



30. juni 2010

Rapport

Effekter af fælles eksportfremstød i 2008 og 2009

Indhold

1	EXECUTIVE SUMMARY	1
2	RESUMÉ	3
3	INDLEDNING	6
4	EFFEKTER AF EKSPORTFREMSTØD I 2008 OG 2009.....	8
	4.1 Undersøgelsens grundlag: Population, stikprøve og svarprocenter	8
	4.2 Effekter i form af øget eksport/omsætning på markedet	11
	4.3 Effekter i form af øget etablering på markedet.....	24
	4.4 Effekter i form af styrket kontakt til/dialog med strategisk vigtige parter	31
	4.5 Betydningen af tilskud	38
	4.6 Supplerende analyser	40
5	EFFEKTER AF EKSPORTFREMSTØD FRA 2006 TIL 2009	45
	5.1 Effekter i form af øget eksport/omsætning på markedet	45
	5.2 Effekter i form af øget etablering på markedet.....	47
	5.3 Effekter for kontakt til strategisk vigtige parter	49
	5.4 Betydningen af tilskud for deltagelsen	51
6	SIGNIFIKANSANALYSE	53
	6.1 Virksomhedsstørrelse	53
	6.2 Etableret på markedet før fremstødet	54
	6.3 Officielt vs. ikke-officielt fremstød	55
	6.4 Kulturelle faktorer	55
	6.5 Effekt ift. omsætning og eksportintensitet	56

1 Executive summary

The Export Council provides a subsidy for more than 100 joint export promotions every year, with the participation of more than 1,000 companies in total. To measure the effect of these promotions, DAMVAD a/s, on behalf of the Export Council, has conducted an effect evaluation in the spring of 2010.

The effect evaluation has been conducted on the joint export promotions that have received subsidies between 2008 and 2009, and is an update of the effect evaluation from 2008, regarding the joint export promotions from 2006–2008. Three different types of effects for the participating companies have been measured: 1) Increased exports, 2) Establishment on the market and 3) Strengthened contact to important partners on the market.

Information for the effect evaluation has been collected through an electronic questionnaire among the 2,597 persons, who on the behalf of a Danish company participated in joint export promotions during the period. 31 % of the participants answered the questionnaire, resulting in reliable and representative results.

The total export effects of the joint export promotions can be counted in billions

The total export effect – measured as a larger turnover for the companies on the markets where they in the period participated in an export promotion, is estimated to amount to 5.3 billion DKK. This corresponds to an average effect of 1.9 million DKK per company and a total effect of 2.7 billion DKK yearly. The average effect for the promotions in 2006-2008 was 1.8 million DKK per company, but with a higher number of participants in that period, the total effects amounted to 6.2 billion DKK. In the entire period from 2006–2009, the total effect is thereby estimated to be 11.5 billion DKK.

The export effect has been higher on growth markets, and the average export effect on markets with more than 5% GDP growth per year is 3.1 million DKK, while it is 2.6 million DKK on markets with a GDP growth of 5 % or less.

Comparing the export effects across the size of the companies, it can be seen that the small and medium sized companies have achieved an export effect of 1.5 million DKK on average, while the bigger companies have achieved an effect of 2.5 million DKK on average. The bigger companies therefore, realize higher effects measured in absolute numbers. However, when looking at the relative effects of the export promotions on the companies' turnover, it is clear that companies with a low turnover per year achieve an export effect, which is higher than companies with a high turnover per year.

The companies generally indicate that the participation in the export promotions to a high degree has been a decisive factor for the achieved effect. 90 % of the small and medium sized companies have indicated that the promotion has been a decisive factor to a “high” or “very high” degree, while the corresponding number for the bigger companies is 80 %.

Joint export promotions contribute to the establishment of Danish companies on new markets

Approximately one third of the companies who participated in the joint export promotions subsidized by the Export council, and who was not already active on the market in question (e.g. with subsidiaries, agents, direct sales) indicated that the export promotions had a higher importance, than the companies who were already established before the promotions. Among the companies who established themselves or expect to establish themselves app. 45 % indicated that the promotions to a “high” or “very high” degree were a decisive factor for the establishment, while only 6 % indicated that the promotions were not decisive.

The companies strengthen their contacts with important partners by participating in the joint export promotions

Close to 90 % of the companies specify, that one of their purposes with the participation in the joint export promotions was to strengthen the contacts with important partners. 80 % of the companies indicate that the contacts actually have been strengthened, following the promotions. The largest effect is towards companies on the market (55 %), while the second-highest effect is towards other Danish companies (20 %), followed by strengthened contacts to foreign authorities (19 %).

The subsidy from the Export Council makes a difference

In general, the companies indicate that the subsidy from the Export Council has a high importance in their decision to participate. This can especially be seen among the small and medium sized companies.

70 % of the small and medium sized companies indicate that the subsidy has had a “high” or “very high” importance in the decision to participate, while only 3 % of these companies indicate that the subsidy had no importance. For the larger companies, the corresponding numbers are 50 % who indicate a “high” or “very high” importance, while 7 % indicate that the subsidy had no importance.

2 Resumé

Eksportrådet giver hvert år tilskud til mere end 100 fælles eksportfremstød med deltagelse af mere end 1.000 virksomheder i alt. For at måle effekten af disse eksportfremstød har DAMVAD a/s på vegne af eksportrådet gennemført en effektmåling i foråret 2010.

Effektmålingen er foretaget på fremstød, der har modtaget tilskud i perioden 2008 til 2009, og fungerer som en opdatering af en tidligere effektmåling fra 2008, vedr. eksportfremstødene i 2006-2008. Der er målt på tre forskellige former for effekter for de deltagende virksomheder: 1) Øget eksport, 2) Etablering på markedet og 3) Forbedret kontakt til strategisk vigtige parter på markedet.

Effektmålingen er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse, der omfattede 2.597 personer, der på vegne af en dansk virksomhed deltog i et fremstød i perioden. Med en svarprocent på 31 vurderes de fremkomne resultater at være pålidelige og repræsentative.

Den samlede eksporteffekt af fælles fremstød skal tælles i milliarder

Den samlede eksporteffekt – opgjort som større omsætning for virksomhederne på de markeder, hvor de i perioden deltog i et fremstød – skønnes at være i alt 5,3 mia.kr. Det svarer til en gennemsnitlig mereeksport på 1,9 mio. kr. pr. virksomhed og en samlet eksporteffekt på ca. 2,6 mia.kr. årligt. Den gennemsnitlige mereeksport for fremstødene i 2006-2008 var 1,8 mio. kr. pr. virksomhed, men med flere deltagere i fremstødene var de samlede eksporteffekter på ca. 6,2 mia. kr. I hele perioden fra 2006-2009 skønnes altså at være opnået en samlet eksporteffekt på 11,5 mia. kr.

Eksporteffekten har været størst på vækstmarkederne. Den gennemsnitlige eksporteffekt til lande med BNP-vækst på mere end 5 % er opgjort til ca. 3,1 mio. kr., mens den er opgjort til 2,6 mio. kr. til lande med BNP-vækst på 5 % eller mindre.

Sammenligner man effekter i forhold til størrelsen af de danske virksomheder, ses en eksporteffekt på gennemsnitligt 1,5 mio.kr. for SMV'er, og en effekt på 2,5 mio. kr. for de større virksomheder. Det ser altså ud til, at de lidt større virksomheder i absolutte tal umiddelbart kan høste de største gevinster. Derimod viser analysen, at virksomheder med en lavere årsomsætning opnår en eksporteffekt som relativt set er langt større, end for virksomhederne med en høj årsomsætning.

Virksomhederne, især de mindste, tillægger generelt deltagelse i fremstød stor betydning for den opnåede effekt. Således har ca. 90 % af SMV'erne oplyst, at

fremstødet var udslagsgivende i "nogen", "høj" eller "meget høj" grad, mens det samme er tilfældet for ca. 80 % af de større virksomheder.

Fælles fremstød bidrager til danske virksomheders etablering på nye markeder

Ca. en tredjedel af de virksomheder, der deltog i fremstød støttet af Eksportrådet, og som opnåede en eksporteffekt, var ikke i forvejen aktive på det pågældende marked (f.eks. med datterselskab, agent eller direkte salg), og disse tillagde fremstødene en større betydning, end de virksomheder, som allerede var etableret før fremstødene.. Blandt de virksomheder som har opnået, eller forventer at opnå, øget etablering, har godt 45 % angivet, at fremstødene i meget høj eller høj grad var udslagsgivende for etableringen, mens kun ca. 6 % har angivet, at fremstødene ikke var udslagsgivende i nogen grad.

Virksomheder styrker de strategisk vigtige kontakter ved at deltage i fælles fremstød

Knap 90 % af virksomhederne oplyser, at et af deres formål med deltagelsen i fremstødene var at styrke kontakten til strategisk vigtige parter. 80 % af virksomhederne har angivet, at kontakten til strategisk vigtige parter er styrket, som følge af eksportfremstødene. Langt den største effekt (55 %) gælder kontakten til virksomheder på markedet. Den næst-vigtigste effekt (20 %) vedrører et styrket netværk til andre danske virksomheder, men også kontakten til udenlandske myndigheder er vigtig (19 %).

Tilskuddet fra Eksportrådet gør en forskel

Generelt tillægger virksomhederne tilskuddet fra Eksportrådet stor betydning for deres beslutning om at deltage i et eksportfremstød. Det gælder især SMV'erne

70 % af SMV'erne angiver, at tilskuddet har haft "høj" eller "meget høj betydning" for deltagelsen, mens kun 3 % af SMV'erne ikke mener, at tilskuddet har haft betydning. For de større virksomheder angiver 50 % af tilskuddet har haft "høj" eller "meget høj" betydning, og kun 7 % angiver at tilskuddet ingen betydning har haft.

Resultater af fælles eksportfremstød (2009-2009)	
Formål med deltagelse	
At øge omsætningen på markedet	88 %
At etablere sig på markedet	24 %
At forbedre kontakten til strategisk vigtige parter	87 %
Andre formål	25 %
Opnåede effekter	
Samlet meromsætning	5,3 mia. DKK
Eksporteffekt pr. virksomhed (gennemsnit)	1,9 mio. DKK
Succesrate, etablering på markedet	58 %
Succesrate, styrket kontakt til strategisk vigtige parter som følge af eksportfremstødet	80 %
Eksportfremstødets betydning for opnåede effekter	
Tillægger eksportfremstødet stor eller meget stor betydning for mereeksport	44 %
Tillægger eksportfremstødet stor eller meget stor betydning for etablering på markedet	45 %
Tillægger tilskud fra Eksportrådet stor eller meget stor betydning for beslutning om at deltage	
* SMV'er	70 %
* Større virksomheder	50 %

Kilde: DAMVAD 2010

3 Indledning

Eksportrådet har mulighed for at yde tilskud til fælles eksportfremstød. Formålet med fælles eksportfremstød er at give de deltagende virksomheder større viden om markedsvilkår og forretningsvilkår, samt at skabe kontakter til forretnings- og samarbejdspartnere på eksportmarkedet.

Desuden forventes det, at der kan opnås en betydelig synergieffekt ved at fremstødene foregår i fællesskab mellem flere virksomheder, og at de større virksomheder "baner vejen" for de mindre virksomheder, som kan drage fordel af de store virksomheders tilstedeværelse. Herudover skabes der en videndeling mellem deltagerne, således at de eksempelvis sparrer med hinanden omkring fælles problemstillinger eller udfordringer på det pågældende marked.

Herudover er det naturligtvis forhåbningen, at de deltagende virksomheder i de fælles eksportfremstød opnår nogle målbare effekter, i forhold til det formål de har med at deltage. Virksomhederne har typisk et eller flere af de følgende tre formål med at deltage:

- Opnå øget eksport/omsætning på markedet
- Opnå øget etablering på markedet
- Opnå øget kontakt til strategisk vigtige parter på markedet

Derfor er det interessant at se nærmere på om de deltagende virksomheder har opnået målbare effekter som følge af fremstødene, i forhold til disse tre formål med at deltage.

Eksportrådet gennemførte i foråret 2008 en måling af disse effekter, af de fælles eksportfremstød, der har modtaget tilskud fra Eksportrådet, i perioden fra primo 2006 til primo 2008. Målingen viste bl.a., at den samlede eksporteffekt – opgjort som større omsætning for virksomhederne på de markeder, hvor de i den gældende periode deltog i et fremstød – skønnes at være i alt 6,2 mia.kr. Det svarer til en gennemsnitlig mereeksport på 1,8 mio. kr. pr. virksomhed og en samlet eksporteffekt på 3,1 mia.kr. årligt.

Med henblik på at monitorere udviklingen i virksomhedernes udbytte af deltagelsen i de fælles eksportfremstød, har Eksportrådet bedt DAMVAD om at gennemføre en opdatering af effektmålingen fra foråret 2008.

Denne opdatering dækker derfor over de fælles eksportfremstød, der er ydet tilskud til i perioden fra 2008 til 2009. Målingen fungerer først og fremmest som en opdatering af 2008-målingen, hvilket vil sige at de analyser, som er foretaget stemmer overens med de analyser, som også er foretaget i 2008-målingen.

Herudover indeholder den opdaterede måling en sammenfatning af resultaterne fra 2006-2008, sammenlignet med resultaterne af effekterne for fremstødene i perioden 2008-2009, og endvidere præsenteres resultaterne for hele perioden sammenlagt, dvs. fra 2006 til 2009. Hermed er det muligt at se på udviklingen i effekterne af eksportfremstødene, i forhold til en række karakteristika, for såvel virksomhederne, som for fremstødene.

Slutteligt præsenterer den nye måling en række supplerende analyser, hvor der bl.a. ses på succesrater og gennemsnitlige eksporteffekter, sat i forhold til en række karakteristika ved fremstødene, ligesom der afslutningsvist statistisk set gøres rede for målingens stærkeste resultater.

4 Effekter af eksportfremstød i 2008 og 2009

I dette kapitel præsenteres resultaterne for målingen omfattende eksportfremstød i perioden 2008 til 2009. Indledningsvist præsenteres grundlaget for målingen i form af en kortere gennemgang af undersøgelsens population, stikprøve og svarprocenter. I forlængelse heraf, præsenteres dernæst de opgjorte effekter i form af hhv. øget eksport/omsætning, øget etablering på markedet, styrket kontakt til strategisk vigtige parter, samt betydningen af tilskud for deltagerne. Afslutningsvist præsenteres en række supplerende analyser herunder analyser af succesrater og den gennemsnitlige eksporteffekt i forhold til en række faktorer.

4.1 Undersøgelsens grundlag: Population, stikprøve og svarprocenter

Som nævnt ovenfor, præsenteres indledningsvist grundlaget for målingen i form af en kortere gennemgang af undersøgelsens population.

Grundpopulation udgøres af de virksomheder og personer, som har deltaget i eksportfremstød medfinansieret af Eksportrådet, via ordningen for fælles eksportfremstød, fra 1. januar 2008 til 31. december 2009, og dækker derfor en toårig periode. Det samlede antal deltagere for denne periode udgør 2.838 deltagere.

