USA vil få en konkurransefordel sammenliknet med norske aktører. Ettersom vekstpotensialet i markedet vurderes å være betydelig vurderer vi likevel at norske aktører vil ha gode muligheter til å etablere seg i markedet. Dette kan skje på en av tre måter: for det første kan man se for seg at norske bedrifter klarer å konkurrere med amerikanske aktører, selv om de ikke oppnår skattefordeler. For det andre kan man se for seg at norske aktører vil inngå som underleverandører til amerikanske hovedleverandører. For det tredje er det mulig at norske bedrifter vil vurdere det amerikanske markedet så attraktivt at de velger å etablere avdelinger i USA. Særlig for de to siste måtene vil det norske utenriksapparatet være viktig for å legge til rette for satsingen. Vi vurderer at fokus på og analyse av hvordan norske bedrifter best kan utnytte fremdriften av grønn teknologiinvesteringer (havvind og annet) som forventes å komme av inflasjonspakken er en av de viktigste nye oppgavene til det norske støtteapparatet i USA.

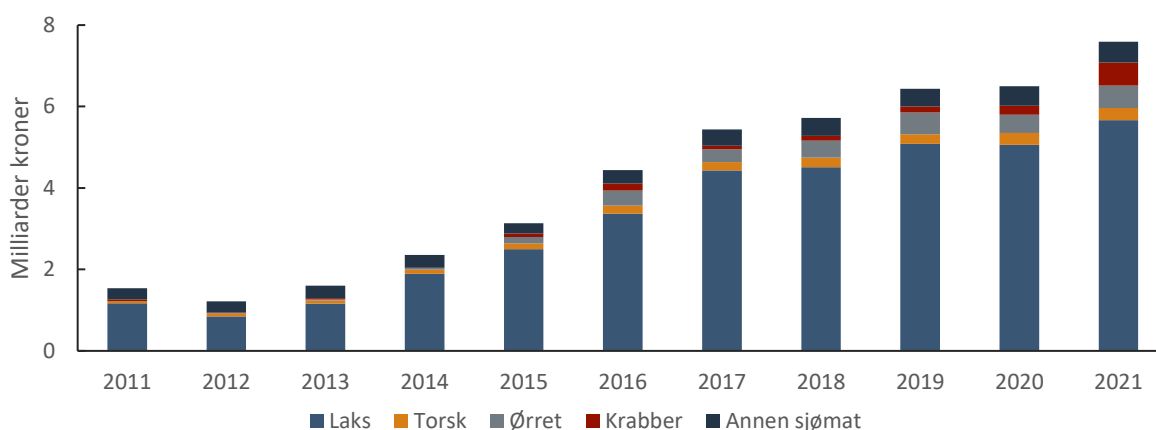
Sjømat

USA er verdens største importør av sjømat, og i dag et viktig marked for norsk sjømat. For norsk sjømateksport ligger det et betydelig vekstpotensial i det amerikanske markedet som følge av økende etterspørsel etter sjømat og dersom man evner å ta nye markedsandeler i dette viktige sjømatmarkedet.

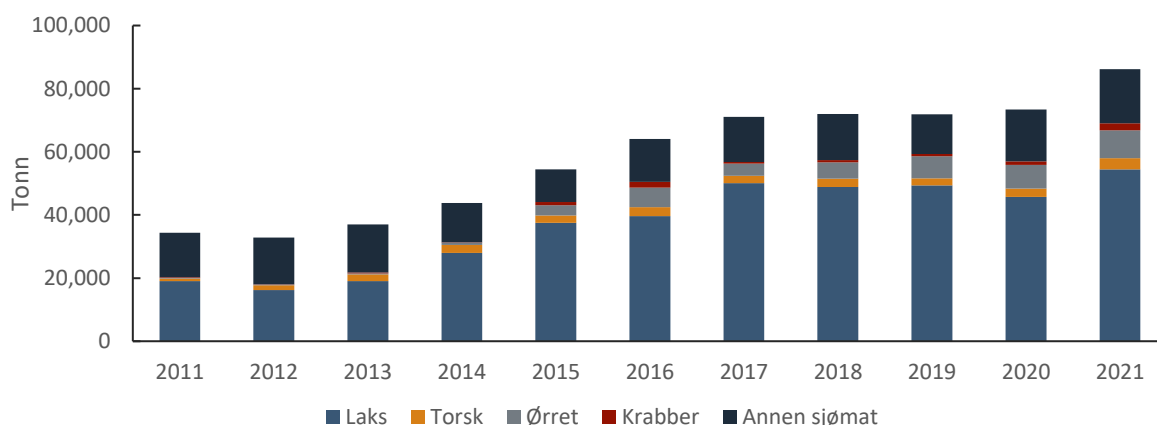
I 2021 ble det eksportert norsk sjømat til USA for 7,6 milliarder kroner¹⁵. Dette gjorde USA til det fjerde største enkeltmarkedet for norsk sjømat, bare overgått av Polen, Danmark og Frankrike. Målt i vekt utgjorde eksporten til USA over 86 000 tonn. Både eksportverdien og -volumet til USA var rekordhøyt i 2021. Bestenoteringen kommer etter flere år med kraftig vekst i handelen med sjømat mellom Norge og USA. Siden 2011 har eksporten til USA hatt en gjennomsnittlig årlig verdivekst på 16 prosent og en gjennomsnittlig årlig volumvekst på 9 prosent.

Utviklingen i handelen med sjømat siden 2011 er illustrert i de to figurene under. Den første figuren viser utviklingen i eksportverdi, mens den andre figuren viser utviklingen i eksportvolum.

