



Når Viden skaber resultater---

Danmarks Eksportråd

Effektmåling af fælles eksport- fremstød

Spørgeskemaundersøgelse

Maj 2008

Danmarks Eksportråd

Effektmåling af fælles eksportfremstød

Spørgeskemaundersøgelse

Maj 2008

Rambøll Management A/S
Nørregade 7A
DK-1165 København K
Danmark

Telefon +45 3397 8200
www.ramboll-management.dk

Indholdsfortegnelse

1.	Executive summary	1
2.	Effektmåling af eksportfremstød	4
2.1	Undersøgelsens grundlag: Population, stikprøve, svarprocenter mv.	4
2.2	Effekter for øget eksport	7
2.3	Effekter for etablering	13
2.4	Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter	16
2.5	Betydning af tilskud for deltagernes deltagelse	18
3.	Konklusion	19
3.1	Effekter for øget eksport	19
3.2	Effekter for etablering	20
3.3	Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter	21
3.4	Tilskuddet tillægges generelt stor betydning for deltagelsen	22
4.	Bilag	23
4.1	Bilag 1: Undersøgelsens grundlag: Population, opregning mv.	23
4.2	Bilag 2: Effekter for øget eksport	28
4.3	Bilag 3: Effekter for etablering	37
4.4	Bilag 4: Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter	43
4.5	Bilag 5: Betydning af tilskud for deltagernes deltagelse	46
4.6	Bilag 6: Spørgeskema	48

1. Executive summary

The joint export promotions aim to provide companies with greater knowledge about conditions and potentials on markets. In addition, the joint export promotions aim to facilitate the creation of contacts between Danish companies and foreign partners, and to enhance attention to Danish companies on markets. The joint export promotions also aim to utilise benefits and synergies, related to joint participation in export promotions, e.g. through exchange and sharing of knowledge, ideas and experiences. The Trade Council of Denmark therefore wants to examine the effects of participating in joint export promotions.

Companies participate in joint export promotions with different purposes, dependent on what stage companies find themselves in (not established on the market, recently established, mature, plans on expansion etc.). For this reason, different effects from the participation in joint export promotions can be expected. The current study on the outcome from participants in joint export promotions thus focus on the following three types of effects:

- Effects in the form of increased export on the market
- Effects in the form of increased establishment on the market
- Effects in the form of increased contacts to important partners

Information on effects has been collected through an electronic questionnaire among a sample of participants in joint export promotions from the beginning of 2006 to the beginning of 2008. In total, 3,300 companies have participated in joint export promotions in this period. Among these approx 1,660 participants have been included in the sample. Participants in the sample have all received a letter introducing the study and information on how to answer the questionnaire through the Internet. The participants has been given a period of two weeks to complete the questionnaire.

In total, 615 participants in joint export promotions, equal to approx 37 percent of the sample, have answered the questions in the electronic questionnaire. Among these, 62 percent have stated that they participated in the joint export promotion with the purpose of strengthening contact to important partners, while 54 percent have stated that they participated with the purpose of increasing export/turnover. One out of five companies state that they participated with the purpose of establishment on the market.

Effects in the form of increased export on the market

One out of four participants have achieved or expects to achieve increased export

Among the participants, who have stated whether the participation in the joint export promotions increases the export, one out of four participants state that they have achieved or expects to achieve increased export. For the 13 percent, who have stated that they have achieved increased export, the average export-effect amounts to 4.6 million DKK, while the 14 percent who have stated that they expect to achieve increased export within the next year, the average export-effect amounts to 4.5 million DKK.

Total average annual export-effect at 3.1 billion DKK

On basis of the statements from participants in the survey, the total export-effects from the joint export promotions, has been calculated to 6.2 billion DKK for all 3,300 participants. Assuming that the participants are distributed equally in this two-year

period, the average annual export-effects amount to 3.1 billion DKK. The average export-effect thus amounts to 1.8 million DKK per participant.

The survey shows that the export-effects are higher for larger companies. The average export-effect has thus been calculated to 2.0 million DKK for companies with 50 or more employees, while the export-effect for companies with less than 50 employees has been calculated to 1.7 million DKK.

Export-effects are highest on growth-markets

The survey clearly indicated that export-effects are higher on growth-markets. The average export-effect thus amount to 5.4 million DKK for countries with a GDP-growth at more than 5 percent, while the average export-effect amount to 3.8 million DKK for countries with a GDP-growth at 5 percent or less.