Blandt disse udelades dog de 209 personer som var koordinatorene på fremstødene, samt 25 personer hvortil der var knyttet manglende eller ugyldige e-mails. Der blev derfor udsendt invitationer til i alt 2.604 deltagere i eksportfremstødene i perioden 2008 til 2009. Af disse er 7 outliers blevet sorteret fra, således at den samlede grundpopulation udgør 2.597 personer.

Blandt disse 2.597 deltagere, repræsenterer 64 deltagere ikke en virksomhed, men derimod videninstitutioner, et ministerium, foreninger eller fonde. Disse 64 deltagere har modtaget et andet spørgeskema end repræsentanterne fra virksomhederne, idet de ikke har mulighed for at svare på spørgsmål om omsætningsforøgelser som følge af fremstødene.

Respondenterne er inviteret til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen via e-mail, hvor respondenterne har fået en invitation med oplysning om formålet med undersøgelsen og en specifikation af hvilket fremstød der var tale om, på hvilke datoer

fremstødet foregik, samt navnet på den arrangerende virksomhed. Spørgeskemaundersøgelsen blev igangsat medio marts 2010 og der blev herefter udsendt to remindere til de respondenter, som endnu ikke havde deltaget. Disse blev udsendt d. 25 marts 2010 og d. 30. marts 2010. Spørgeskemaundersøgelsen blev afsluttet mandag d. 5. april 2010. Efter indlæsning af deltagerlisten i softwareprogrammet Analyzer, hvori administrationen af spørgeskemaundersøgelsen foregår, returneredes 380 invitationer fra virksomhedsrepræsentanter og 4 invitationer fra de andre deltagere, fordi e-mailen ikke kunne leveres til deltageren.

Således udgør stikprøven i alt 2.152 deltagende virksomheder og 60 andre deltagere, svarende til ca. 85 pct. af grundpopulationen. Besvarelserne fordelte sig som det ses i nedenstående tabel. I alt gennemførte 662 deltagere fra virksomhederne spørgeskemaet og 23 andre deltagere, resulterende i svarprocenter på henholdsvis ca. 31 pct. og 38 pct.

Tabel 1: Svarprocenten

	Virksomheder	Andre
Respondenter	2.152	60
Gennemførte	663	23
Ønsker ikke at deltage	81	0
Ikke svaret	1.417	37
Outliers	7	0
Svarprocent	31 pct.	38 pct.

Kilde: DAMVAD 2010

Nedenstående tabel viser antallet og andelen af tilkendegivelser, delt ud på formålet med at deltage i fremstødet. Deltagerne har haft mulighed for at angive flere formål med deltagelsen. Som det ses, angiver knap 90 pct. at formålet var at øge eksporten. Det ses ligeledes, at tilsvarende knap 90 pct. angiver at formålet var at styrke kontakten til partnere og andre relevante aktører. Deltagerne lægger altså lige stor vægt på at styrke relationer, som på den rene omsætningseffekt. Det er interessant at kun 23 pct. angiver at de deltog med ønsket om at etablere sig på markedet, og det viser, at deltagerne primært fokuserer på relationer og omsætning, men primært med base i Danmark.

Tabel 2: Virksomhedernes formål med deltagelsen

	Antal	Andel
Antal gennemførte besvarelser	663	
Formålet var at øge eksporten	586	88,4 pct.
Formålet var at opnå etablering på markedet	156	23,5 pct.
Formålet var at styrke kontakten til partnere, etc.	577	87,0 pct.
Andre formål	168	25,3 pct.
I alt	1.487	

Kilde: DAMVAD 2010. Respondenterne har haft mulighed for at angive flere formål, hvilket er grunden til at totalen er højere end antal gennemførte.

Respondenterne har ligeledes haft mulighed for at angive evt. andre formål med deres deltagelse i fremstødene, og resultaterne af disse angivelser kan ses i nedenstående tabel. Som det ses, er det primært fire områder som deltagerne fokuserer på. 8,3 pct. af respondenterne angiver at de deltog med det formål at profilere eller brande virksomheden og/eller dens produkter, mens 6,9 pct. af respondenterne angiver at de deltog med det formål at etablere eller fastholde kontakten med partnere, i form af distributører, agenter, samarbejdspartnere m.fl. Herudover har mange respondenter angivet at de deltog med det formål, at etablere eller fastholde kontakt med kunder og at de ønsker at øge markedskendskabet. Desuden nævner nogle respondenter networking som et væsentligt formål med deltagelsen, mens andre nævner at deltagelsen giver mulighed for øget konkurrentkendskab.

Tabel 3 Andre formål med deltagelsen

Formål	Antal	Andel
Etablere/fastholde kontakt med partnere (distributører, agenter, samarbejdspartnere, etc.)	46	6,9 pct.
Øge kendskabet til konkurrenterne	7	1,1 pct.
Etablere/fastholde kontakt til kunder	37	5,6 pct.
Øge markedskendskabet	38	5,7 pct.
Networking	11	1,7 pct.
Profilering/branding af virksomheden og/eller virksomhedens produkter	55	8,3 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. Antallet af besvarelser stemmer ikke nødvendigvis overens med antallet af respondenter som har gennemført skemaet. Dette skyldes at nogle respondenter har angivet flere formål med deltagelsen, og derfor tæller med flere gange.

4.2 Effekter i form af øget eksport/omsætning på markedet

I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen i forhold til de effekter, som respondenterne har angivet at fremstødene har haft/forventes at vil få i form af øget eksport til markedet for fremstødet.

Indledningsvist opgøres de samlede eksporteffekter for fremstødene i perioden, fordelt på virksomhedernes størrelse, målt på antal ansatte. Herefter ses på eksporteffekterne i forhold til den betydning, som deltagerne har angivet at tilskudtet fra Eksportrådet har. Efterfølgende præsenteres resultaterne for øget eksport i forhold til en række betydende faktorer, herunder branche for virksomhederne, fremstødet sektorer, markedet for fremstødet, m.fl. Effekterne angives alene for de virksomheder som har angivet at de har opnået, eller forventer at opnå, øget eksport.

4.2.1 De samlede eksporteffekter i perioden

Nedenstående tabel viser de samlede eksporteffekter for fremstødene i perioden 2008-2009, fordelt på om virksomheden er SMV eller ej. En virksomhed er defineret som SMV, når antallet af ansatte er over 100 og omsætningen udgør mere end 100 mio. DKK.

Det ses, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst for de større virksomheder, med 2,5 mio. DKK, mens SMV'erne har oplevet en gennemsnitlig eksporteffekt på ca. 1,5 mio. DKK. Der er flere SMV'er end større virksomheder repræsenteret i undersøgelsen, men da de gennemsnitlige eksporteffekter er højest for de større virksomheder, er de samlede eksporteffekter opregnet til populationen tilsvarende størst for de større virksomheder med 2.804 mio. DKK, mens SMV'erne samlet set har opnået en effekt på 2.474 mio. DKK.

Under bearbejdningen af data er der identificeret outliers for ca. 463 mio. DKK, og de samlede eksporteffekter udgør 4.815 mio. DKK uden outliers, mens de inkl. outliers udgør ca. 5.278 mio. DKK.

Tabel 4: Eksporteffekt totalt og fordelt på virksomhedernes størrelse

	SMV'er	Større virksomheder	Total
Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	371	252	623
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport	1,5 mio. DKK	2,5 mio. DKK	1,9 mio. DKK
Population	1.511	1.022	2.533
Samlet effekt	2.249 mio. DKK	2.566 mio. DKK	4.815 mio. DKK
Effekt fra outliers	225 mio. DKK	238 mio. DKK	463 mio. DKK
Samlet effekt inkl. outliers	2.474 mio. DKK	2.804 mio. DKK	5.278 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. Populationen summerer i denne tabel til 2.597, hvilket skyldes at 7 respondenter besvarelsen er outliers, og derfor ikke er medtaget i beregningerne.

I tabellen herunder ses eksporteffekten for de deltagere, som tillægger tilskuddet fra eksportrådet meget stor eller stor betydning. Det ses, at det igen er de større virksomheder som oplever den største effekt, med en gennemsnitlig eksporteffekt på 3,6 mio. DKK, mens SMV'erne oplever en eksporteffekt på 1,9 mio. DKK i gennemsnit.

Tabel 5: Eksporteffekt for de deltagere, som tillægger tilskuddet meget stor eller stor betydning

	SMV'er	Større virksomheder	Total
Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	122	65	187
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport, mio. DKK	1,9 mio. DKK	3,6 mio. DKK	2,5 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. I denne tabel er medtaget de respondenter som har angivet en eksporteffekt, og som har svaret at tilskuddet har stor eller meget stor betydning.

I den følgende tabel ses eksporteffekten for de virksomheder, som ikke har tillagt tilskuddet stor eller meget stor betydning. Her er den gennemsnitlige eksporteffekt 1,3 mio. DKK for SMV'erne, mens den er på 2,0 mio. DKK for de større virksomheder. Det ses altså, at den gennemsnitlige eksporteffekt er større for de virksomheder som tillægger tilskuddet meget stor eller stor betydning, end for de virksomheder som tillægger tilskuddet en lavere betydning.

Tabel 6: Eksporteffekt for deltagerne ekskl. de deltagere, som tillægger tilskuddet meget stor eller stor betydning

	SMV'er	Større virksomheder	Total
Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	249	187	436
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport, mio. DKK	1,3 mio. DKK	2,0 mio. DKK	1,6 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. I denne tabel er medtaget de respondenter som har angivet en eksporteffekt, og som ikke har svaret at tilskuddet har stor eller meget stor betydning.

4.2.2 Øget eksport og fremstødernes betydning

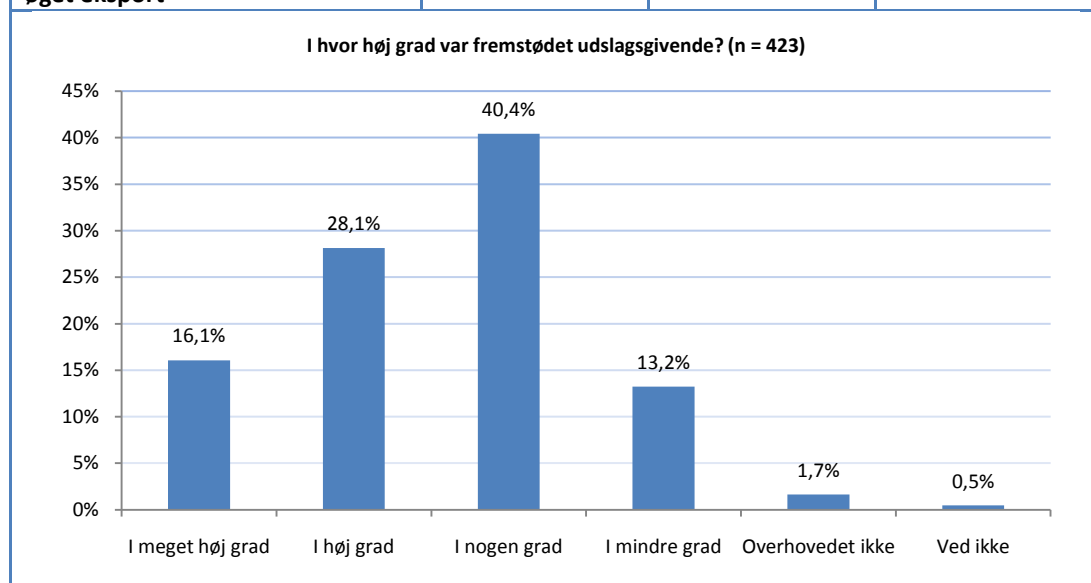
Tabellen nedenfor viser eksporteffekten for de deltagere, som har angivet at eksporten er eller forventes øget. Som det ses, har 432 deltagere, svarende til ca. 70 pct., angivet at eksporten er øget eller forventes øget, fordelt på 159 eller 25 pct. som har øget eksporten, og 273 eller 43 pct. som forventer at øge den.

Blandt de virksomheder, som har øget eksporten, er den gennemsnitlige eksporteffekt 2,2 mio. DKK, mens den for de deltagere, som forventer eksporten øget, ligger noget højere, med 3,2 mio. DKK i gennemsnit.

Af de 432 deltagere som har angivet at eksporten øges eller forventes øget, har 423 angivet i hvor høj grad fremstødet var udslagsgivende for den øgede eller forventet øgede eksport. Som det ses i figuren, angiver over 40 pct. at fremstødet i nogen grad var udslagsgivende, mens knap 15 pct. angiver at fremstødet var udslagsgivende i mindre grad, knap 30 pct. i høj grad og ca. 15 pct. angiver at fremstødet var udslagsgivende i meget høj grad. Næsten alle respondenterne angiver altså at fremstødet havde en betydning, og heraf placerer knap 45 pct. af de adspurgtes besvarelser sig i den mest positive ende.

Tabel 7: Eksporteffekten for de deltagere, som har angivet at eksporten er eller forventes øget

	Antal deltagere	Andel	Gns. eksporteffekt
Antal angivelser af, om fremstødet øger eksporten	623		
– Øget eksport	159	25,5 pct.	2,2 mio. DKK
– Forventer at opnå øget eksport	273	43,8 pct.	3,2 mio. DKK
Opnået eller forventer at opnå øget eksport	432	69,3 pct.	2,8 mio. DKK



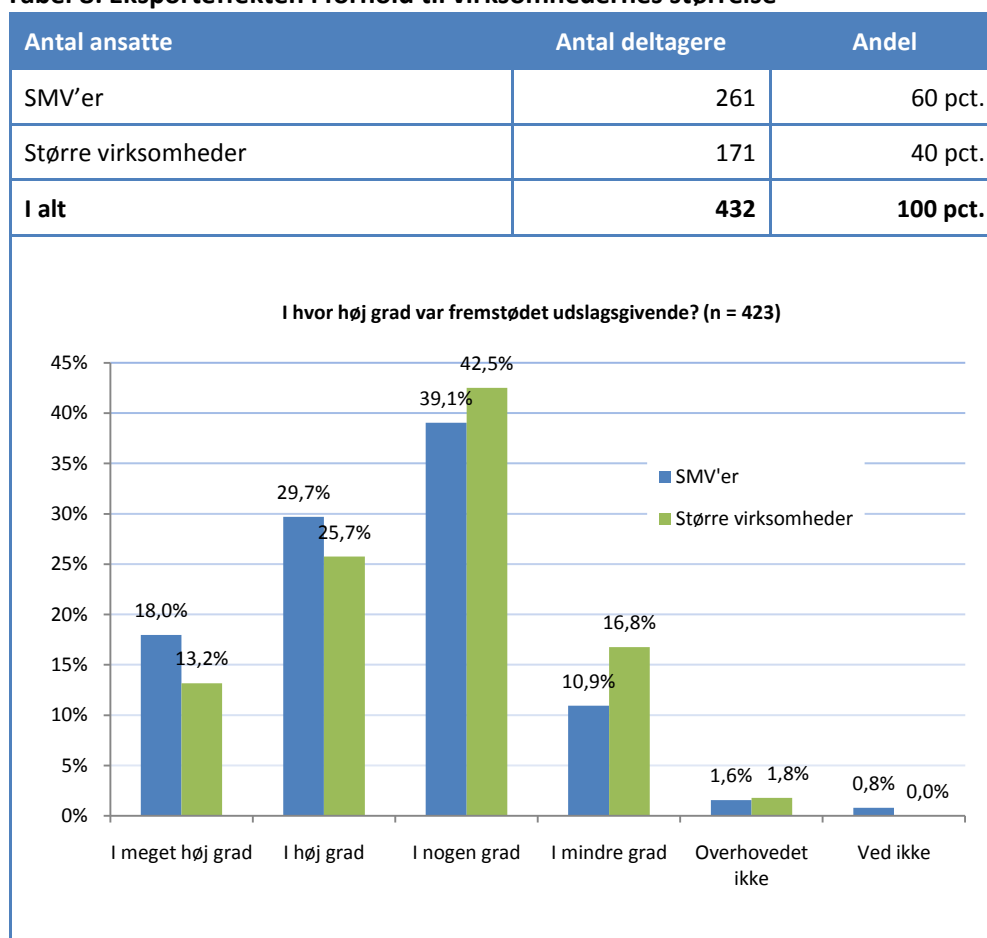
Kilde: DAMVAD 2010. 623 respondenter har angivet om fremstødet øger eksporten, og heraf har 432 angivet at eksporten er, eller forventes, øget. Af disse har 423 angivet en eksporteffekt i DKK.