Figur 11. Eksportverdi for sjømat til USA, fordelt på største arter. 2011-2021. Kilde: SSB



Figur 12. Eksportvolum for sjømat til USA, fordelt på største arter. 2011-2021. Kilde: SSB



¹⁵ Fisk og sjømat er her definert i tråd med SSBs definisjon, som inkluderer alle fiskevarer som er registrert under kapittel 03 og posisjoner 16.04 og 16.05 i tolltariffen, uavhengig av anvendelse og grad av bearbeiding. Tallet er noe lavere enn Sjømatrådets tall ettersom Sjømatrådet også inkluderer enkelte andre produkter.

Som grafene viser er det laks som er lokomotivet i eksporten til USA, og det er i stor grad laksen som har bidratt til den store økningen for sjømathandelen de siste årene. Økningen drives av en generell vekst i prisen for laks på det globale markedet. I tillegg er det noen utviklingstrekk som er særegne for lakseeksporten til USA som har bidratt til veksten. For det første har eksporten av fersk laks til USA økt, blant annet som følge av at flyfrakt har blitt både bedre og et rimeligere fraktalternativ det siste tiåret. For det andre har eksporten av laksefilet økt i perioden. Ettersom laksefilet er et mer bearbeidet – og derfor et dyrere – produkt sammenliknet med hel laks, har den sterke økningen i eksporten av laksefilet bidratt til at den samlede eksportverdien fra laks har økt. I 2021 utgjorde eksporten av laks nærmere 5,7 milliarder kroner, hvorav 2,7 milliarder kroner kom fra fersk laksefilet, 2,2 milliarder kroner fra fryst laksefilet og nærmere 700 millioner kroner fra eksport av fersk hel laks.

USA importerer store mengder fersk laks fra både Chile og Canada, som begge er betydelig nærmere USA enn Norge. Disse landene har dermed konkurransefordeler når det gjelder transportkostnader og logistikk. USA er derfor et av få norske eksportmarkeder der laksefilet er et større produkt enn fersk hel laks. Det beregnes at av alle laksefiletene Norge eksporterer, går hver tredje frysede filet og hver fjerde ferske filet til det amerikanske markedet.

En annen årsak til veksten i det amerikanske markedet er at sjømatnæringen har lyktes med å eksportere nye arter i markedet. I 2021 eksporterte Norge skalldyr for 600 millioner kroner og ørret for 550 millioner kroner, mens eksporten av disse artene var ubetydelig tilbake i 2011. Eksporten av ørret gikk betydelig opp etter 2014, og har sammenheng med at ørretnæringen måtte omdirigere varer fra det tidligere viktige russiske markedet som følge av Russlands importforbud.

Et område der næringen ser muligheter for videre vekst er innen eksport av skalldyr. USA er en av verdens største importører av muslinger og krabber. I løpet av få år har USA utviklet seg til å bli et viktig marked for eksport av norsk snøkrabbe og kongekrabbe. Dette er høyverdiarter som bidrar til å øke eksportverdien til det amerikanske markedet. De største leverandørene av krabber til USA er Canada og tidligere også Russland. USA har stoppet import av krabber og annen sjømat fra Russland som en del av sanksjonene etter at Russland invaderte Ukraina. Dette gjør at Norge har store muligheter til å kapre nye markedsandeler på det amerikanske markedet. Næringen ser i tillegg et potensial for eksport av andre skalldyrarter som taskekrabbe og sjøkreps.

USA er blant de land som satser betydelig på landbasert oppdrett. Denne satsingen kan danne grunnlag for en betydelig vekst i eksporten fra norsk leverandørindustri til oppdrett. På kort sikt vil betydelig etterspørsels-overskudd trolig bidra til at eksport av sjøbasert oppdrett vil holde seg og mulig stige, til tross for vekst i landbasert. På lengre sikt er det større usikkerhet.

Helseindustri

USA er et svært ettertraktet eksportmarked for bedrifter innen helseindustrien. USA er det land i verden som bruker mest penger på helse per innbygger. I 2020 brukte USA 4 100 milliarder USD på det nasjonale helsevesenet, tilsvarende 20 prosent av USAs BNP og over 12 500 dollar per innbygger.¹⁶ En av årsakene til den skyhøye utgiften til helsetjenester er at prisene på helsetjenester i USA er langt høyere enn i andre sammenliknbare land. Dette skyldes strukturelle forhold og lav konkurranse i det amerikanske helsesystemet, og vil trolig ikke endres med det første. Det forventes at markedet vil fortsette å vokse, med en forventet vekst på 6 prosent fram mot 2025 (McKinsey, 2022).

Det er i hovedsak tre årsaker til at helseindustrien er en interessant næring å satse på for Norge: Den første årsaken er den **høye vekstraten i næringen**. For det andre er helseindustrien **svært produktiv**. Dette er delvis forklart av at industrien er kapitaltung og produserer bearbejdede varer som man ikke trenger naturgitte fortrinn, men vitenskapelig kompetanse for å lykkes med. Ingen andre fastlandsnæringer er like dominerende blant de mest produktive industribedriftene som bedrifter innen helsenæringen. Det betyr grovt sagt at jo flere sysselsatte man flytter over i helsenæringen fra jobber i andre næringer, desto høyere blir BNP. For det tredje er næringen blant de som **påvirkes minst av resesjoner** – medisiner er blant de produkter folk kutter sist i en resesjon. I et land som Norge hvis største næringer (petroleum, sjømat, prosessindustri og maritim næring) er svært utsatte for globale kriser er det viktig med næringer som er lite konjunktursensitive.