The survey also indicates that the average export-effect is higher in Asia and Europe, than in America. The average export-effect has thus been calculated to 5.1 million DKK in Asia, and 4.5 million DKK in Europe, while the average export-effect has been calculated to 2.9 million DKK in America.

The joint export promotions have a high impact on the export-effects

The survey shows that the joint export promotions in general have a high impact on the export-effects. Sixty-one percent of the participants who have achieved increased export within the first year after the promotion, state that the promotion has a high or very high impact in the outcome. Fifty-eight percent of the participants who expect to achieve increased export within a year after the promotion, state that the promotion has a high or very high impact in the outcome.

The survey also indicate that participants with a lesser degree of internationalisation (measured as the share of export of the total turnover), dedicate a higher importance to the promotions than companies with a high level of internationalisation.

Effects in the form of increased establishment on the market

Two out of three participants have achieved or expects to achieve increased establishment

Among the participants, who have stated whether the participation in the joint export promotions increases the establishment on the market, two out of three states that they have achieved or expects to achieve increased establishment.

Twenty-nine percent thus state that they have achieved increased establishment on the market, while forty percent have stated that they expect to achieve increased establishment on the market within the next two to three years. The survey also shows that one out of four of those participants who have achieved or expects to achieve increased establishment, have participated in promotions in Europe.

The joint export promotions have a high impact on the effects

The survey shows that the joint export promotions in general have a high impact on the effects in form of increased establishment on the market. Fifty-two percent of the participants thus state that the promotion has a high or very high impact in the outcome.

Effects in the form of increased contacts to important partners

As mentioned, 62 percent have stated that they participated in the joint export promotion with the purpose of strengthening contact to important partners. Among

these, the majority (88 percent) have stated that the promotion have contributed to this.

With regard to contacts, the study also show that most participants (87 percent) have increased their contacts to foreign participants, while 12 percent have increased contacts to public institutions in Denmark. The study also show that the majority of the participants who have achieved increased contacts to important partners (90 percent), have participated in promotions held in Asia.

Participants assign a high importance to the subsidy

Only 5 percent of the participants in the survey have stated that the subsidy has had no influence on the decision on participation, while 61 percent state that the subsidy either has had a high or very high influence on the decision on participation. The study also indicates that the subsidy has a higher importance for smaller companies than for larger companies. Two out of three companies with less than 50 employees thus state that the subsidy has had a high or very high influence on the decision on participation.

2. Effektmåling af eksportfremstød

Hensigten med fælles eksportfremstød er at give virksomheder større viden om markedsmuligheder og forretningsvilkår. Samtidig er det målet, at danske virksomheder gennem deltagelse opnår flere kontakter til forretnings- og samarbejdspartnere på et givent marked, samt at skabe større opmærksomhed om de danske virksomheder på markedet. Ligeledes er det målet at udnytte de fordele og den synergi, som er knyttet til en fælles deltagelse i eksportfremstød gennem f.eks. udveksling og deling af viden, ideer og erfaringer. Danmarks Eksportråd vil derfor gerne teste, hvor meget virksomhederne får ud af at deltage i fælles eksportfremstød (dvs. "modul 2" under tilskudsordningen).

Virksomhederne deltager i eksportfremstød med forskelligt formål, afhængigt af, hvilket stadium, de befinder sig på, på det pågældende marked (ikke etableret, etableret for nyligt, moden, evt. med tanker om ekspansion). Af denne årsag kan der også forventes forskellige effekter af deltagernes deltagelse i eksportfremstødene. I denne undersøgelse, er der således foretaget analyser af følgende effekter af deltagelsen i fremstødene:

- Effekt i form af øget eksport/omsætning på markedet
- Effekt i form af øget etablering på markedet
- Effekt i form af styrket kontakt til/dialog med strategisk vigtige parter

I dette afsnit præsenteres hovedresultaterne fra undersøgelsen derfor i forhold til disse effekter. Indledningsvis redegøres dog undersøgelsens grundlag, herunder for antallet af deltagere i eksportfremstød i den undersøgte periode, udvælgelsen af deltagere til stikprøven, svarprocenter mv. Rapportens bilagsdel indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen.

2.1 Undersøgelsens grundlag: Population, stikprøve, svarprocenter mv.

2.1.1 Undersøgelsens grundpopulation: Deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008

Undersøgelsens grundpopulation udgøres af deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008. Dette antal udgjorde i alt 3.511 deltagere.