4.2.3 Øget eksport i forhold til virksomhedernes størrelse

Nedenstående tabel fordeler eksporteffekten af fremstødene i forhold til om virksomheden er SMV eller ej, medtagende de respondenter, som har angivet at eksporten øges eller forventes øget.

Som det ses, er antallet af SMV'er, som har angivet at eksporten øges eller forventes øget, er højere end antallet af større virksomheder, med 261 SMV'er og 171 større virksomheder. I diagrammet ses det, at SMV'erne angiver resultater som er mere positive end de større virksomheder. F.eks. ses det, at af SMV'erne, angiver ca. 18 pct. at fremstødet var udslagsgivende i meget høj grad, mens kun ca. 13 pct. af de større virksomheder angiver dette. SMV'erne mener altså, at fremstødet har haft højere betydning end de større virksomheder.

Tabel 8: Eksporteffekten i forhold til virksomhedernes størrelse



Kilde: DAMVAD 2010. 432 respondenter har angivet at eksporten er, eller forventes, øget. Af disse har 423 angivet en eksporteffekt i DKK.

4.2.4 Øget eksport i forhold til virksomhedens omsætning og grad af internationalisering

Nedenstående tabel viser virksomhedernes angivne eksporteffekt samt relative eksporteffekt, sat i forhold til deres årlige omsætning. Hermed kan det ses, om omfanget af virksomhedernes eksisterende eksport har betydning for den opnåede eksport i absolutte tal, men også den relative indflydelse for virksomheden.

Tabellen viser ikke overraskende, at de større virksomheder med en høj omsætning, har opnået en højere gennemsnitlig eksporteffekt, end de virksomheder som har en lavere omsætning. Herudover viser figuren, at eksporteffekten til gengæld fylder relativt mere, for de virksomheder som har en lavere omsætning. Eksempelvis ses det, at den relative eksporteffekt for virksomheder med mellem 0 og 5

mio. DKK i omsætning, udgør 18 pct., mens den relative eksporteffekt udgør 5,6 pct. for de virksomheder, som har en omsætning på mellem 20 og 30 mio. DKK.

Tabel 9: Eksporteffekt i forhold til virksomhedernes omsætning

Omsætning	Antal	Gns. eksporteffekt	Relativ eksporteffekt
0 – 4.999.999 DKK	21	0,4 mio. DKK	18,0 pct.
5.000.000 – 9.999.999 DKK	53	0,7 mio. DKK	8,7 pct.
10.000.000 – 19.999.999 DKK	68	0,7 mio. DKK	4,7 pct.
20.000.000 – 29.999.999 DKK	50	1,4 mio. DKK	5,6 pct.
30.000.000 eller mere	31	2,5 mio. DKK	7,0 pct.
Total	614	1,9 mio. DKK	8,1 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. Der er under beregningerne til denne tabel frasortet 9 outliers.

Den følgende tabel viser den gennemsnitlige eksporteffekt i forhold til virksomhedernes eksportandel. Det ses af tabellen, at den gennemsnitlige eksporteffekt i absolutte tal er størst for de virksomheder som også har en stor eksportandel, mens virksomhederne med en lavere eksportandel også udviser en lavere gennemsnitlig eksporteffekt.

Tabel 10: Eksporteffekt i forhold til virksomhedernes internationalisering

Eksportandel	Antal	Gns. eksporteffekt
0 pct.	21	0,2 mio. DKK
1-9 pct.	53	0,7 mio. DKK
10-19 pct.	68	1,3 mio. DKK
20-29 pct.	49	0,7 mio. DKK
30-39 pct.	31	1,7 mio. DKK
40-49 pct.	42	1,3 mio. DKK
50 pct. eller mere	341	2,5 mio. DKK
Ved ikke	9	0,8 mio. DKK
Total	614	1,9 mio. DKK

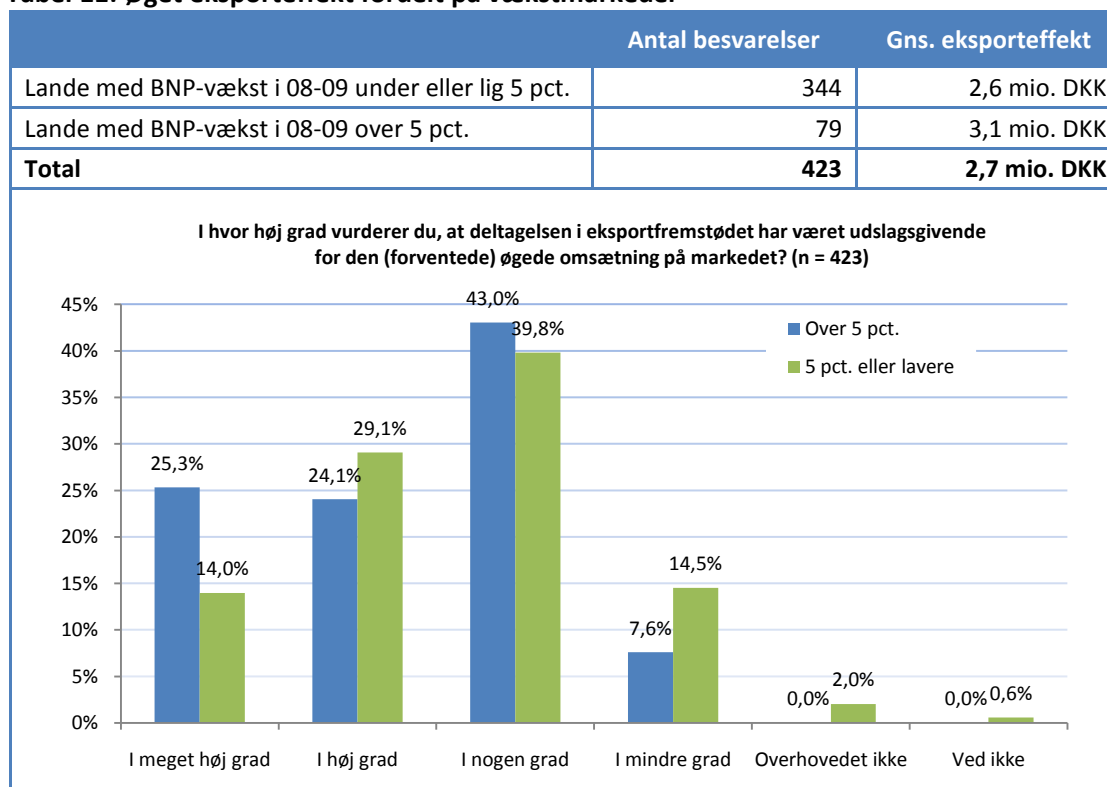
Kilde: DAMVAD 2010. Der er under beregningerne til denne tabel frasortet 9 outliers.

4.2.5 Øget eksport i forhold til vækstmarkeder

Den følgende tabel fordeler respondenternes angivne eksporteffekt, på hvorvidt det pågældende marked for fremstødet er et vækstmarked eller ej. Et vækstmarked er her defineret ud fra BNP-væksten i 2008 - 2009, og et land skal have haft en BNP-vækst på 5 pct. for at blive kategoriseret som et vækstmarked. Det ses, at fremstødene på vækstmarkeder udviser en højere gennemsnitlig eksporteffekt på 3,1 mio. DKK, sammenlignet med fremstød til lande med lavere vækst, som udviser gennemsnitlige eksporteffekter på 2,6 mio. DKK.

I figuren ses deltagernes vurdering af om fremstødet har været udslagsgivende for eksporteffekten, i fht. om fremstødet er gået til et vækstmarked eller ej. Det ses, at blandt de respondenter, som har deltaget i fremstød på vækstmarkeder, har 25 pct. angivet at fremstødet i meget høj grad var udslagsgivende for eksporteffekten, mens under 15 pct. af respondenterne, som har deltaget i fremstød på markeder som ikke var vækstmarkeder, har angivet at fremstødet i meget høj grad var udslagsgivende. Flere deltagere på fremstød på vækstmarkeder har altså angivet at deltagelsen i meget høj grad var udslagsgivende for eksporteffekten, mens lidt flere deltagere på ikke-vækst markeder, har angivet at fremstødet i høj, eller mindre grad var udslagsgivende.

Tabel 11: Øget eksporteffekt fordelt på vækstmarkeder



Kilde: DAMVAD 2010. 432 respondenter har angivet at eksporten er, eller forventes, øget. Af disse har 423 angivet en eksporteffekt i DKK. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

4.2.6 Øget eksport i forhold til fremstødets sektor

Nedenstående tabel viser eksporteffekten sat i forhold til den sektor som fremstødet tilhører. Kun de respondenter, som har angivet at eksporten er øget eller forventes øget, er medtaget.

Tabellen viser, at blandt de respondenter, som har svaret at eksporten er øget eller forventes øget, har der været flest fremstød inden for industri-sektoren med 91 angivelser, mens der har været færrest inden for IT og elektronik, med 9 angivelser. Den gennemsnitlige eksporteffekt er dog størst for de fremstød, som er foregået inden for IT og elektronik sektoren, med 10,7 mio. DKK i gennemsnitlig effekt for de deltagende virksomheder, mens der for fremstød inden for Energi og klima-sektoren, er opgjort de næsthøjeste gennemsnitlige effekter på 4,9 mio. DKK.

Tablet 12: Eksporteffekten i forhold til fremstødets sektor

Sektor	Antal deltagere	Gns. eksporteffekt
Beklædning og møbler	20	1,2 mio. DKK
Bygge og anlæg	16	2,3 mio. DKK
Energi og klima	97	4,9 mio. DKK
Fiskeindustri	18	1,5 mio. DKK
Fødevarer	53	1,6 mio. DKK
Industri	91	2,3 mio. DKK
IT og elektronik	9	10,7 mio. DKK
Sundhed	31	1,5 mio. DKK
Vandforsyning	18	1,6 mio. DKK
Andet	70	2,6 mio. DKK
I alt	423	2,9 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

4.2.7 Øget eksport i forhold til virksomhedernes branchemæssige tilknytning

Nedenstående tabel sætter de gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til den branche som virksomheden tilhører, og det bliver dermed muligt at opgøre, hvilke brancher som angiver de største effekter af deltagelsen. Brancherne for virksomhederne er fundet ved at matche virksomhedernes CVR-numre med informationer fra databasen Experian, som indeholder en række informationer, herunder branche, for alle danske virksomheder.

Det ses, at der er flest virksomheder i fremstillingsbranchen, som har angivet at eksporten er øget eller forventes øget, med 194 angivelser, efterfulgt af branchen for handel, transport, hoteller og restauranter, med 109 angivelser. Der er færrest angivelser inden for de primære erhverv, operationel service, samt den offentlige sektor, med henholdsvis 3, 4 og 4 angivelser.

Bygge- og anlægsbranchen angiver den højeste gennemsnitlige eksporteffekt med ca. 14 mio. DKK, og denne effekt ligger langt højere end de øvrige brancher, og effekten er cirka 2,5 gange større end for branchen med de næsthøjeste effekter, nemlig IKT, vidensservice, ejendomshandel og udlejning, med 5,5 mio. DKK i gennemsnitlig effekt.

Lavest ligger branchen for operationel service, med kun 40.000 DKK i gennemsnitlig eksporteffekt, men det skal dog bemærkes at denne branche kun er repræsenteret af fire virksomheder. Den samlede gennemsnitlige eksporteffekt, på tværs af brancherne, udregnet ved et vejet gennemsnit, er på ca. 3 mio. DKK.

Tabel 13: Eksporteffekt i forhold til virksomhedernes branche

Branche	Antal	Gns. eksporteffekt
Bygge og anlæg	10	14 mio. DKK
Fremstilling	194	2,3 mio. DKK
Handel, transport og hoteller og restauranter	109	2 mio. DKK
IKT, Vidensservice, ejendomshandel og udlejning	73	5,5 mio. DKK
Offentlig sektor	4	1,5 mio. DKK
Operationel service	4	0,04 mio. DKK
Primære erhverv	3	4,5 mio. DKK
Uoplyst	26	1,9 mio. DKK
Total	423	3 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

4.2.8 Øget eksport i forhold til verdensdelen for afholdelse af fremstødet

I dette afsnit præsenteres de gennemsnitlige eksporteffekter, sat i forhold til verdensdelen for det land som eksportfremstødet foregår i. Fremstødene dækker Amerika (nord, mellem og syd), Asien, Europa og Mellemøsten.

Som det ses, har der blandt de respondenter, som har angivet at eksporten er øget eller forventes øget, været størst repræsentation i Europa med 261 deltagere, og færrest i Mellemøsten med 20 deltagere.

Den gennemsnitlige eksporteffekt ligger relativt tæt for alle verdensdelene, lavest i Amerika med 2,3 mio. DKK, og højest i Asien, med 3,0 mio. DKK. Den samlede gennemsnitlige eksporteffekt på tværs af verdensdelene, udgør 2,7 mio. DKK.

Tabel 14: Eksporteffekt i forhold til fremstødets verdensdel

Verdensdel	Antal	Gns. eksporteffekt
Amerika	31	2,3 mio. DKK
Asien	111	3,0 mio. DKK
Europa	261	2,6 mio. DKK
Mellemøsten	20	2,6 mio. DKK
Total	423	2,7 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

4.2.9 Øget eksport i forhold til om fremstødet er officielt eller ikke-officielt

Denne tabel fokuserer på om eksportfremstødet er officielt eller ikke-officielt, og fordeler således den gennemsnitlige eksporteffekt ud på dette. Et officielt fremstød er defineret ved at have deltagelse af en person fra kongehuset, eller en minister.