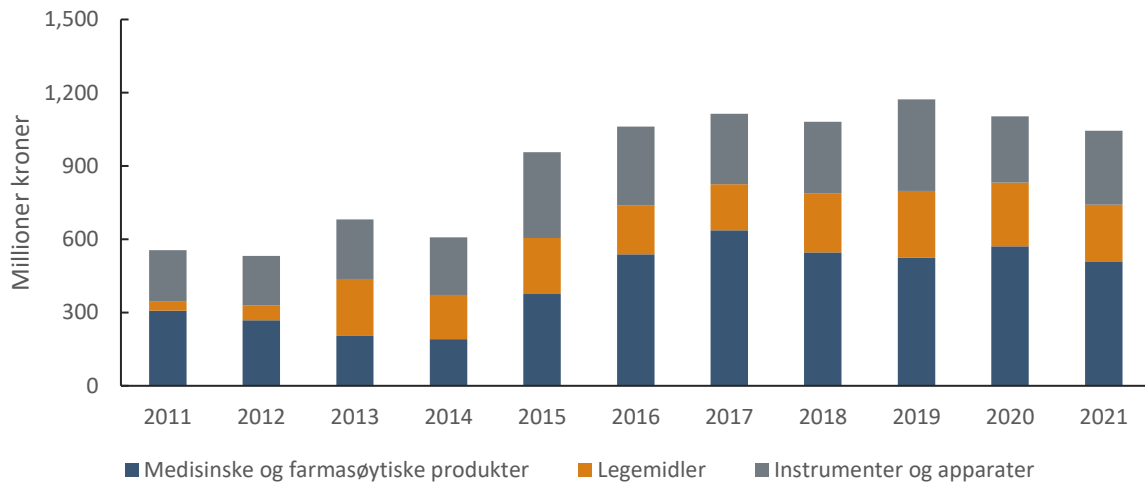
Den norske helseindustrien består i hovedsak av de tre bransjene legemidler, medisinsk utstyr og digital helse. Ifølge tidligere Menon-utredninger omsatte helseindustrien for til sammen 54 milliarder kroner i 2019, og omsetningen har vokst med over 90 prosent de siste ti årene. Videre fant vi at Nord-Amerika var det største markedet for norsk helseindustri etter Europa, og at noe over 20 bedrifter innen helseindustrien eksporterte til USA og/eller Canada i 2020 (Menon, 2021).

Å anslå den samlede vareeksporten fra den norske helsenæringen til USA er noe krevende ettersom SSB ikke publiserer detaljert eksportstatistikk over varer som inngår i helsenæringen. Vi har derfor benyttet mer finmasket handelsstatistikk fra SSBs for å identifisere eksporten av varer til USA innen tre ulike deler av helsenæringen: eksport av medisinske og farmasøytiske produkter, eksport av legemidler og eksport av instrumenter og apparater.¹⁷ Figuren under viser utviklingen i handelen med disse varene siden 2011.

¹⁶ <https://www.cms.gov/Research-Statistics-Data-and-Systems/Statistics-Trends-and-Reports/NationalHealthExpendData/NHE-Fact-Sheet>

¹⁷ Tolltariffens klassifisering er benyttet til å definere varer som inngår i helsenæringen. HS-nummer som er inkludert i følgende SITC-koder er inkludert i utvalget: 541 – Medisinske og farmasøytiske produkter, 542 – Legemidler, 774 - Elektriske instrumenter og apparater til medisinsk, kirurgisk, dental eller veterinær bruk og radiologiske apparater og 872 – Instrumenter og apparater, i.e.n., til medisinsk, kirurgisk, dental eller veterinær bruk.

Figur 13. Eksport fra norsk helseindustri til USA. Kilde: SSB og Menon Economics

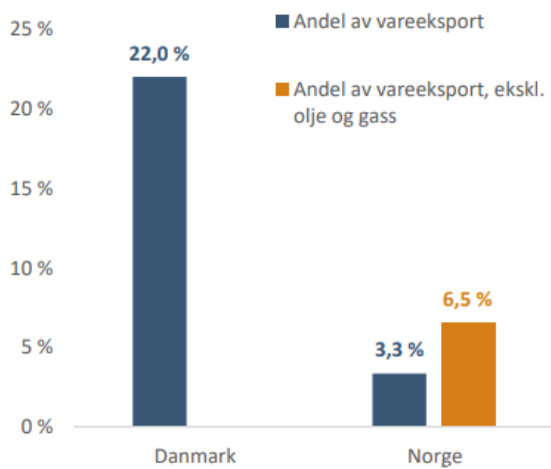


Som figuren viser har eksporten fra helseindustrien økt kraftig i perioden 2011 til 2021, fra 555 millioner kroner til rett over 1 milliard kroner. Eksportverdien har vokst med nærmere 90 prosent i denne perioden, noe som tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekstrate på 6 prosent. Eksporten har økt innenfor alle tre kategorier, men klart mest innen medisinske og farmasøytiske produkter. I 2021 utgjorde eksporten av medisinske og farmasøytiske produkter om lag halvparten av helsenæringens eksport til USA med eksportverdi på 510 millioner kroner. Eksport av instrumenter og apparater utgjorde 300 millioner kroner, mens eksport av legemidler utgjorde 230 millioner kroner.

Selv om helseindustrien i Norge har vokst raskt de siste årene, er industrien liten målt opp mot andre sammenlignbare land i Nord-Europa, og da især Danmark. I en Menon-utredning publisert tidligere i år fant vi at satsingen på helseindustri i Norge ligger bak sammenlignbare europeiske land både når det kommer til forskning, produksjon og eksport. Av sammenlignbare land i Europa (Sverige, Finland, Danmark, Sveits, Østerrike, Nederland og Belgia) er det bare Finland som har helseeksport i samme størrelsesorden som Norge. De andre landene i gruppen har eksport som er betydelig høyere enn Norges. Dette tegner et bilde av at industrien fremdeles er lite utviklet sammenliknet med andre land i Europa, og at Norge har et stykke å gå for å bli en mer attraktiv destinasjon for helseinvesteringer og en større eksportør. (Menon, 2022).

I figuren under viser vi hvor stor eksporten fra helseindustrien er sett opp mot den totale vareeksporten i Norge og Danmark.

Figur 14. Helseindustrieksport som andel av total vareeksport i 2020, for Danmark og Norge.
Kilder: Dansk Erhverv, SSB og Menon Economics



Som det fremgår av figuren, sto helseindustri for hele 22 prosent av den samlede danske vareeksporten i 2020. Dette er syv ganger mer enn den tilsvarende andelen i Norge (olje- og gasseksporten inkludert). Tallene viser at den norske helseindustrien ennå er lite utviklet sammenliknet med den danske industrien, og at det er et betydelig rom for videre vekst i den norske industrien.

Én mulig årsak til dette er at det først i løpet av de siste ti årene har utviklet seg et næringspolitisk fokus på helsesektoren. Med et økt fokus på næringsutvikling har det

avstedkommet flere innovasjoner, økt etableringstakt og etablering av strategiske og målrettede internasjonale eksportprogrammer. Dette er også en viktig årsak til at den norske helseindustrien i dag karakteriseres av en høy tetthet av små vekstbedrifter og kun et fåtall store internasjonaliserte aktører.

Både markedsstørrelsen og vekstpotensialet gjør USA til et svært attraktivt marked for den norske helseindustrien. De norske helseklyngene har derfor et stort fokus på det amerikanske markedet. De fire helseklyngene Norwegian Smart Care Cluster, Norway Health Tech, Oslo Cancer Cluster og The Life Science Cluster lanserte i 2021 et veikart for bedrifter som ser mot det amerikanske markedet.¹⁸ Gjennom prosjektet vil de hjelpe norske bedrifter som ønsker å satse i det amerikanske markedet. I Menons tidligere utredning fra 2021 erfarte vi at aktørene i helsenæringen etterspurte mer og bedre bistand til å få tilgang til relevante nettverksarenaer for å møte kunder. Aktørene ønsket seg en høyere prioritering av helsefeltet i de relevante delene av virkemiddelapparatet og i ambassadene. Vi pekte da på at en annen mulighet er å styrke finansieringen til relevante klyngeorganisasjoner slik at disse kan inneha en rolle som kompetanseressurs for eksportbedriftene i de største og viktigste eksportmarkedene. Initiativet til helseklyngene i det amerikanske markedet kan derfor være et viktig bidrag for å redusere terskelen ved inngang til det amerikanske markedet for norske helsebedrifter.

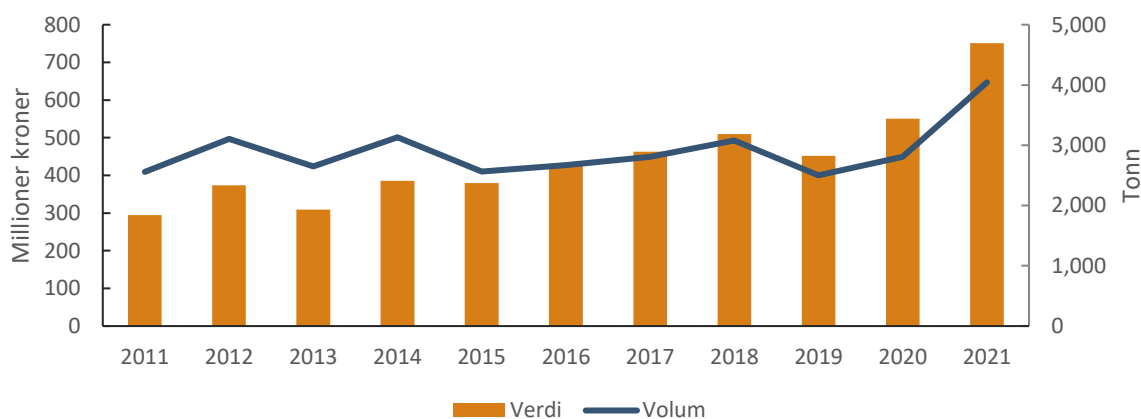
¹⁸ <https://oslocancercluster.no/2021/12/13/felles-veikart-gjor-veien-til-usa-lettere/>

Design

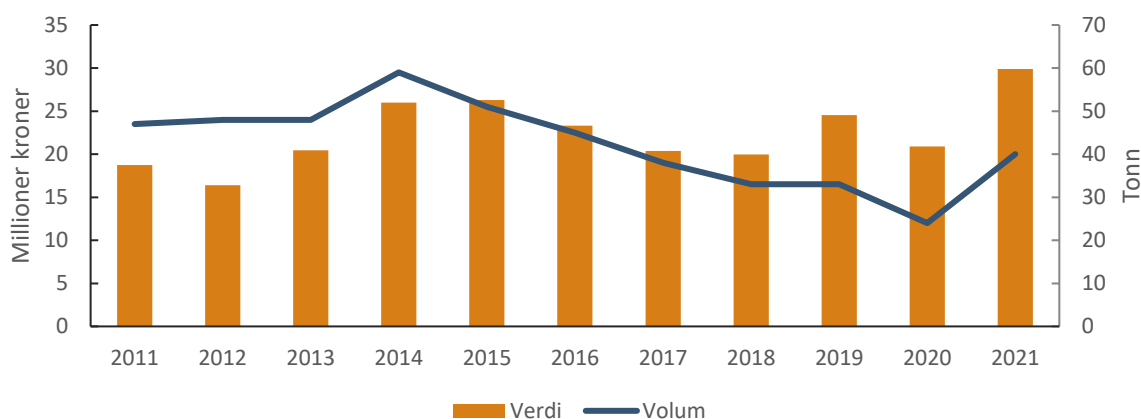
De siste årene har både den skandinaviske livsstilmodellen og nordisk design fått stor internasjonal oppmerksomhet. Også den internasjonale interessen for norskdesignede varer har opplevd en oppsving. I en nylig rapport peker Norsk Industri på at den internasjonale interessen for den skandinaviske samfunnsmodellen, kombinert med design- og livsstilindustriens satsing på design, kvalitet og bærekraft, gir gode eksportmuligheter for norske bedrifter (Norsk industri, 2022). Eksporttallene viser likevel at eksporten i dag av disse produktene til USA er begrenset. I 2021 eksporterte Norge møbler og klær¹⁹ til USA for 781 millioner kroner. Eksportverdien for møbler og klær har vokst med nærmere 150 prosent i perioden, noe som tilsvarer en gjennomsnittlig årlig vekstrate på 9 prosent.