Tabellen viser, at blandt deltagerne i 2008 - 2009, som har angivet en eksporteffekt eller en forventet eksporteffekt, er der markant færre som har deltaget i officielle fremstød, med 42 angivelser, mens der er 381 deltagere på ikke-officielle fremstød. Det ses dog, at de officielle fremstød har en næsten dobbelt så stor gennemsnitlig eksporteffekt, som de ikke-officielle fremstød, med ca. 5 mio. DKK i gennemsnitlig eksporteffekt pr. virksomhed. Det kan altså konkluderes, at det har haft en stor betydning for fremstødets succes, om der var deltagelse af en eller flere officielle personer.

Blandt deltagerne i 2006 - 2008 var de gennemsnitlige effekter noget højere, men der tegner sig det samme billede som ved fremstødene 2008 - 2009, nemlig at de officielle fremstød har en højere eksporteffekt end de ikke-officielle. Samlet set, har de officielle fremstød i hele perioden opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på 5,2 mio. DKK, mens de ikke-officielle har opnået en effekt på 3,2 mio. DKK.

Tabel 15: Eksporteffekt fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

Fremstødstype	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾		Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾		Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ³⁾	
	Antal	Gns. eksporteffekt	Antal	Gns. eksporteffekt	Antal	Gns. eksporteffekt
Officielt fremstød	9	5,6 mio. DKK	42	5 mio. DKK	51	5,2 mio. DKK
Ikke-officielt fremstød	159	4,5 mio. DKK	381	2,6 mio. DKK	540	3,2 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK	423	2,9 mio. DKK	591	3,4 mio. DKK

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

4.2.10 Øget eksport i forhold til kulturelle faktorer

De følgende to tabeller angiver de gennemsnitlige eksporteffekter, sat i forhold til kulturelle faktorer for landet, i form af de to indeks "Power Distance Index" og "Uncertainty Avoidance Index".

Power Distance Index angiver, hvor meget de mindre magtfulde personer i en organisation eller institution i et land, accepterer at magten ikke er fordelt ligeligt. Danmark er et eksempel på et land med en lav magtdistance og dermed en lav score i PDI-indekset, fordi folk forventer en demokratisk tilgang til magtfordelingen, og at eksempelvis ansatte forventer at blive behandlet ligeligt. Filippinerne er et eksempel på et land med en høj score i PDI, og dermed en høj magtdistance.

UAI-indekset måler, hvor meget befolkningen er bekymret for det ukendte, og derfor forsøger at minimere usikkerheden, hvilket eksempelvis giver sig til udtryk ved at folk sjældent skifter job, og at samfundet opstiller mange regler og love. Igen er Danmark et eksempel på et land med en lav score i dette indeks, mens eksempelvis Japan har en høj score.

Følgende tabel viser de gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til PDI-score, og det ses, at de lande som har en lav magtdistance, og dermed ligner Danmark mest, udviser en lavere gennemsnitlig eksporteffekt. Det ses desuden, at jo højere magtdistancen er på markedet for fremstødet, jo højere er den gennemsnitlige

eksporteffekt. Virksomhederne som deltager i fremstødene på de markeder som ligner Danmark mindst, målt på magtdistance, har dermed været bedre til at opnå positive eksporteffekter. Det ses dog også, at der har været markant færre fremstød i lande som ligner Danmark mest, og flest i gruppen med en magtdistance score på PDI-indekset, på mellem 36-65.

Table 16: Eksporteffekt i forhold til PDI-score

Power Distance Index (PDI)	Antal	Gns. eksporteffekt
0-35	32	1,7 mio. DKK
36-65	212	2,4 mio. DKK
Over 65	153	3,5 mio. DKK
Uoplyst	26	2,4 mio. DKK
Total	423	2,7 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

Table 17 nedenfor viser den tilsvarende UAI-score for landene for fremstødene, og måler altså usikkerhedsundgåelse. Måles fremstødene på dette indeks, har der igen været færrest fremstød i de lande som ligner Danmark mest, og flest i de lande som ligner Danmark mindst, og dermed har en høj score på UAI-indekset. Der er ikke et entydigt billede af den gennemsnitlige eksporteffekt, når man fordeler fremstødene mht. dette indeks. Både fremstød i lande med lav score og høj score udviser således en eksporteffekt på 2,6 mio. DKK i gennemsnit, mens fremstød i lande med en score på 36-65, har haft den højeste eksporteffekt, på 3,4 mio. DKK i gennemsnit.

Table 17: Eksporteffekt i forhold til UAI-score

Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Antal	Gns. eksporteffekt
0-35	76	2,6 mio. DKK
36-65	125	3,4 mio. DKK
Over 65	196	2,6 mio. DKK
Uoplyst	26	2,4 mio. DKK
Total	423	2,8 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. De gennemsnitlige eksporteffekter er opgjort ekskl. outliers.

4.2.11 Fremstødets betydning i forhold til virksomhedens grad af internationalisering

I dette afsnit ses nærmere på virksomhedernes grad af internationalisering, defineret som andelen af virksomhedens omsætning, som kommer fra eksport. Tabellen nedenfor viser respondenternes angivelse af betydningen af fremstødet i fht. virksomhedens eksportandel. Betydningen er udregnet på baggrund af spørgsmålet om *"I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet?"*, og en score på 5 angiver en høj betydning, mens 1 angiver ingen betydning.

Ses bort fra de respondenter, som har angivet "ved ikke" til spørgsmålet om virksomhedens eksportandel, angiver virksomhederne med 20-29 pct. i eksportandel, den højeste betydning af fremstødene, mens virksomhederne med 40-49 pct. angiver den laveste betydning. Deles tabellen op i to halvdele ses det, at virksomhederne med 0-29 pct. i eksportandel, generelt angiver en højere betydning af fremstødene, sammenlignet med virksomhederne med 30+ pct. i eksportandel.

Tablet 18: Eksporteffekt i forhold til virksomhedernes eksportandel

Eksportandel	Antal	Gennemsnitlig betydning
0 pct.	11	3,55
1-9 pct.	38	3,50
10-19 pct.	45	3,44
20-29 pct.	36	3,74
30-39 pct.	26	3,42
40-49 pct.	21	3,14
50 pct. eller mere	250	3,40
Ved ikke	3	4,33
Total	430	3,44

Kilde: DAMVAD 2010. 432 respondenter har angivet at de har opnået, eller forventer at opnå, en øget eksport. Af disse har 430 svaret på, hvorvidt fremstødet har været udslagsgivende for eksporteffekten. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.2.12 Fremstødets betydning i forhold til virksomhedens etablering på markedet

Nedenstående tabel fordeler den gennemsnitlige betydning af fremstødet for deltagerne, i forhold til om de var etableret på markedet før fremstødet. Det ses, at de virksomheder, som allerede før fremstødet var etableret på markedet, tillægger fremstødet en mindre betydning end de virksomheder, som ikke var etableret i forvejen. Fremstødene er altså vigtigere for de virksomheder, som ikke i forvejen er etableret på det pågældende marked, og det tyder på, at disse virksomheder anvender fremstødene som en måde at komme ind på et marked på.

Tabel 19: Eksporteffekt i forhold til virksomhedens etablering på markedet

Etablering	Antal	Gennemsnitlig betydning
Virksomheden var etableret på markedet i forvejen	303	3,30
Virksomheden var ikke etableret på markedet i forvejen	119	3,81
Total	422	3,44

Kilde: DAMVAD 2010. En respondent har svaret "ved ikke" til spørgsmålet vedr. om virksomheden var etableret på markedet i forvejen. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.3 Effekter i form af øget etablering på markedet

I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaet i forhold til de effekter som respondenterne har angivet at fremstødene har haft/forventes at få i form af øget etablering på markedet for fremstødet. Disse effekter sættes i forhold til en række betydende faktorer som i afsnit 4.2, i form af virksomhedskarakteristika og markedskarakteristika. Effekterne angives alene for de virksomheder, som har angivet at de har opnået, eller forventer at opnå, øget etablering.

I dette afsnit medregnes ligeledes de 64 andre respondenter, repræsenterende videninstitutioner, ministerier, foreninger eller fonde, som har svaret på de relevante spørgsmål.

4.3.1 Opnåelse af øget etablering og fremstødernes betydning

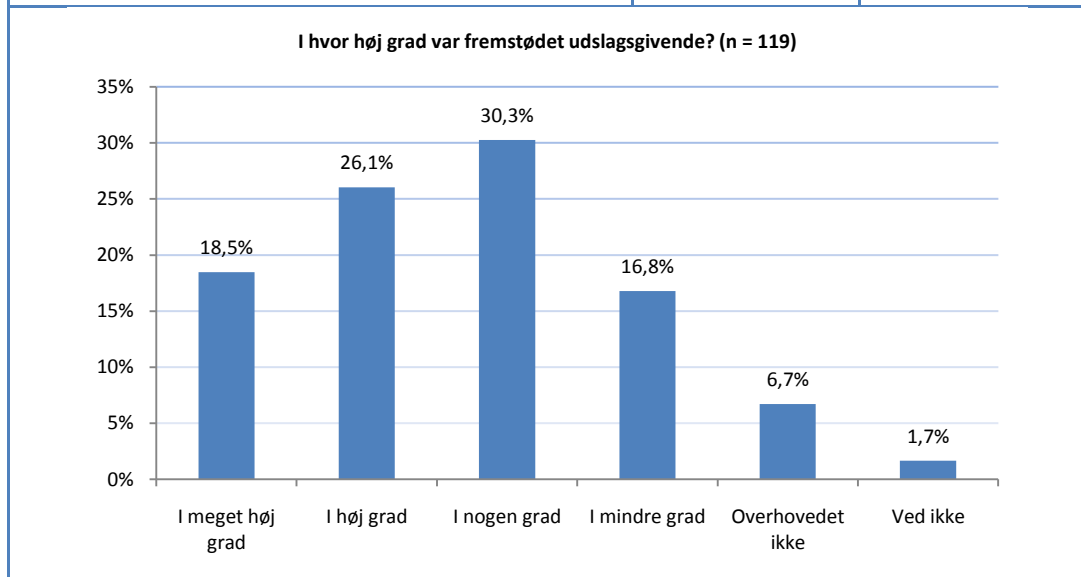
Nedenstående tabel præsenterer antallet og andelen af de respondenter, som har angivet at de har opnået en øget etablering på markedet som følge af fremstødet, eller som forventer at det sker.

205 af deltagerne har angivet om fremstødet har været medvirkende til en øget etablering på markedet. 26,8 pct. af disse har svaret at etableringen er øget, mens 64 deltagere, eller ca. 31 pct., har angivet at etableringen forventes øget.

Søjlediagrammet viser respondenternes angivelse af hvor udslagsgivende fremstødet var for denne etablering. Det ses, at næsten alle respondenter angiver, at fremstødet har været udslagsgivende, og ca. 45 pct. har angivet at fremstødet var udslagsgivende i enten meget høj eller høj grad.

Tabel 20: Etableringseffekten for de deltagere som har angivet at virksomheden er etableret eller forventes etableret

	Antal deltagere	Andel
Antal angivelser af, om fremstødet øger etableringen	205	
– Øget etablering	55	26,8 pct.
– Forventer at opnå øget etablering	64	31,2 pct.
Opnået eller forventer at opnå øget etablering	119	58 pct.



Kilde: DAMVAD 2010. 205 respondenter har angivet om fremstødet har øget etableringen, og af disse har 119 svaret at fremstødet har øget, eller forventes at øge, etableringen.

4.3.2 Øget etablering i forhold til virksomhedens størrelse

Dette afsnit ser nærmere på, hvor mange af respondenterne, som har angivet at etableringen er øget eller forventes øget, sat i forhold til om virksomheden er SMV eller ej.

Som det ses, har 79 SMV'er angivet at etableringen øges eller forventes øget, mens der er 40 større virksomheder, som har angivet dette. Figuren viser, at SMV'erne i højere grad har angivet, at fremstødet har været udslagsgivende i forhold til de større virksomheder. Af SMV'erne har ca. 50 pct. angivet, at fremstødet i meget høj eller høj grad var udslagsgivende for den øgede etablering, mens kun lidt over 30 pct. af de større virksomheder angiver dette. Fremstødene betyder altså mere for etableringen af SMV'erne på det fremmede marked, end det gør for de store virksomheder.

Tabel 21: Etableringseffekten i forhold til virksomhedernes størrelse

	Antal deltagere	Andel
Antal positive angivelser af om etableringen er øget	119	-
Antal ansatte		
SMV'er	79	66 pct.
Større virksomheder	40	34 pct.
I alt	119	100 pct.

I hvor høj grad var fremslaget udslagsgivende? (n = 119)

Grad	SMV'er (%)	Større virksomheder (%)
I meget høj grad	24,1%	7,5%
I høj grad	26,6%	25,0%
I nogen grad	24,1%	42,5%
I mindre grad	15,2%	20,0%
Overhovedet ikke	7,6%	5,0%
Ved ikke	2,5%	0,0%

Kilde: DAMVAD 2010. 119 respondenter har svaret at fremstødet har øget, eller forventes at øge, etableringen.

4.3.3 Øget etablering i forhold til fremstødets sektor

Den følgende tabel viser antallet af virksomheder, som har angivet at etableringen er eller bliver øget, sat i forhold til den sektor som fremstødet tilhører, samt andelen af virksomheder i sektoren blandt deltagerne, som har opnået eller forventer at opnå, etablering. Det bliver dermed muligt at konstatere hvilke sektorer, der angiver de største effekter af deltagelsen, i forhold til etablering.

Det ses, at flest deltagere på fremstød inden for energi og klima har angivet, at der er opnået øget etablering eller forventes øget etablering, og i alt 55 pct. af virksomhederne i fremstød inden for denne sektor har opnået en positiv etableringseffekt. Virksomheder som har deltaget i fremstød inden for sundhedsområdet udviser den højeste andel af positive etableringseffekter som følge af fremstødene, med 75 pct. af virksomhederne.

Den samlede gennemsnitlige andel af virksomheder, som opnår positiv etableringseffekt udgør 58 pct., hvilket betyder at over halvdelen af de deltagere, som har angivet om fremstødet har haft en betydning for etableringen, har angivet en positiv etableringseffekt.

Tabel 22: Etableringseffekten i forhold til fremstødets sektor

Sektor	Antal deltagere som har angivet, om der er opnået etableringseffekt	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel
Energi og klima	49	27	55 pct.
Andet	37	21	57 pct.
Industri	31	18	58 pct.
Beklædning og møbler	23	13	57 pct.
Fødevarer	19	11	58 pct.
Bygge og anlæg	13	7	54 pct.
Sundhed	12	9	75 pct.
Vandforsyning	12	7	58 pct.
Fiskeindustri	6	4	67 pct.
IT og elektronik	3	2	67 pct.
I alt	205	119	58 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. Tabellen angiver brancher for respondenter som har angivet en positiv etableringseffekt.

4.3.4 Øget etablering i forhold til verdensdelen for afholdelse af fremstødet

I dette afsnit præsenteres effekterne af fremstødene for øget etablering på det pågældende marked, sat i forhold til verdensdelen for det land som eksportfremstødet foregår på. Fremstødene dækker Amerika (nord, mellem og syd), Asien, Europa og Mellemøsten.