I de to figurene under viser vi hvordan eksporten av designvarer fordelt på møbler og klær har utviklet seg over tid.

Figur 15. Eksport av møbler til USA. 2011-2021. Kilde: SSB



Figur 16. Eksport av klær til USA. 2011-2021. Kilde: SSB



Eksporten av møbler har økt fra rundt 300 millioner kroner i 2011 til 750 millioner kroner i 2021. Handelen har hatt en stigende trend hele perioden, men veksten var særlig stor fra 2020 til 2021. Oppgangen over hele

¹⁹ Møbler og klær er her definert som varer som kategoriseres under SITC-kode 82 - Møbler og deler og SITC-kode 84 - Klær og tilbehør til klær.

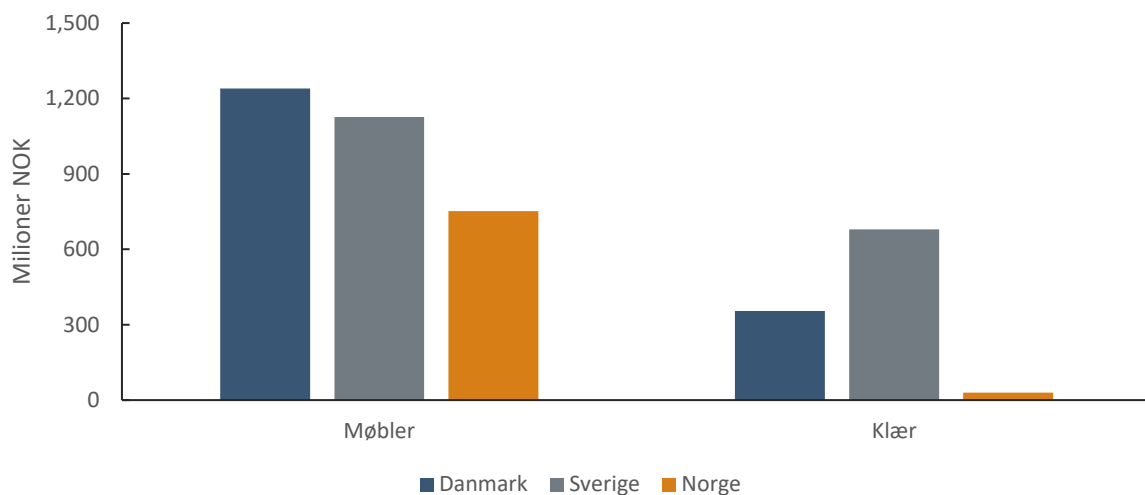
perioden har vært drevet av både økning i volum og i prisen man klarer å få for sine varer. USA har også blitt et stadig viktigere marked for den norske møbelindustrien. I 2021 kom hvert femte eksportkrone fra USA.

Eksporten av klær har hatt en varierende utvikling de siste årene, men både eksportverdi og -volum steg i 2021. I 2021 ble det eksportert klær til USA for knappe 30 millioner kroner. Når perioden ses under ett har faktisk mengden klær som eksporteres til USA falt i perioden.

Selv om eksporten i dag er begrenset, regnes USA som det viktigste markedet for den norske design- og livsstilsindustrien (Norsk Industri, 2022). Markedet får derfor oppmerksomhet av bransjen og bransjeorganisasjoner. Flere norske bedrifter har de siste årene vært synlig på designmesser blant annet i USA gjennom Norsk Industris prosjekt «Inside Norway». Sentralt i satsingen står tilstedeværelse på messer, samarbeid med lokale bransjeeksperter, systematisk omdømme- og mediearbeid samt utvikling og deling av kompetanse (Norsk Industri, 2022). Samtidig etterlyser bransjeforeningen etablering av eksportvirkemidler, økt investeringsstøtte og kompetanseutvikling som viktige tiltak for å fortsatt øke eksporten.

Figuren under illustrerer forskjellen i svensk, dansk og norsk eksport av møbler og klær til USA. Som figuren viser er den svenske og danske eksporten av møbler om lag 40 prosent høyere enn den norske. For klær eksporterer Norge bare en brøkdel av det danskene og svenskene eksporterer.

Figur 17. Eksportverdi for møbler og klær til USA i 2021 fra Danmark og Norge. Kilde. SSB, Danmarks Statistik og Statistikmyndigheten SCB



Forskjellen i eksport fra landene bærer preg av at danskene og svenskene har en sterkere merkevare innen design enn Norge. Særlig danskene har en svært sterk merkevare innen møbeldesign, og danske møbler har vært høyt ansett og etterspurt i en årrekke. Både Sverige og Danmark eksporterer betydelig mer klær til USA enn Norge, og eksporten har økt de siste årene. Skandinaviske klesmerker har hatt en økende popularitet de siste årene, blant annet som følge av at den skandinaviske trenden har vært høyt framme i motebildet. Eksportstatistikken kan tyde på at danske og svenske aktører i større grad enn norske har lyktes med å komme inn på det amerikanske markedet. Både Danmarks sterke merkevare innen designmøbler og måten danskene og svenskene har fått økt fokus på svenske og danske klesmerker, er noe som Norge burde ta lærdom av. Produksjonen av møbler og klær er i liten grad avhengig av naturgitte fortrinn, og Norge burde i så måte ha gode muligheter til å ta en like stor markedsposisjon som Danmark og Sverige. Lønnsnivået er også relativt likt mellom landene, noe som også taler for at Norge burde kunne ta en tilsvarende posisjon som våre skandinaviske naboland.