Som det ses af nedenstående tabel udviser fremstødene i Amerika den højeste andel af positive etableringseffekter, og 75 pct. af de virksomheder, som har angivet en etableringseffekt, blandt deltagerne i fremstød i Amerika, har opnået en *positiv* etableringseffekt. De tilsvarende procenter for fremstødene i Asien, Europa og Mellemøsten er noget lavere, med henholdsvis 58 pct., 57 pct. og 56 pct. Det ses altså, at den geografiske afstand til det fremmede marked, ikke nødvendigvis har en stor betydning i forhold til etableringseffekterne af fremstødene.

Tablet 23: Etableringseffekten i forhold til fremstødets verdensdel

Verdensdel	Antal angivelser	Antal etableringer	Andel
Amerika	12	9	75 pct.
Asien	69	40	58 pct.
Europa	115	65	57 pct.
Mellemøsten	9	5	56 pct.
Total	205	119	58 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 119 respondenter har svaret at fremstødet har øget, eller forventes at øge, etableringen.

4.3.5 Øget etablering i forhold til virksomhedens grad af internationalisering

Nedenstående tabel sætter andelen af virksomhedernes omsætning som kommer fra eksport, i forhold til etablering på markedet.

Tabellen viser, at de virksomheder, som i forvejen ikke har eksport, tillægger fremstødene størst betydning, og dette stemmer dermed overens med tabel 19, som viste at de virksomheder, som ikke i forvejen var etableret på markedet, tillægger fremstødet større betydning. Herudover ses det dog, at virksomhederne med en eksportandel på 30-39 pct., tillægger fremstødene næsthøjest betydning.

Tabel 24: Etableringseffekten i forhold til virksomhedernes eksportandel

Eksportandel	Antal	Gennemsnitlig betydning
0 pct.	11	3,82
1-9 pct.	13	3,23
10-19 pct.	14	3,21
20-29 pct.	9	3,56
30-39 pct.	11	3,73
40-49 pct.	7	3,29
50 pct. eller mere	52	3,17
Total	117	3,33

Kilde: DAMVAD 2010. 2 respondenter har svaret "ved ikke" på spørgsmålet om hvorvidt de har opnået øget etablering på markedet. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.3.6 Øget etablering i forhold til om fremstødet er officielt eller ikke-officielt

Tabellen i dette afsnit fokuserer på om eksportfremstødet er officielt eller ikke-officielt, og fordeler således den gennemsnitlige betydning af fremstødet ud på dette. Et officielt fremstød er som tidligere nævnt defineret ved at have deltagelse af en person fra kongehuset, eller en minister. Tabellen viser, at deltagerne tillægger de officielle fremstød større betydning end de ikke-officielle, med en gennemsnitlig betydning på 3,58 for de officielle fremstød i forhold til 3,30 for de ikke-officielle fremstød. Dette stemmer overens med tabel 15, som viste at den gennemsnitlige eksporteffekt målt på omsætning, er højere for de officielle fremstød end for de ikke-officielle. Det skal dog bemærkes, at der i tabel 25 er relativt få respondenter, som har deltaget i officielle fremstød som har svaret på spørgsmålet om etablering, i forhold til de ikke-officielle.

Tabel 25: Etableringseffekten fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

Fremstødstype	Antal	Gennemsnitlig betydning
Officielt fremstød	12	3,58
Ikke-officielt fremstød	105	3,30
Total	117	3,33

Kilde: DAMVAD 2010. 2 respondenter har svaret "ved ikke" på spørgsmålet om hvorvidt de har opnået øget etablering på markedet. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.3.7 Øget etablering i forhold til kulturelle faktorer

De følgende to tabeller angiver de gennemsnitlige etableringseffekter, sat i forhold til kulturelle faktorer for landet, i form af de to indeks "Power Distance Index" og "Uncertainty Avoidance Index". Den første tabel viser de gennemsnitlige etableringseffekter i forhold til PDI-score, og det ses, at for de lande, som har en lav score og dermed ligner Danmark mest, har respondenterne angivet en større betydning af fremstødet i forhold til etablering på markedet. For landene med en høj magtdistance, er den gennemsnitlige betydning lavest, mens fremstødene i landene med en magtdistance som ligger mellem 35-65 ifølge respondenterne har den højeste betydning. Det er således interessant, at fremstødene betyder mere i lande som ligner Danmark mht. magtdistance, frem for i lande hvor magtdistancen er højere. Det kunne tyde på, at det er vigtigere for virksomhederne, at deltage i fremstødene i lande som ligner Danmark mht. magtdistance, mens virksomhederne i højere grad bruger andre virkemidler på mere fremmede markeder.

Tabel 26: Etableringseffekt i forhold til PDI-score

Power Distance Index (PDI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	6	3,67
36-65	61	3,21
Over 65	46	3,52
Uoplyst	4	2,50
Total	117	3,33

Kilde: DAMVAD 2010. 2 respondenter har svaret "ved ikke" på spørgsmålet om hvorvidt de har opnået øget etablering på markedet. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

Følgende tabel viser de gennemsnitlige etableringseffekter i forhold til UAI-score, og billedet fra ovenstående tabel går igen, dog med den forskel, at der her er en klar inddeling i form af, at jo mere landene ligner Danmark mht. usikkerhedsundgåelse, desto vigtigere er fremstødene.

Tabel 27: Etableringseffekt i forhold til UAI-score

Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	27	3,52
36-65	35	3,34
Over 65	51	3,29
Uoplyst	4	2,50
Total	117	3,33

Kilde: DAMVAD 2010. 2 respondenter har svaret "ved ikke" på spørgsmålet om hvorvidt de har opnået øget etablering på markedet. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.4 Effekter i form af styrket kontakt til/dialog med strategisk vigtige parter

I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaet i forhold til de effekter som respondenterne har angivet at fremstødene har haft/forventes at få, i form af styrket kontakt til, eller dialog med, strategisk vigtige parter på markedet for fremstødet. Disse effekter sættes i forhold til en række betydende faktorer som i afsnit 4.2 og 4.3, i form af virksomhedskarakteristika og markedskarakteristika. Effekterne angives alene for de virksomheder som har angivet at de har opnået en øget kontakt eller dialog med strategisk vigtige parter.

4.4.1 Opnåelse af styrket kontakt og dialog

Den følgende tabel viser fordelingen af de virksomheder som har angivet at de har opnået øget kontakt/dialog på markedet for fremstødet. Samtlige 663 gennemførte respondenter har angivet om kontakten er styrket eller ej, og af disse har 530 angivet at kontakten er øget som følge af fremstødet, hvilket svarer til ca. 80 pct. Yderligere har alle disse angivet hvilke parter, som kontakten er øget til, og respondenterne har haft mulighed for at angive flere parter.

Figuren nedenfor viser hvilke parter som respondenterne har angivet at kontakten er styrket til, og det ses, at det med over 50 pct. angivelser er virksomheder i udlandet som kontakten er mest styrket til. Styrket kontakt til både offentlige myndigheder i udlandet og virksomheder i Danmark er angivet af ca. 20 pct. af respondenterne, mens under 10 pct. har angivet styrket kontakt til offentlige myndigheder i Danmark.

Tabel 28: Opnåelse af styrket kontakt og dialog

	Antal deltagere	Andel
Antal angivelser af, om fremstødet øger kontakten	663	
– Øget kontakt	530	80 pct.
– Ikke øget kontakt	133	20 pct.
Antal angivelser af hvilke parter kontakten er styrket til	530	

Til hvilke parter er kontakten styrket? (n = 869)

Parti	Procent
Virksomheder i udlandet	54,8%
Offentlige myndigheder/institutioner i udlandet	19,0%
Virksomheder i Danmark	20,1%
Offentlige myndigheder/institutioner i Danmark	6,1%

Kilde: DAMVAD 2010. Respondenterne har haft mulighed for at angive flere relevante parter. 663 respondenter har angivet hvorvidt fremstødet har øget kontakten, og blandt disse har 530 respondenter angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.2 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til virksomhedens størrelse

Dette afsnit ser nærmere på hvor mange af respondenterne som har angivet at kontakten eller dialogen er øget som følge af fremstødet, sat i forhold til om virksomheden er SMV eller ej.

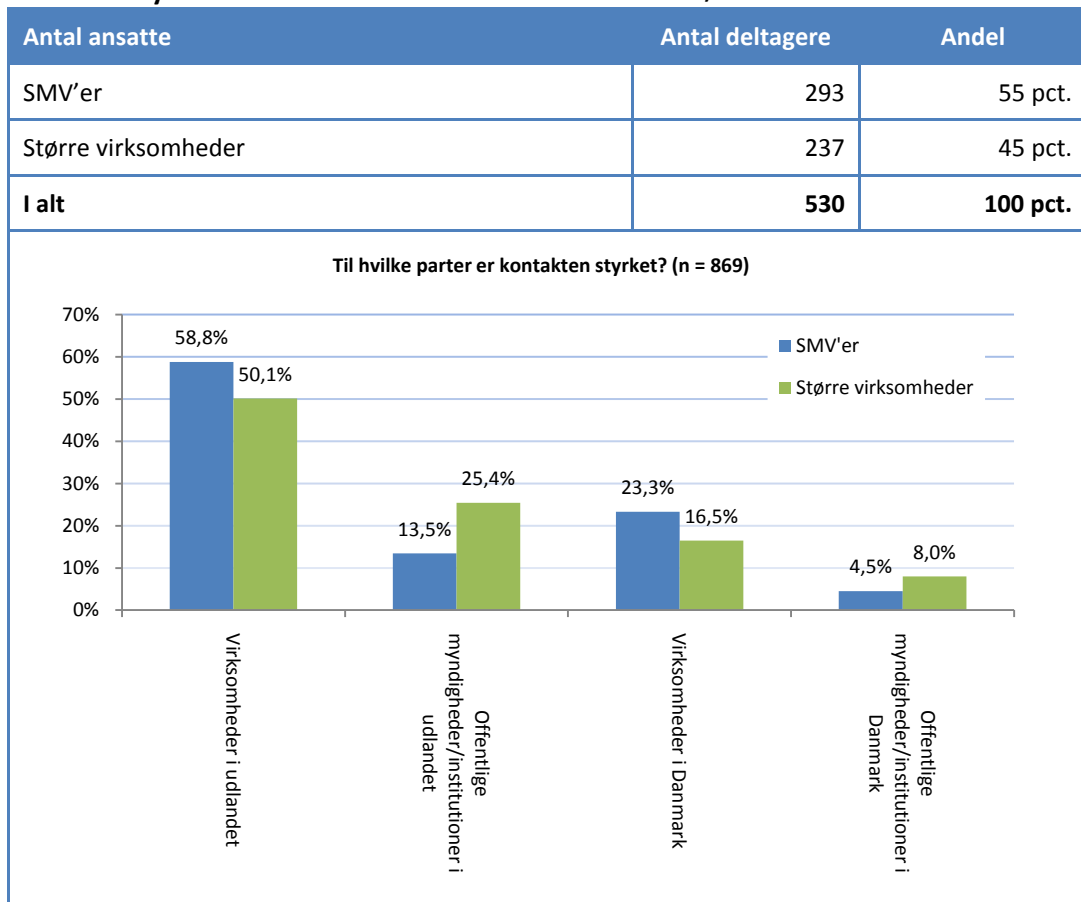
Det ses, at flere SMV'er har angivet at kontakten til vigtige parter er styrket som følge af det fremstød de har deltaget i. 55 pct. af de respondenter som har svaret at kontakten er øget er SMV'er, mens 45 pct. er større virksomheder.

I figuren er angivelserne af hvilke parter kontakten er øget til sat i forhold til om virksomheden er SMV eller ej, og det kan konstateres at der er forskelle i hvilke parter virksomhederne angiver at kontakten er styrket til. Det ses f.eks. at flere

SMV'er angiver, at kontakten er styrket til såvel udenlandske som danske virksomheder, mens flere større virksomheder til gengæld angiver at kontakten er øget til såvel udenlandske som danske myndigheder.

Det ses altså, at virksomhederne anvender fremstødene på forskellig vis, og SMV'erne i højere grad har fokus på kontakt med andre virksomheder, mens de større virksomheder, i højere grad end SMV'erne, fokuserer på kontakten med myndigheder.

Tabel 29: Styrket kontakt i forhold til virksomhedernes størrelse



Kilde: DAMVAD 2010. Respondenterne har haft mulighed for at angive flere relevante parter. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.3 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til fremstødets sektor

Den følgende tabel viser antallet og andelen af virksomheder som har angivet at kontakten/dialogen er øget, sat i forhold til den sektor som fremstødet retter sig mod, og det bliver dermed muligt at konstatere hvilke sektorer som angiver de største effekter i forhold til styrket kontakt/dialog, af deltagelsen.

Det ses, at flest deltagere på fremstød inden for energi og klima har angivet, at der er opnået styrket kontakt/dialog, og i alt 83 pct. af virksomhederne i fremstød inden for denne sektor har opnået øget effekt i form af kontakt eller dialog. Virksomheder som har deltaget i fremstød inden for IT og elektronik udviser den højeste andel af positive effekter som følge af fremstødene, med 89 pct. af virksomhederne.

Den totale gennemsnitlige andel af virksomheder, på tværs af brancherne, som opnår en effekt af fremstødene i form af øget kontakt eller dialog, er 80 pct. Fremstødene udviser dermed generelt et højt niveau af succes, målt på kontakt og dialog.

Tabel 30: Styrket kontakt i forhold til fremstødets sektor

Sektor	Antal deltagere som har angivet om kontakten er øget	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel
Energi og klima	143	118	83 pct.
Industri	134	108	81 pct.
Andet	119	91	76 pct.
Fødevarer	77	63	82 pct.
Beklædning og møbler	47	27	57 pct.
Sundhed	40	35	88 pct.
Bygge og anlæg	29	24	83 pct.
Fiskeindustri	28	24	86 pct.
Vandforsyning	27	23	85 pct.
IT og elektronik	19	17	89 pct.
I alt	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.4 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til verdensdelen for afholdelse af fremstødet

I dette afsnit præsenteres effekterne af fremstødene for øget kontakt/dialog på det pågældende marked, sat i forhold til verdensdelen for det land som eksportfremstødet foregår i. Fremstødene dækker Amerika (nord, mellem og syd), Asien, Europa og Mellemøsten.

Som det ses, udviser fremstødene i alle verdensdele en høj andel af virksomheder som opnår øget kontakt eller dialog. I Mellemøsten har 93 pct. af virksomhederne opnået en øget kontakt/dialog-effekt, mens virksomhederne på fremstød i Amerika, Asien og Europa har opnået effekter på 88 pct., 77 pct. og 79 pct.

Tabel 31: Styrket kontakt i forhold til fremstødets verdensdel

Verdensdel	Antal angivelser	Antal angivelser af opnåede kontakter	Andel
Amerika	51	45	88 pct.
Asien	180	138	77 pct.
Europa	403	320	79 pct.
Mellemøsten	29	27	93 pct.
Total	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.5 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til deltagernes nuværende etablering på markedet

Nedenstående tabel viser antallet og andelen af deltagere som har angivet at kontakten/dialogen blev øget som følge af fremstødet, sat i forhold til om man var etableret på markedet før fremstødet.