Økt produksjon av og eksport av møbler, klær og andre ferdigvarer vil ha en positiv effekt på norsk økonomi. I en Menon-utredning fra 2019 fant vi at eksporten fra design- og ferdigvareindustrien skapte drøyt 45 000 arbeidsplasser i Norge (Menon, 2019). Ettersom design- og ferdigvarer er høyt bearbejdede varer skaper produksjonen høy sysselsetting sett opp mot andre store norske eksportindustrier. En økning i eksporten av design- og ferdigvarer vil derfor, alt annet likt, kunne bidra til en betydelig vekst i norske arbeidsplasser. Dette forutsetter naturligvis at varene produseres i Norge.

Norske møbelprodusenters tilstedeværelse i det amerikanske markedet

Ekornes er en av Norges mest kjente selskaper innen møbler og design, og står bak merkevarene Stressless, IMG og Svane. Ekornes har hovedkontor på Sykkylven, og har etablert produksjonsanlegg i Litauen, Vietnam, Thailand og USA, i tillegg til Norge. Bedriften har 3 300 ansatte, hvorav 2 000 arbeider utenfor Norge. Gruppens aktivitet er altså større i utlandet enn i hjemlandet Norge. Ekornes har 130 ansatte i USA. I 2021 hadde Ekornes driftsinntekter på 4,3 milliarder kroner og et driftsresultat på 514 millioner kroner.

Nord-Amerika er det viktigste internasjonale markedet for Ekornes målt etter inntekt og salgspotensial. I 2012 etablerte Ekornes en møbelfabrikk i North Carolina. Fabrikken produserer møbler under merkevaren Stressless og server det nordamerikanske markedet. Merkevaren IMG har USA som et hovedmarkedet. IMG-møbler selges via store salgsaktører i det amerikanske markedet, blant annet det kjente varehuset Costco. Møbelprodusenten har også etablert to datterselskaper i USA som arbeider med salg for Ekornes og IMG. Ekornes rapporterer om sterke salg i USA, og de har sterk tro på videre vekst i det amerikanske markedet.

Flokk er en av Europas ledende leverandører av kontormøbler og har også en sterk tilstedeværelse blant annet i USA og Kina. Gruppen eier merkevarer som HÅG, Profirm, RH og 9to5 Seating. Flokk har 1 800 ansatte og produksjonsfasiliteter i Norge, Sverige, Polen, Storbritannia og USA. De har også etablert salgskontorer i en rekke markeder, deriblant USA og Canada. I 2021 hadde Flokk driftsinntekter i 2021 på 3,4 milliarder kroner og et driftsresultat på 480 millioner kroner.

Det amerikanske markedet er det viktigste salgsmarkedet for Flokk etter Tyskland, og står for 12 prosent av salgene til gruppen. I 2021 utgjorde salgene til eksterne kunder i USA en inntekt på 404 millioner kroner. Tilstedeværelsen i det amerikanske markedet er i hovedsak gjennom merkevaren 9to5, som ble kjøpt opp av Flokk i 2019. Selskapet er etablert i Hawthorn i California. Det betyr at møbelsalget fra Flokk i all hovedsak ikke regnes som eksport, men i stedet utenlandsomsetning.

Ettersom både **Flokk** og **Ekornes** er etablert med fabrikker og salgskontor i USA og i andre land, fanger ikke den norske eksportstatistikken opp det fulle omfanget av varene som selges i USA. Møbelprodusentene representerer likevel en viktig form for økonomisk samhandling mellom de to landene. Møbelprodusentene er også viktige ambassadører for norsk design med sin sterke tilstedeværelse i det amerikanske markedet.

Finansielle koblinger mellom USA og Norge

Som nevnt tidligere er det er en rekke handelsmessige og finansielle koblinger som ikke fanges opp av de tradisjonelle kildene til handelsdata. I dette kapittel går vi gjennom tre ulike typer slike koblinger. Den første er private norske porteføljeinvesteringer i USA. Den andre er norske direkteinvesteringer i USA, og den siste er Statens pensjonsfond utland («SPU» eller «Oljefondet»). Vi går gjennom betydningen av disse under.

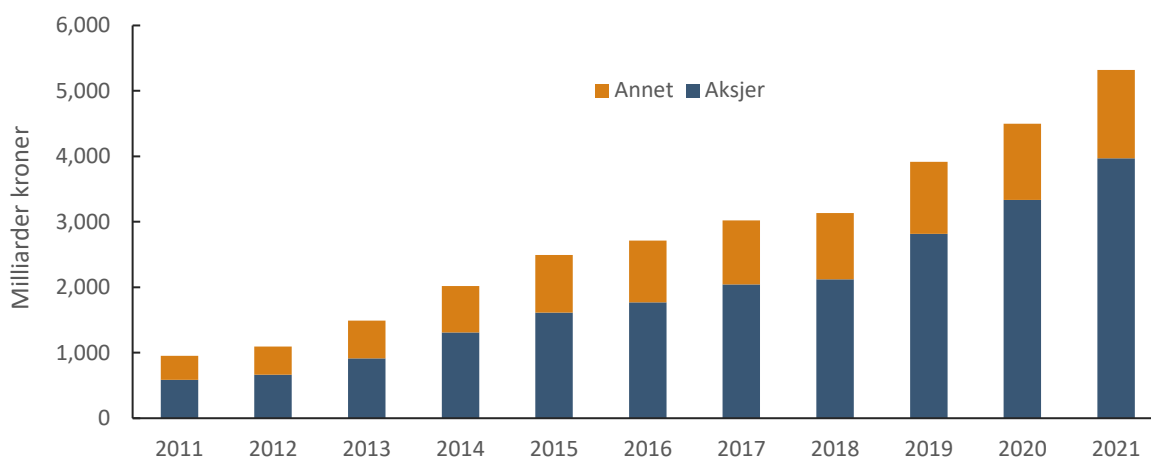
Porteføljeinvesteringer er definert som «*Finansielle investeringer som ikke har som formål å være en varig økonomisk forbindelse. Porteføljeinvesteringer har en kortere investeringshorisont enn direkteinvesteringer og eierandelen i selskapet det investeres i er under 20 prosent.*». Dette inkluderer for alle praktiske formål aksjer og obligasjoner. I 2021 hadde norske investorer porteføljeinvesteringer i USA for 643 milliarder kroner, når vi ser bort fra investeringene gjennom SPU. Dette tallet har vokst nesten 350 prosent siden 2011, men har gjennom hele perioden ligget på rundt 6 prosent av de samlede norske porteføljeinvesteringene.