Det ses, at blandt de virksomheder, som allerede før fremstødet var etableret på markedet, har 82 pct. opnået en øget kontakt eller dialog med vigtige parter, mens det tilsvarende tal for de ikke-etablerede virksomheder er 74 pct. Det kan altså på baggrund af disse tal konkluderes, at det er nemmere for de allerede etablerede virksomheder at opnå øget kontakt med vigtige parter i forbindelse med fremstødene.

Tabel 32: Styrket kontakt i forhold til virksomhedens etablering på markedet

Etablering	Antal deltagere som har angivet om kontakten er øget	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel
Virksomheden var etableret på markedet i forvejen	444	364	82 pct.
Virksomheden var ikke etableret på markedet i forvejen	187	138	74 pct.
Uoplyst	32	28	88 pct.
Total	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.6 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til om fremstødet er officielt eller ikke-officielt

Tabellen i dette afsnit fokuserer på om eksportfremstødet er officielt eller ikke-officielt, og viser således antallet og andelen af respondenter som har angivet at kontakten/dialogen er øget som følge af fremstødet, fordelt på om fremstødet er officielt eller ej. Et officielt fremstød er som tidligere nævnt defineret ved at have deltagelse af en person fra kongehuset, eller en minister

Tabellen viser, at blandt de virksomheder som har deltaget i officielle fremstød har ca. 75 pct. af virksomhederne opnået øget kontakt, mens 81 pct. af virksomhederne på de ikke-officielle fremstød har opnået øget kontakt. Der er altså opnået færre kontakt- og dialog-effekter i forbindelse med de officielle fremstød end de ikke-officielle fremstød.

Tabel 33: Styrket kontakt fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

Fremstødstype	Antal deltagere som har angivet om kontakten er øget	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel
Officielt fremstød	97	73	75 pct.
Ikke-officielt fremstød	566	457	81 pct.
Total	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.4.7 Opnåelse af styrket kontakt og dialog i forhold til kulturelle faktorer

De følgende to tabeller angiver antallet og andelen af respondenter som har angivet at kontakten eller dialogen er øget som følge af fremstødet, sat i forhold til kulturelle faktorer for landet, i form af de to tidligere beskrevne indeks "Power Distance Index" og "Uncertainty Avoidance Index".

Tabel 34 viser at der har været flest fremstød i lande som har en højere magtdistance, end i Danmark. Disse udviser også en højere andel af virksomheder som opnår øget kontakt eller dialog, i forhold til fremstød i de lande som ligner Danmark mest. Blandt virksomhederne som har deltaget i fremstød i lande med 36-65 i PDI-score er kontakten øget mest, og 84 pct. af deltagerne har opnået øget kontakt, mens der blandt deltagerne i fremstød i lande med PDI-score på 0-35, er opnået kontakt for 67 pct. af deltagerne.

Tabel 34: Styrket kontakt i forhold til PDI

Power Distance Index (PDI)	Antal deltagere som har angivet om kontakten er øget	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel
0-35	54	36	67 pct.
36-65	317	265	84 pct.
Over 65	260	201	77 pct.
Uoplyst	32	28	88 pct.
Total	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

Tabel 35 viser fordelingen af fremstød i forhold til UAI-scoren for landet, og her fremkommer et entydigt billede af en større opnåelse af kontakt for deltagerne, jo højere UAI-scoren er for det pågældende land. Deltagere i fremstød i lande med en UAI-score på over 65 udviser også den højeste opnåelse af øget kontakt, med 82 pct. af deltagerne som opnår en positiv kontakt-effekt som følge af fremstødet. Fremstødene har altså en mest positiv effekt for deltagerne i lande som ligner Danmark mindst, i forhold til at opnå øget kontakt til relevant parter.

Tabel 35: Styrket kontakt i forhold til UAI

Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Antal deltagere som har angivet om kontakten er øget	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel
0-35	123	88	72 pct.
36-65	200	162	81 pct.
Over 65	308	252	82 pct.
Uoplyst	32	28	88 pct.
Total	663	530	80 pct.

Kilde: DAMVAD 2010. 530 respondenter har angivet en positiv effekt af fremstødene, i form af øget kontakt/dialog.

4.5 Betydningen af tilskud

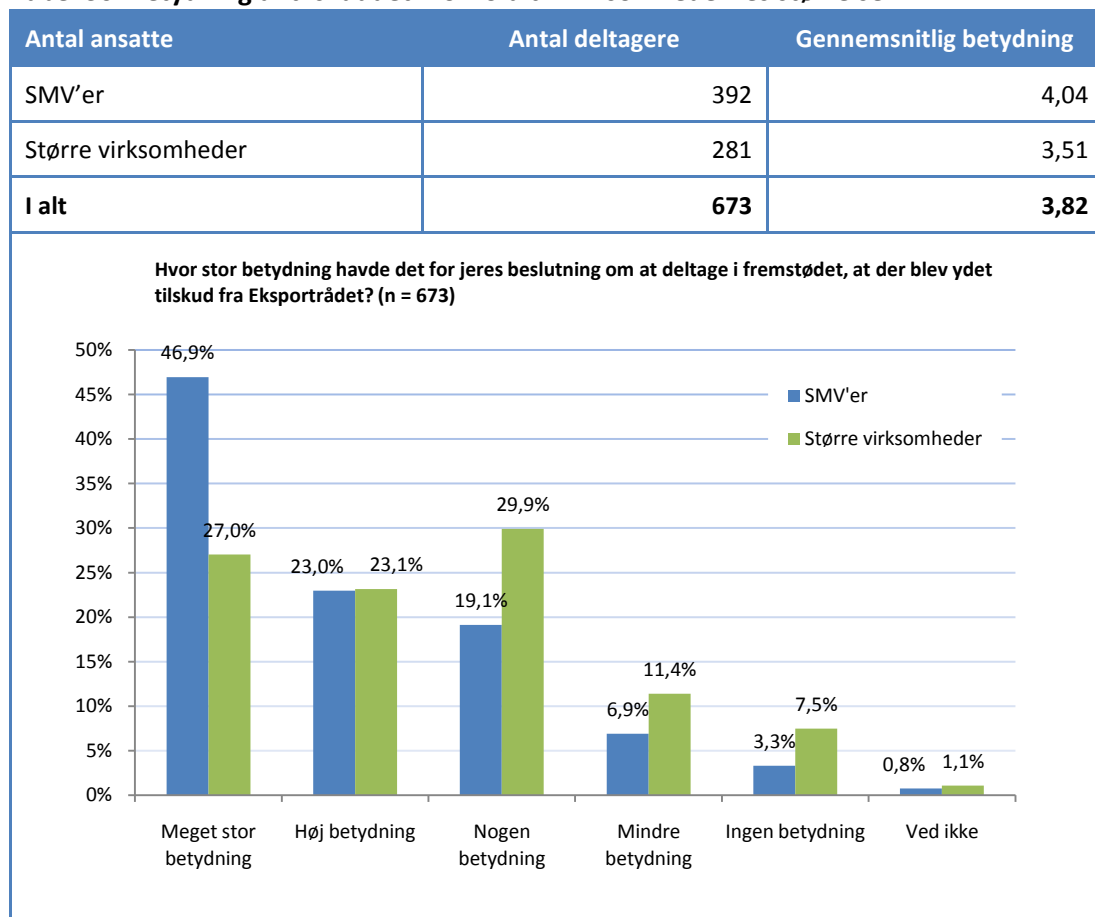
I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaet i forhold til om respondenterne har angivet at tilskuddet som gives fra Eksportrådet har en betydning. Disse effekter sættes i forhold til virksomhedernes størrelse og branchemæssige tilknytning. Effekterne angives alene for de virksomheder som har angivet at tilskuddet har en betydning for deltagelsen i fremstødet.

4.5.1 Betydningen af tilskud i forhold til virksomhedernes størrelse

Tabellen i dette afsnit viser antallet af respondenter som har angivet om tilskuddet som gives fra eksportrådet har en betydning, samt den gennemsnitlige betydning der således er angivet. Dette deles ud på om virksomhederne er SMV'er eller ej.

Det ses, at tilskuddet betyder mere SMV'er end for de større virksomheder, da SMV'erne angiver en gennemsnitlig betydning på 4,04, mens de større virksomheder angiver en gennemsnitlig betydning på 3,51. Af figuren kan det ses, at især langt flere SMV'er tillægger tilskuddet meget stor betydning, end de større virksomheder, mens disse i højere grad har angivet at tilskuddet har nogen betydning.

Tabel 36: Betydning af tilskuddet i forhold til virksomhedernes størrelse



Kilde: DAMVAD 2010. 673 respondenter har angivet betydningen af tilskuddet fra eksportrådet. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.5.2 Betydningen af tilskud i forhold til virksomhedernes branchemæssige tilknytning

Nedenstående tabel viser antal og andel af respondenter som har angivet at tilskuddet som gives fra eksportrådet har en betydning, sat i forhold til fremstødets sektor.

Det ses af tabellen, at deltagere på fremstød inden for IT og elektronik, energi og klima, samt vandforsyning tillægger tilskuddet fra eksportrådet størst betydning med gennemsnitlige angivelser på henholdsvis 2,42, 2,31 og 2,30¹.

¹ Det skal dog bemærkes at der optræder relativt få respondenter for så vidt angår IT og elektronik samt vandforsyning.

Tabel 37: Betydning af tilskuddet i forhold til fremstødets sektor

Sektor	Antal deltagere	Gennemsnitlig betydning
Energi og klima	147	2,31
Industri	136	2,29
Andet	119	2,26
Fødevarer	77	2,25
Beklædning og møbler	49	1,57
Sundhed	42	1,69
Bygge og anlæg	29	2,00
Fiskeindustri	28	2,07
Vandforsyning	27	2,30
IT og elektronik	19	2,42
I alt	673	3,82

Kilde: DAMVAD 2010. Bemærk at 5 svarer til meget stor betydning, mens 1 svarer til ingen betydning, og dermed er en høj score udtryk for en positiv vurdering af betydningen.

4.6 Supplerende analyser

I dette afsnit ses på succesrater og den gennemsnitlige eksporteffekt i forhold til en række faktorer. Succesrate defineres som andelen af virksomheder, der opnår eller forventer at opnå eksporteffekt.

Disse sættes i forhold til typen af fremstød, elementer i fremstødet, samt nogle virksomhedskarakteristika. Den gennemsnitlige eksporteffekt beregnes udelukkende for de respondenter som har angivet at de opnår eller forventer at opnå øget eksport på det pågældende marked.

4.6.1 Succesrater og gns. eksporteffekt i fht. typen af fremstød

Tabel 38 beskriver succesraten og de gennemsnitlige eksporteffekter i fht. typen af fremstød. Det kan dermed ses om en type af fremstød har flere virksomheder som opnår eksporteffekt, eller om der er en type af fremstød som påviser en højere gennemsnitlig eksporteffekt.

Det ses, at langt de fleste fremstød har form af at være seminar/kontaktmøder eller udstilling/messe, og disse har succesrater på henholdsvis 0,57 og 0,77, hvilket angiver at 57 pct. og 77 pct. af deltagerne i disse fremstød har opnået en eksporteffekt. Den gennemsnitlige eksporteffekt for disse typer fremstød er henholdsvis

1,9 mio. DKK og 1,6 mio. DKK, og det ses altså, at selvom færre virksomheder opnår en eksporteffekt efter seminar/kontaktmøder, er den gennemsnitlige eksporteffekt højere end for udstilling/messe fremstød. Den laveste succesrate ses for konferencer med 0,36, mens den højeste er 0,85 for genbesøg i Danmark (ikke medtagende projektforberedelse og uoplyste, pga. lavt antal fremstød). Genbesøg i Danmark påviser ligeledes den største eksporteffekt, med gennemsnitligt 5 mio. DKK i omsætningsstigning.

Tabel 38: Succesrater og gennemsnitlig eksporteffekt i fht. typen af fremstød

Type	Antal	Succesrate	Gennemsnitlig eksporteffekt
Andet	16	0,63	0,9 mio. DKK
Genbesøg i Danmark	20	0,85	5,0 mio. DKK
Konference	14	0,36	1,0 mio. DKK
Projektforberedelse	2	1,00	0,5 mio. DKK
Seminar/kontaktmøder	213	0,57	1,9 mio. DKK
Udstilling/messe	357	0,77	1,6 mio. DKK
Uoplyst	1	1,00	-
Total	623	0,69	1,9 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. 623 respondenter har angivet om fremstødet har øget, eller forventes at ville øge, eksporten.

4.6.2 Succesrater og gns. eksporteffekt i fht. øvrige elementer i fremstødet

Tabel 39 beskriver succesraten og de gennemsnitlige eksporteffekter i fht. øvrige elementer i de enkelte eksportfremstød. Respondenterne er i spørgeskemaet blevet spurgt til hvilke elementer som ellers indgik i fremstødet. Det kan dermed ses om et element har flere virksomheder som opnår eksporteffekt, eller om der et element som påviser en højere gennemsnitlig eksporteffekt.

Som det kan ses af tabellen har der været flest messedeltagelser i fremstødene (85), og færrest seminarer (33). Seminarerne udviser til gengæld den højeste succesrate med 0,85, og den højeste gennemsnitlige eksporteffekt, mens virksomhedsbesøg har den laveste succesrate på 0,77, og samtidigt også den laveste gennemsnitlige eksporteffekt på 1,3 mio. DKK. Alle elementerne udviser en relativt høj succesrate, med som nævnt 77 pct. som det laveste antal virksomheder som opnår eksporteffekt.

Tabel 39: Succesrater og gennemsnitlig eksporteffekt i fht. øvrige elementer i fremstødet

Element	Antal	Succesrate	Gennemsnitlig eksporteffekt
B2B-møder	74	0,82	2,5 mio. DKK
Seminarer	33	0,85	3,3 mio. DKK
Virksomhedsbesøg	39	0,77	1,3 mio. DKK
Messedeltagelse	85	0,84	1,7 mio. DKK
Deltagelse af officiel person (royal, ambassadør, etc.)	39	0,79	2,0 mio. DKK
Øvrige networking-arrangementer	64	0,78	2,0 mio. DKK
Medieomtale	63	0,78	2,1 mio. DKK
I alt	397	0,81	2,1 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. Respondenterne har kunnet angive flere elementer, og at et element ikke var en del af et fremstød.

4.6.3 Succesrater og gns. eksporteffekt i fht. deltagernes forudsætninger for at deltage i fremstødet

Dette afsnit fokuserer på deltagernes eksportandel og om de i forvejen var etableret på det pågældende marked. Tabel 40 viser succesraten og den gennemsnitlige eksporteffekt i forhold til andelen af eksport for virksomheden.

Det ses, at flest virksomheder med en høj andel af eksport har deltaget i fremstødene, og at disse også fremviser den højeste gennemsnitlige eksporteffekt på 2,5 mio. DKK. Den højeste succesrate på 0,84 ses for de virksomheder som har en eksportandel på mellem 30 og 39 pct., og disse udviser den næsthøjeste eksporteffekt på 1,7 mio. DKK i gennemsnit. Den laveste succesrate udvises af virksomhederne med 40-49 pct. i eksportandel (når man ser bort fra "ved ikke"), mens den lavest gennemsnitlige eksporteffekt ses for virksomhederne som i forvejen ikke havde eksport.