Direkteinvesteringer er langsiktige investeringer der norske aktører har betydelig eierskap. Dette kan eksempelvis være oppkjøp av amerikanske virksomheter, eller når norske selskaper etablerer avdelinger i USA. I 2021 var beholdningen av norske direkteinvesteringer i USA på 313 milliarder kroner, og beløpet har vokst med 150 prosent siden 2011. I 2021 utgjorde direkteinvesteringene i USA 17 prosent av de samlede norske direkteinvesteringene, og andelen som går til USA har steget fra nærmere 11 prosent i 2011. I motsetning til porteføljeinvesteringer har direkteinvesteringer i USA altså vokst raskere enn de samlede norske direkteinvesteringene i utlandet.

SPUs amerikanske investeringer

Norge er i en særegen posisjon med offentlig eid investeringsfond som i skrivende stund teller 12 400 milliarder kroner²⁰. Rundt 5 500 milliarder av disse er investert i amerikanske aktiva, fordelt på 4 000 milliarder kroner i aksjer og 1 500 milliarder kroner i obligasjoner og eiendom. Amerikanske aktiva utgjør dermed om lag 45 prosent av de samlede investeringene i SPU, noe som gjør USA til det største enkeltlandet for fondets investeringer. I figuren under viser vi hvordan disse investeringene har utviklet seg over tid.

Figur 18. SPU's investeringer i USA. Kilde: NBIM.no



²⁰ <https://www.nbim.no/no/oljefondet/investeringene/#/>

Som SPUs investeringer for øvrig har investeringene i USA vokst eventyrlig og er i dag over fem gange større enn i 2011. Dette er drevet av en kombinasjon av avkastning på eksisterende beholdning samt innskudd av ny kapital fra skatt på olje- og gasselskaper på norsk sokkel.

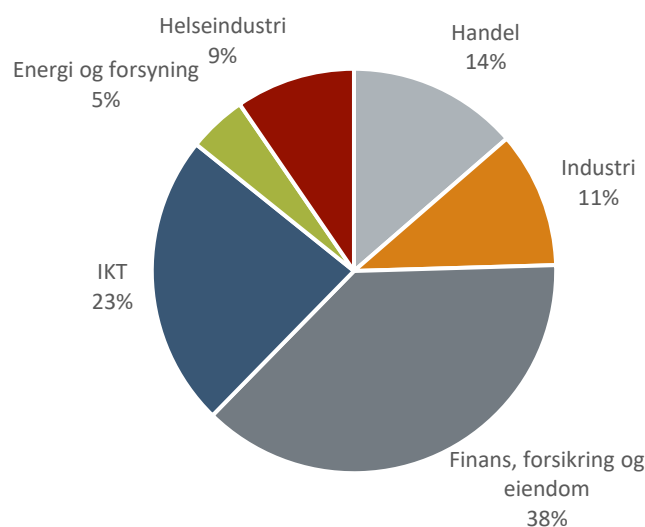
Oljefondet målt i amerikanske arbeidsplasser

Det kan være vanskelig å danne seg et inntrykk av hvor store Oljefondets amerikanske investeringer faktisk er. For å visualisere det har vi beregnet hvor mange arbeidsplasser de amerikanske investeringene til SPU omfatter. Dette har vi gjort ved å kartlegge eierskapet til SPU i samtlige børsnoterte selskaper i USA, og sammenholdt det med antallet av ansatte i disse. Samlet dekker vår kartlegging 37 millioner arbeidsplasser hos amerikanske selskaper. Derav er 26 millioner arbeidsplasser i USA, mens de resterende 13 millioner er utenlandske arbeidsplasser hos amerikanske selskaper.

Det gjennomsnittlige eierskapet til SPU i disse selskapene er 0,82 prosent, og basert på eierskapsandelen for hvert selskap finner vi at SPUs investeringer omfatter over **300 000 arbeidsplasser hos amerikanske selskaper**. Ser vi bare på andelen amerikanske arbeidsplasser, estimerer vi at tallet er 215 000 arbeidsplasser. Dermed blir det enorme omfanget av Oljefondets investeringer klart.

SPUs investeringer dekker over stor sett alle sektorer og i figuren under viser vi den sektorielle fordelingen.

Figur 19. Fordelingen av SPUs aksjeinvesteringer på kategori. Kilde: NBIM.no og Menon Economics



Som det går frem av figuren er mer enn 50 prosent av investeringene konsentrert i sektorene IKT og finans. Mens IKT er drevet av store selskaper som Apple, Microsoft og Alphabet (Google), er finans drevet av de store amerikanske banker som Bank of America og JP Morgan Chase, samt en rekke store eiendomsselskaper.

Referanseliste

Congressional Research Service, 2022. *Offshore Wind Provisions in the Inflation Reduction Act*.

<https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IN/IN11980>

Ekornes (2022). *Annual report, Ekornes QM holding, 2021*. Ekornes.

Flokk (2022). *Sustainability is in our DNA, Annual report, 2021*. Flokk.

IRENA (2021). *World Energy Transitions Outlook: 1.5°C Pathway*. International Renewable Energy Agency.