Adderer man resultaterne for virksomhederne med den højeste eksportandel og sammenligner med virksomhederne med en mindre eksportandel, fremkommer der et billede af at de virksomheder som har en høj eksportandel også har højere gennemsnitlig eksporteffekt.

Tabel 40: Succesrater og gennemsnitlig eksporteffekt i fht. virksomhedernes eksportandel

Eksportandel	Antal deltagere	Succesrate	Gennemsnitlig eksporteffekt
0 pct.	21	0,52	0,2 mio. DKK
1-9 pct.	53	0,72	0,7 mio. DKK
10-19 pct.	68	0,66	1,3 mio. DKK
20-29 pct.	49	0,71	0,7 mio. DKK
30-39 pct.	31	0,84	1,7 mio. DKK
40-49 pct.	42	0,50	1,3 mio. DKK
50 pct. eller mere	341	0,70	2,5 mio. DKK
Ved ikke	9	0,33	0,8 mio. DKK
I alt	614	0,69	1,9 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. Der er under beregningerne til denne tabel frasortet 9 outliers.

Tabel 41 viser succesraten og den gennemsnitlige eksporteffekt i forhold til om virksomheden i forvejen var etableret på markedet. Det ses, at de virksomheder som allerede før fremstødet var etableret på markedet, har en højere gennemsnitlig eksport effekt end de virksomheder som ikke var etableret på markedet i forvejen, med 2,2 mio. DKK i forhold til de ikke-etablerede virksomheders eksporteffekt på 1,3 mio. DKK. De allerede-etablerede virksomheder udviser også en højere succesrate med 73 pct. af virksomhedernes som opnå eksporteffekt, mens de ikke-etablerede virksomheder har en succesrate på 60 pct. af virksomhederne som opnår eksporteffekt.

Tabel 41: Succesrater og gennemsnitlig eksporteffekt i fht. virksomhedernes etablering på markedet

Etablering	Antal deltagere	Succesrate	Gennemsnitlig eksporteffekt
Virksomheden var etableret på markedet i forvejen	416	0,73	2,2 mio. DKK
Virksomheden var ikke etableret på markedet i forvejen	197	0,60	1,3 mio. DKK
Ved ikke	10	0,80	4,0 mio. DKK
Total	623	0,69	1,9 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. 623 respondenter har angivet om fremstødet har øget, eller forventes at ville øge, eksporten.

4.6.4 Succesrater og gns. eksporteffekt i fht. om fremstødet er officielt eller ikke-officielt

Slutteligt beskriver tabel 42 succesraten og eksporteffekterne for fremstødene i fht. om de var officielle eller ej. Det kan altså hermed konstateres, om de officielle fremstød er mere succesrige mht. gennemsnitlig eksporteffekt og andelen af virksomheder som opnår en effekt, i forhold til fremstød som ikke var officielle.

Deltagerne i de officielle fremstød opnår gennemsnitligt en højere eksporteffekt, med 2,4 mio. DKK, end deltagerne i de ikke-officielle fremstød, som knapt opnår en gennemsnitlig effekt på 1,9 mio. DKK. Derimod er succesraten for de ikke-officielle fremstød noget højere, her opnår 73 pct. af deltagerne en eksporteffekt, mens ca. 49 pct. af deltagerne i de officielle fremstød opnår en eksporteffekt.

Tabel 42: Succesrater og gennemsnitlig eksporteffekt i fht. fremstødets type: officielt/ikke officielt

Fremstødets type	Antal deltagere	Succesrate	Gennemsnitlig eksporteffekt
Officielt fremstød	86	0,49	2,4 mio. DKK
Ikke-officielt fremstød	537	0,73	1,8 mio. DKK
Total	623	0,69	1,9 mio. DKK

Kilde: DAMVAD 2010. 623 respondenter har angivet om fremstødet har øget, eller forventes at ville øge, eksporten.

5 Effekter af eksportfremstød fra 2006 til 2009

Dette afsnit sammenligner de helt centrale resultater fra målingen af effekterne af eksportfremstød fra primo 2006 til primo 2008, med den nye måling af effekterne af de eksportfremstød, der er gennemført i 2008 og 2009.

De samlede eksporteffekter i form af øget eksport/omsætning, øget etablering, kontakt til strategisk vigtige parter, samt betydningen af tilskud for deltagerne præsenteres og diskuteres i det følgende. Desuden præsenteres de samlede effekter for hele perioden, dvs. for alle fremstød fra 2006–2009.

5.1 Effekter i form af øget eksport/omsætning på markedet

tabel 43 nedenfor præsenterer de samlede opgjorte eksporteffekter for perioden 2006-2008, for perioden 2008-2009, og for den samlede periode fra 2006 til 2009.

For fremstødene i 2006-2008 har 429 deltagere angivet om eksporten øgedes eller ej, som følge af fremstødet. Disse respondenter angav en gennemsnitlig eksporteffekt på 1,8 mio. DKK, hvilket opregnet til populationen gav en samlet effekt på 5,9 mia. DKK ekskl. outliers, og 6,2 mia. DKK inkl. outliers.

For fremstødene i perioden 2008-2009 har lidt flere deltagere angivet om fremstødene havde en effekt for eksporten, nemlig 623 deltagere. Den gennemsnitlige eksporteffekt angivet af disse respondenter ligger lidt højere end for respondenterne i 2006-2008, nemlig på 1,9 mio. DKK i gennemsnit. Dette resulterer i en samlet effekt for fremstødene i perioden 2008-2009 på 4,8 mia. DKK før outliers, og 5,3 mia. DKK inkl. outliers. Den samlede effekt af fremstødene i 2008-2009 er altså lavere end effekten for fremstødene i perioden 2006-2008, hvilket skyldes det lidt lavere antal af deltagere i fremstød i perioden 2008-2009.

Samlet set har de 1.052 deltagere, som har angivet om eksporten er øget som følge af fremstødene, således opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på ca. 1,9 mio. DKK, og opregnet til en population på i alt 5.896 deltagere, er den samlede eksporteffekt som følge af fremstødene opgjort til ca. 10,7 mia. DKK ekskl. outliers, og ca. 11,5 mia. DKK inkl. outliers.

Tabel 43: De samlede eksporteffekter

	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾	Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ³⁾
Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	429	623	1052
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport	1,8 mio. DKK	1,9 mio. DKK	1,9 mio. DKK
Population	3.299	2.597	5.896
Samlet effekt	5,9 mia. DKK	4,8 mia. DKK	10,7 mia. DKK
Effekt fra outliers	300,0 mio. DKK	463, 0 mio. DKK	763 mio. DKK
Samlet effekt inkl. outliers	6,2 mia. DKK	5,3 mia. DKK	11,5 mia. DKK

1) Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

2) Kilde: DAMVAD 2010

3) Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

Nedenstående tabel viser ligeledes de gennemsnitlige eksporteffekter og den samlede eksporteffekt, fordelt på de to perioder, samt for det samlede datasæt. Til forskel fra tabellen ovenfor, er effekterne i denne tabel dog fordelt på størrelsen af virksomhederne, målt på antallet af ansatte.

For fremstødene i perioden 2006-2008 har de største virksomheder haft den største gennemsnitlige eksporteffekt på 2,0 mio. DKK, og en samlet eksporteffekt på 2,8 mia. DKK. De mindre virksomheder med under 50 ansatte, opnåede en lidt lavere gennemsnitlig eksporteffekt på 1,7 mio. DKK, men til gengæld deltog flere mindre virksomheder i fremstødene, og opnåede derfor en højere samlet eksporteffekt end de større virksomheder, på 3,2 mia. DKK.

Anden del af tabellen viser resultaterne for fremstødene i perioden 2008-2009. Denne del af tabellen, er delt op på om virksomheden er SMV, eller en større virksomhed. Det ses, at eksporteffekten for SMV'erne i denne periode er 1,5 mio. DKK i gennemsnit, og den samlede effekt for SMV'erne ligger på 2,5 mia. DKK. De større virksomheder har opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på 2,5 mio. DKK, og en samlet effekt på 2,9 mia. DKK. Samlet set for hele perioden fra primo 2006 til 2009, har virksomhederne med under 50 ansatte opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på 1,4 mio. DKK og en samlet effekt på 3,4 mia. DKK, mens virksomhederne med 50 eller flere ansatte opnåede en gennemsnitlig effekt på 2,3 mio. DKK og en samlet eksporteffekt på 6,2 mia. DKK.

Tabel 44: De samlede eksporteffekter i forhold til virksomhedernes størrelse

Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008¹⁾	Gns. øget og forventet øget eksport	Samlet eksporteffekt inkl. outliers
– Uoplyst	1,1 mio. DKK	280 mio. DKK
– Under 50 ansatte	1,7 mio. DKK	3,2 mia. DKK
– 50 ansatte eller derover	2,0 mio. DKK	2,8 mia. DKK
Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009²⁾	Gns. øget og forventet øget eksport	Samlet eksporteffekt inkl. outliers
– SMV'er	1,5 mio. DKK	2,5 mia. DKK
– Større virksomheder	2,5 mio. DKK	2,9 mia. DKK
Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009³⁾	Gns. øget og forventet øget eksport	Samlet eksporteffekt inkl. outliers
– Uoplyst	1,3 mio. DKK	621 mio. DKK
– Under 50 ansatte	1,4 mio. DKK	3,4 mia. DKK
– 50 ansatte eller derover	2,3 mio. DKK	6,2 mia. DKK

Note: Datagrundlaget for målingen af effekter af eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 giver ikke mulighed for at sondre mellem SMV'er og ikke-SMV'er. Af denne årsag er opgørelsen af de samlede effekter af eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ikke opdelt på SMV'er hhv. ikke-SMV'er.

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

5.2 Effekter i form af øget etablering på markedet

Tabel 45 nedenfor angiver antallet og andelen af de respondenter som har angivet, at målet med fremstødet var at øge mulighederne for etablering på markedet. Besvarelsene er fordelt på om de har opnået etableringen, forventer at opnå etableringen eller ikke forventer at opnå etableringen.

Som det ses af tabellen, har 25 pct. af deltagerne på fremstødene i perioden 2006-2008 angivet at have etableret sig på markedet efter fremstødet, mens 46 pct. har angivet at man forventer at etablere sig inden for 2-3 år. 26 pct. har til gengæld angivet at man ikke forventer etablering på markedet efter fremstødet.

29 pct. af deltagerne i fremstødene i 2008-2009 har angivet af der er opnået en etablering efter fremstødet, og der er dermed sket en lille stigning i forhold til sidste periode. Derimod er der færre deltagere, 34 pct., som angiver at man forven-

ter at etablere sig inden for 2-3 år, mens der er flere som ikke forventer en etablering.

Tabel 45: Øget etablering på markedet

	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾		Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾		Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ³⁾	
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal respondenter som har angivet formål med deltagelsen	615		662		1.277	
Angiver at formålet var at øge mulighederne for etablering på markedet	125		156		281	
- Har etableret sig på markedet efter fremstødet	31	25 pct.	45	29 pct.	76	28 pct.
- Forventer at etablere sig på markedet inden for de næste 2-3 år	58	46 pct.	53	34 pct.	111	40 pct.
- Forventer ikke at etablere sig på markedet inden for de næste 2-3 år	32	26 pct.	47	31 pct.	75	27 pct.
- Ved ikke	4	3 pct.	9	6 pct.	13	5 pct.

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

Lægges alle fremstødene fra 2006-2009 sammen, har 28 pct., svarende til 76, af de respondenter som angiver at formålet var at øge mulighederne for etablering på markedet, angivet at man faktisk har opnået etableringen, mens 40 pct., svarende til 111 deltagere, har angivet at man forventer at etablere sig på markedet, inden for de næste 2-3 år. 27 pct. af deltagerne har derimod angivet, at man ikke forventer en etablering på det pågældende marked.

I nedenstående tabel 46 præsenteres de deltagere, som har svaret at formålet med deltagelsen var at opnå øget etablering, og at deltagelsen har været udslagsgivende i meget høj eller høj grad, fordelt på virksomhedsstørrelse. For fremstødene i perioden 2006-2008 har 55 pct. af de mindre virksomheder angivet, at deltagelsen i høj grad var udslagsgivende, mens 38 pct. af de større virksomheder har angivet dette. For fremstødene for perioden 2008-2009 ses det, at 57 pct. af SMV'erne har angivet at deltagelsen har været udslagsgivende, mens 35 pct. af de større virksomheder har angivet dette.

For alle fremstødene i perioden 2006-2009 har 58 pct. af de mindre virksomheder som har angivet at formålet med deltagelsen var at øge etableringen også angivet at fremstødet var udslagsgivende, mens 32 pct. af de større virksomheder angiver dette. Virksomhederne med under 50 ansatte, som har deltaget med det formål at øge etableringen, har altså i højere grad oplevet at fremstødene har været ud-

slagsgivende for deres etablering på det pågældende marked, end virksomhederne med 50 eller flere ansatte.

Tabel 46: Fremstødets betydning for øget etablering (deltagelsen i eksportfremstødet har i meget høj eller i høj grad været udslagsgivende for etableringen)

Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾	Antal	Andel
– Uoplyst	7	50 pct.
– Under 50 ansatte	34	55 pct.
– 50 ansatte eller derover	5	38 pct.
Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾	Antal	Andel
– SMV'er	36	57 pct.
– Større virksomheder	12	35 pct.
Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ³⁾	Antal	Andel
– Uoplyst	7	50 pct.
– Under 50 ansatte	71	58 pct.
– 50 ansatte eller derover	16	32 pct.

Note: Datagrundlaget for målingen af effekter af eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 giver ikke mulighed for at sondre mellem SMV'er og ikke-SMV'er. Af denne årsag er opgørelsen af de samlede effekter af eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ikke opdelt på SMV'er hhv. ikke-SMV'er.

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

5.3 Effekter for kontakt til strategisk vigtige parter

I dette afsnit ses nærmere på effekterne af fremstødene, for virksomhedernes kontakt til vigtige parter. Tabellen nedenfor angiver antallet af respondenter, som har svaret at målet med fremstødet var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, fordelt på hvilke parter der i så fald er opnået kontakt med.

Tallene for fremstødene fra 2006-2008 viser, at 382 deltagere har angivet at (et af) deres formål med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, hvilket svarer til 62 pct. af de gennemførte besvarelser. Langt de fleste angiver at kontakten til udenlandske parter var opnået, med henholdsvis 77 pct. og 32 pct. angivende at kontakten til henholdsvis udenlandske virksomheder og udenlandske myndigheder, var opnået som følge af fremstødet. Lidt færre har angivet at kontakten til danske parter blev øget som følge af fremstødene, 27 pct. angav, at der

var opnået kontakt til danske virksomheder, mens 12 pct. angav øget kontakt til danske myndigheder.

For fremstødene i perioden 2008-2009 ses det, at 598 respondenter har svaret at formålet med deltagelsen i fremstødet var at øge kontakten til strategisk vigtige parter. Af disse har flest respondenter, svarende til 74 pct., angivet at der opnået kontakt til udenlandske virksomheder, mens 26 pct. har angivet at der er opnået kontakt til udenlandske myndigheder. Marginalt flere, 28 pct., har angivet at der er opnået kontakt med virksomheder i Danmark, mens blot 8 pct. angiver at der er opnået øget kontakt med myndigheder i Danmark. 18 pct. har angivet at der ikke er opnået kontakt med nogen parter.

Over hele perioden fra 2006-2009, har flest deltagere, svarende til 75 pct., opnået kontakt med udenlandske virksomheder i forbindelse med fremstødene, mens færrest, 10 pct., har angivet at have opnået kontakt med offentlige myndigheder i Danmark.

Tabel 47: Øget kontakt til strategisk vigtige parter

	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾		Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾		Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2009 ³⁾	
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Antal respondenter som har angivet formål med deltagelsen	615		662		1.277	
Angiver at formålet var at øge kontakten til strategisk vigtige parter	382	62 %	598	90 %	980	77 %
– Har opnået kontakt til virksomheder i udlandet	294	77 %	442	74 %	736	75 %
– Offentlige myndigheder/institutioner i udlandet	121	32 %	158	26 %	279	28 %
– Har opnået kontakt til virksomheder i Danmark	105	27 %	166	28 %	271	28 %
– Offentlige myndigheder/institutioner i Danmark	47	12 %	50	8 %	97	10 %
– Ingen	45	12 %	108	18 %	153	16 %

Respondenterne har haft mulighed for at angive øget kontakt til flere forskellige parter

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

Deltagerne i fremstødene anvender altså i høj grad disse som en måde at opnå kontakt med strategisk vigtige parter på, og 75 pct. af deltagerne i perioden 2006-2009 har angivet at dette var et af formålene med at deltage. Desuden kan det konkluderes, at de fleste af disse deltagere anvender fremstødene som en måde

at opnå kontakt med udenlandske virksomheder på, det være sig kunder såvel som potentielle samarbejdspartnere.

5.4 Betydningen af tilskud for deltagelsen

Følgende tabel ser på hvilken betydning tilskuddet har haft, i fht. virksomhedens beslutning om at deltage. Det ses, at for fremstødene 2006-2008 tillægger flest respondenter tilskuddet stor betydning, mens der for fremstødene 2008-2009 er flest respondenter som tillægger tilskuddet meget stor betydning. Næsten samtlige respondenter tillægger tilskuddet en grad af betydning, og kun få (5 pct. for begge perioder), har angivet at det ingen betydning havde.

Ses nærmere på forskellene mellem de to perioder, er angivelserne af at tilskuddet har en meget stor betydning, steget fra 28 pct. til 39 pct., mens angivelserne af at tilskuddet havde en stor betydning, er faldet fra 33 pct. til 23 pct.,. Angivelser af mindre eller ingen betydning ligger på næsten samme niveau, med henholdsvis ca. 10 pct. og ca. 5 pct.

Ser man samlet på alle fremstødene i perioden, har 34 pct., og dermed flest respondenter, angivet at tilskuddet har en meget stor betydning for deres deltagelse, mens lidt færre (28 pct.), angiver at tilskuddet har stor betydning, og 23 pct. angiver at tilskuddet har nogen betydning. Samlet set, angiver over 60 pct. af deltagerne dermed, at tilskuddet havde en stor eller meget stor betydning for deres deltagelse i det pågældende fremstød.

Tabel 48: Betydningen af tilskuddet for deltagelsen i eksportfremstødet

Betydning	Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til primo 2008 ¹⁾		Eksportfremstød gennemført i 2008 og 2009 ²⁾		Eksportfremstød gennemført fra primo 2006 til 2009 ³⁾	
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Meget stor	170	28 pct.	260	39 pct.	430	34 pct.
Stor	198	33 pct.	155	23 pct.	353	28 pct.
Nogen	136	22 pct.	159	24 pct.	295	23 pct.
Mindre	63	10 pct.	59	9 pct.	122	10 pct.
Ingen	30	5 pct.	34	5 pct.	64	5 pct.
Ved ikke	10	2 pct.	6	1pct.	16	1 pct.

¹⁾ Kilde: Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

²⁾ Kilde: DAMVAD 2010

³⁾ Kilde: DAMVAD 2010 og Danmarks Eksportråd, 2008: effektmåling af fælles eksportfremstød

6 Signifikansanalyse

Kapitel 4 og 5 præsenterede et omfattende talmateriale, hvor effekter i form af øget eksport, etablering på nye markeder og kontakt til strategisk vigtige partnere blev opgjort ud fra karakteristika for virksomheder og fremstød. I dette kapitel differentieres mellem de mange resultater med det formål, at grave et spadestik dybere og udpege og opsummere rapportens stærkeste resultater.

For at kunne udpege de stærkeste resultater, er der gennemført sandsynlighedsberegning på rapportens centrale værdier, som udgøres af gennemsnitlige eksporteffekter, succesrater o. lign. Et stærkt resultat er givet, når hovedparten af en tabels grupperede gennemsnitsværdier kan antages, at være forskellige fra hinanden med 95 pct. sandsynlighed. Kravet om 95 pct. sandsynlighed er det samme som et 5 pct. signifikansniveau, hvilket er et benchmark inden for statistisk analyse. Når dette er opfyldt, siges værdierne at være signifikant forskellige. Sandsynlighedsberegningerne udføres vha. en traditionel t-test.

6.1 Virksomhedsstørrelse

Den statistiske sandsynlighedsanalyse har vist, at virksomhedsstørrelse har en betydning for eksporteffekten. Tabel 4 viste, at den gennemsnitlige eksporteffekt udgør 1,5 mio. DKK for SMV'er, mens effekten udgør 2,5 mio. DKK for større virksomheder.

T-test har vist, at dette er en signifikant forskel med mere end 99 pct. sandsynlighed. Det kan for begge grupper også afvises, at effekten er nul. For SMV'er er effekten med 95 pct. sandsynlighed større end 1,2 mio. DKK. For større virksomheder er effekten større end 2 mio. DKK med 95 pct. sandsynlighed.

Eksporteffekten fordelt på virksomhedsstørrelse blev i tabel 5 og tabel 6 yderligere opdelt. Opdelingen blev foretaget i fht., hvor stor betydning deltagerne vurderede tilskuddet at have for den øgede eksport.

Uafhængigt af virksomhedsstørrelse er den estimerede effekt størst, for de deltagere, som tillægger tilskuddet stor betydning. Forskellen er statistisk sikker med over 97 pct. sandsynlighed for både SMV'er og større virksomheder. Eksporteffekten er signifikant forskellig fra nul for alle 4 grupper. For de SMV'er som tillægger tilskuddet mindre betydning, er eksporteffekten større end 0,9 mio. DKK med 95

pct. sandsynlighed. For de større virksomheder som tillægger tilskuddet stor betydning, er effekten større end 2,5 mio. DKK med 95 pct. sandsynlighed.

Virksomhedsstørrelse har også betydning for i hvor høj grad deltagelse i eksportfremstødet, har været udslagsgivende for etablering på markedet. Tabel 46 viste, at andelen af virksomheder som angav, at deltagelse har været udslagsgivende for etablering, er størst for SMV'er. Forskellen er signifikant med 96 pct. sandsynlighed.

Hvordan virksomhederne vurderer betydningen af tilskuddet til eksportfremstødet, afhænger også af virksomhedsstørrelse. Jf. tabel 36, tillægger SMV'er tilskuddet større betydning end større virksomheder. Forskellen angivet i tabel 36 er statistisk sikker med mere end 99 pct. sandsynlighed.

6.2 Etableret på markedet før fremstødet

Tabel 41 viste, at estimatet for både succesrate og eksporteffekt er større for virksomheder, som før deltagelse i programmet er etableret på markedet, end de som ikke er etableret. T-tests viser, at begge forskelle også er stærkt signifikante. Forskellen mht. succesrate er statistisk sikker med 99 pct., mens forskellen mht. forventet eksporteffekt er statistisk sikker med 98 pct. sandsynlighed. Den forventede eksportforøgelse er signifikant forskellig fra nul for begge grupper. For virksomheder som ikke i forvejen er etableret på markedet, er den forventede eksportforøgelse større end 970.000 DKK med 95 pct. sandsynlighed. For de virksomheder som er etableret på markedet er den forventede eksportforøgelse større end 1,8 mio. DKK med 95 pct. sandsynlighed.

Statistisk analyse viste, at eksporteffekten er størst for de virksomheder som allerede er etableret på markedet. Tabel 19 antydede dog, at deltagelse i højere grad er udslagsgivende for eksportforøgelsen blandt de virksomheder som ikke er etableret i forvejen. T-test viser at dette resultat er stærkt signifikant med en sandsynlighed større end 99 pct.

Jf. tabel 32, er andelen af fremstød, som styrker kontakten til strategiske vigtige partnere størst for de virksomheder som i forvejen er etableret på markedet. Sandsynlighedsberegning viser, at forskellen mellem virksomheder som er etableret og de som ikke er etableret, er signifikant med 96 pct. sandsynlighed.

6.3 Officielt vs. ikke-officielt fremstød

Tabel 15 viste, at estimatet for den forventede eksporteffekt er større for virksomheder, som deltager i officielle fremstød. Forskellen er statistisk sikker med 92 pct. sandsynlighed. Tabel 15 var dog kun baseret på de deltagere som har realiseret eller forventer at realisere en eksportforøgelse. Deltagere, hvor eksporteffekten er nul, var dermed ikke inkluderet i opgørelsen.

Det var de til gengæld i tabel 42, som også antydede at effekten er størst for virksomheder som deltager i officielle fremstød. Statistiske analyser viser dog, at forskellen ikke er signifikant. Rapporten kan derfor ikke entydigt konkludere, at den forventede eksporteffekt afhænger af om fremstødet er officielt eller ej. Tabel 42 viste også, at estimatet for succesraten er højere for de virksomheder, som deltager i ikke-officielle fremstød. Dette resultat er til gengæld meget signifikant med en sandsynlighed større end 99 pct.

Den statistiske analyse har vist, at den forventede eksportforøgelse ikke entydigt afhænger af, om fremstødet er officielt eller ej, når hele populationen tages i betragtning. Analysen viste ud fra succesraten, at der er mindre risiko forbundet med ikke-officielle fremstød. Blandt de officielle fremstød som har succes med at realisere en eksportforøgelse, er effekten dog signifikant større end for ikke-officielle fremstød.

6.4 Kulturelle faktorer

Tabel 16 fremstillede den gennemsnitlige eksportforøgelse fordelt på lav, middel og høj PDI-score, for de virksomheder som enten har eller forventer at realisere en effekt. Tabellen viste, at den estimerede effekt er mindst for den laveste PDI-gruppe, større for den mellemste PDI-gruppe og størst for den højeste PDI-gruppe.

T-test bekræfter, at der er en signifikant forskel mellem den højeste gruppe og de to øvrige grupperinger. Der er ingen signifikant forskel mellem de to laveste grupper. Dette kan skyldes et lavt antal observationer i den laveste PDI-gruppe. En korrelationsanalyse mellem ugrupperede PDI-værdier og forventet eksportforøgelse viser, at der er en meget signifikant positiv sammenhæng.

De kulturelle indikatorer lader også til at have en betydning i fht., andelen af fremstød som styrker kontakten til strategisk vigtige partnere. Signifikansanalysen viser at den forskel som er mellem den laveste og den mellemste PDI-gruppe i tabel 34, er statistisk sikker med 95 pct. sandsynligheden. Forskellen i andelen mellem den

laveste og den højeste PDI-gruppe samt forskellen mellem den Mellemste og højeste PDI gruppe er kun statistisk sikker med 90 pct. sandsynlighed.

Andelen af fremstød som skaber kontakt til strategisk vigtige partnere, er også påvirket af UAI-scoren. Tabel 35 viste et entydigt billede af en større opnåelse af kontakt for deltagerne, jo højere UAI-scoren er for det pågældende land. Fremstødene har altså en mest positiv effekt for deltagerne i lande som ligner Danmark mindst, i forhold til at opnå øget kontakt til relevant parter. Der er dog ingen signifikant forskel mellem den mellemste og den højeste UAI-gruppering.

6.5 Effekt ift. omsætning og eksportintensitet

Tabel 9 viste den gennemsnitlige eksporteffekt opgjort ud fra en kategorisering af virksomhedernes omsætning det foregående år. Tabellen antydede en positiv sammenhæng mellem forventet eksporteffekt og virksomhedsomsætning. Signifikansanalysen viser dog, at der entydigt kun er signifikante forskelle i forventet eksporteffekt mellem omsætningsgruppen "over 30 mio. DKK" på den ene side og de tre laveste omsætningsgrupper ("0-5 mio. DKK", "5-10 mio. DKK" og "10-20 mio. DKK") på den anden side. Dvs. at forskellen mellem de fire laveste grupper ikke er statistiske signifikant. Årsagen til dette kan forklares ved et lavt antal observationer i de fire laveste omsætningskategorier, som tilsammen udgør mindre end en tredjedel af det samlede antal observationer.

Til at overkomme dette problem reduceres opgørelsen i Tabel 9 fra fem til to kategorier, hhv. kategorierne "0-30 mio. DKK" og "Over 30 mio. DKK". Signifikansanalysen viser herefter, at den forventede eksporteffekt er signifikant forskellig for de to grupper. For omsætningsgruppen "Over 30 mio. DKK" er den gennemsnitlige omsætningseffekt 2,5 mio. DKK og forventes med 95 pct. sandsynlighed at ligge i intervallet mellem 2,1 og 2,9 mio. DKK. For gruppen af virksomheder med omsætning under 30 mio. DKK er den gennemsnitlige eksporteffekt 0,7 mio. DKK og forventes med 95 pct. sandsynlighed at ligge i intervallet mellem 0,6 og 0,9 mio. DKK.

Tabel 10 som viste den forventede omsætningseffekt opgjort efter eksportintensitet, antydede en positiv sammenhæng mellem virksomhedens eksportintensitet og forventet eksporteffekt. Ligesom det var tilfældet med Tabel 9, kan den positive sammenhæng fra Tabel 10 ikke entydigt bekræftes at signifikansanalysen. Årsagen til dette forklares igen af et lavt antal observationer i de laveste kategorier og en koncentration i den højeste kategori. Ligesom med Tabel 9, reduceres opgørelsen fra Tabel 10 til to kategorier, hhv. eksportintensitet over og under 50 pct.

Herefter viser signifikansanalysen en stærk signifikant forskel i eksporteffekt for de to grupper. For virksomheder med en eksportintensitet over 50 pct. er den gennemsnitlige eksporteffekt 2,5 mio. DKK og forventes med 95 pct. sandsynlighed at

ligge i intervallet mellem 2 og 2,9 mio. DKK. For virksomheder med en eksportintensitet under 50 pct., er den gennemsnitlige eksporteffekt 1 mio. DKK og forventes med 95 pct. sandsynlighed at ligge i intervallet mellem 0,9 og 1,2 mio. DKK.