[IRENA World Energy Transitions Outlook 2021.pdf](#)

McKinsey (2022). *The future of US healthcare: What's next for the industry post-COVID-19*.

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/the-future-of-us-healthcare-whats-next-for-the-industry-post-covid-19>

Menon (2019). *Internasjonalisering av ferdigvareindustrien*. <https://doga.no/globalassets/rapporter-og-caser/rapporter/internasjonalisering-av-ferdigvareindustrien-.pdf>

Menon (2021). *Strategier for økt produksjon og eksport av norsk helseindustri*. Menon-publikasjon nr. 45/2021.

[2021-45-Strategier-for-økt-produksjon-og-eksport-av-norsk-helseindustri.pdf \(menon.no\)](#)

Menon (2022). *Mulighetsrommet for Vikens næringsliv i etterkant av korona*. Menon-publikasjon nr. 5/2022.

[2022-5-Naeringsutvikling-i-Viken-etter-covid.pdf \(menon.no\)](#)

Menon (2022). *Eksportmeldingen 2022*. Menon-publikasjon nr. 89/2022.

<https://www.menon.no/wp-content/uploads/2022-89-Eksportmeldingen-2022.pdf>

Norsk Industri (2022). *Design- og ferdigvareindustrien: Verktøy for kraftfull eksportvekst*.

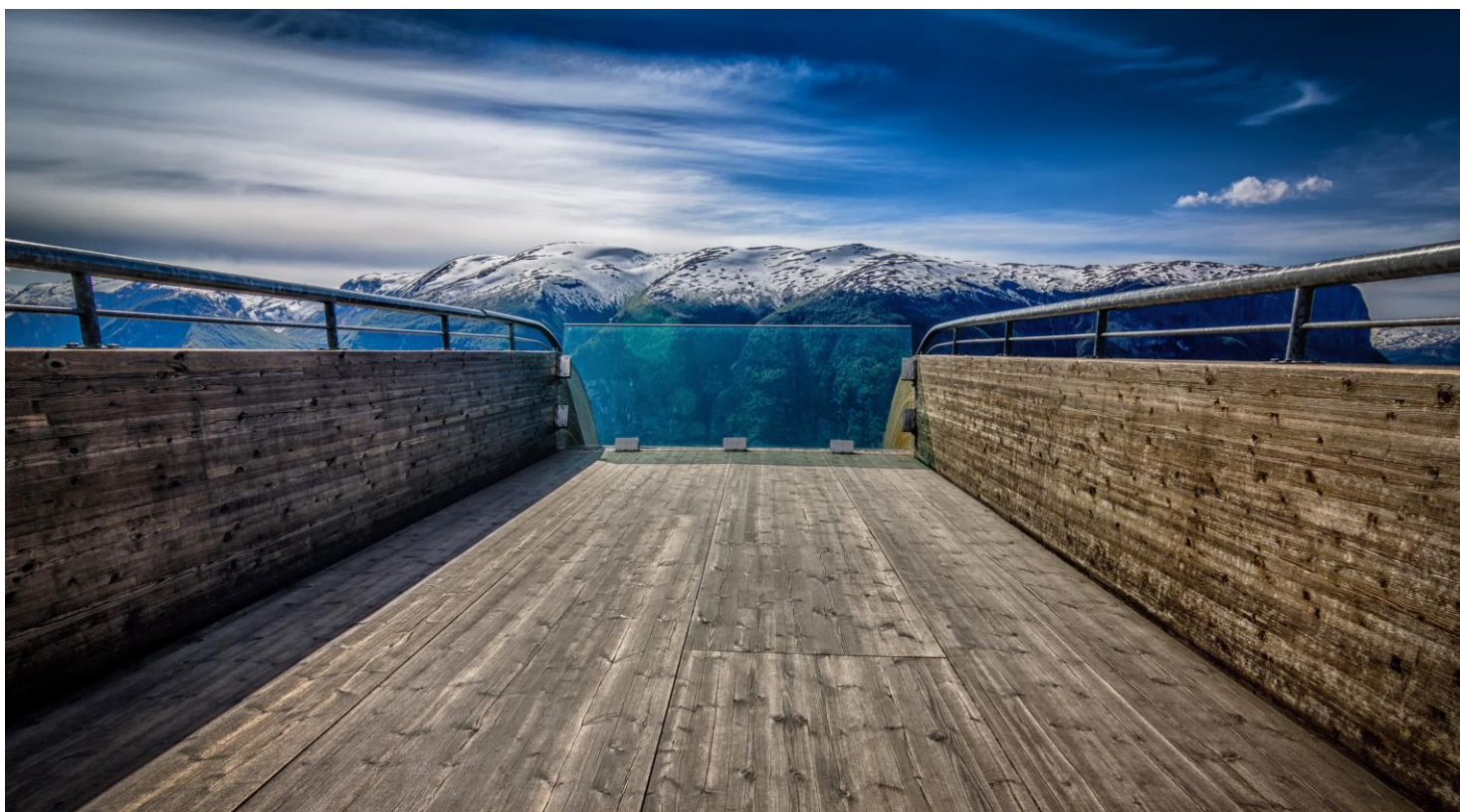
<https://www.norskindustri.no/contentassets/90beaccb57c948e8839a6a9b4c3bfda9/norsk-industri-designindustrien-rapport-2022-8.juni.pdf>

Offshore Wind Consultants Limited, 2022. *Inflation Reduction Act of 2022 is a Big Deal for U.S. Offshore Wind*.

<https://owcltd.com/inflation-reduction-act-of-2022-is-a-big-deal-for-u-s-offshore-wind/>

Rystad Energy (2021). *Internasjonal omsetning fra norske oljeserviceselskaper*.

<https://www.regjeringen.no/contentassets/d8415e1fbab841af96f5b65f526e3292/20211122-rystad-energy-internasjonal-omsetning-offentlig-rapport-2021.pdf>



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter.

Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked.

Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no