Blandt disse findes dog ca. 200 er koordinatore, som er udeladt fra undersøgelsen, da denne gruppe typisk udelukkende deltager i fremstødende med henblik på at koordinere fremstødet for de øvrige deltagere. Grundpopulationen for undersøgelsen udgør dermed ca. 3.300 deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008.

2.1.2 Stikprøven for den spørgeskemabaserede undersøgelse

I forhold til stikprøven for undersøgelsen er dog udeladt de fremstød, som er lavet under en såkaldt partnerskabsaftale. Disse deltagere er udeladt fordi Danmarks Eksportråd teknisk set ikke har mulighed for at identificere de enkelte fremstød lavet under partnerskabsaftalerne så tilfredsstillende, at de vil kunne have indgået i undersøgelsen. Antallet af deltagere på disse fremstød er opgjort til i alt 1.004, hvorved stikprøven reduceres fra ca. 3.300 deltagere til ca. 2.300 deltagere.

Partnerskabsaftalerne strækker sig typisk over en periode på 2 til 4 år, og er indgået mellem Danmarks Eksportråd og forskellige koordinatore på vegne af en række del-

tagere (kernegruppen), som forpligter sig i at være med i 50 procent af de planlagte fremstød. Fremstødene under partnerskabsaftalen adskiller sig således fra de andre fremstød ved at have en kernegruppe, men i praksis giver dette efter Eksportrådets vurdering ikke nødvendigvis anledning til en betydende forskel i forhold til øvrige fremstød: Mange deltagere inden for en given sektor går under alle omstændigheder igen på en række fremstød – typisk på fagmesser som fiskerimessen i Glasgow, eller på modemessen i Moskva, og dette er således et træk, der ikke er forbeholdt partnerskabsaftalerne. Danmarks Eksportråd vurderer derfor ikke, at partnerskabsaftalerne vil have givet anledning til betydende ændringer i forhold til svarudfald.

I forhold til stikprøven er det desuden besluttet, at hver deltager maksimalt skulle modtage 2 spørgeskemaer for at undgå irritation. Dette betyder en yderligere reduktion af stikprøven på ca. 640 deltagere, således at den endelige stikprøve for spørgeskemaundersøgelsen udgør ca. 1.660 deltagere, svarende til ca. 50 procent af det samlede antal deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008. Opgørelsen af stikprøven er sammenfattet i tabellen herunder:

Tabel 1 Stikprøve

	Antal (ca.)	Andel
Samlet antal deltagere i eksportfremstød (primo 2006 til primo 2008)	3.300	100 %
- Heriblandt deltagere gennem partnerskabsaftaler	1.000	30 %
Antal udeladte fremstød for at undgå irritation	640	19 %
Stikprøve for spørgeskemaundersøgelsen	1.659	50 %

2.1.3 Svarprocenter og overblik over formålet med deltagelsen i eksportfremstød

Spørgeskemaundersøgelsen er foretaget som en elektronisk spørgeskemaundersøgelse, hvor deltagerne i stikprøven har modtaget et informationsbrev med introduktion til undersøgelsen og hvordan spørgeskemaet besvares via Internettet. Deltagerne i stikprøven har haft en periode på ca. 2 uger til at besvare spørgeskemaet.

I løbet af denne periode, har i alt 615 deltagere, svarende til ca. 37 procent af deltagerne i stikprøven medvirket i undersøgelsen – dvs. de har angivet deres formål med deltagelsen i det konkrete eksportfremstød.

Blandt disse 615 deltagere, har 62 procent angivet, at de har deltaget med det formål at styrke kontakten til/dialogen med strategisk vigtige parter, mens 54 procent af deltagerne har angivet, at de deltog med det formål at øge eksporten/omsætningen på markedet. Hver femte virksomhed har angivet, at de deltog med det formål, at opnå øget etablering på markedet, mens 15 procent af deltagerne har angivet at formålet med deltagelsen var noget andet end disse. Tabellen nedenfor viser et overblik over deltagernes formål med deltagelsen i eksportfremstødene:

Tabel 2 Deltagere, der deltog med det formål at øge eksporten på markedet

	Antal	Procent
Antal angivelser af formålet med deltagelse	615	-
- At øge eksport	334	54 %
- At opnå etablering	125	20 %
- At styrke kontakter	382	62 %
- Andre formål	94	15 %

2.1.4 Repræsentativitet og grundlag for opregning

Eftersom det ikke har været muligt at identificere de enkelte fremstød, der har været lavet under partnerskabsaftalerne så tilfredsstillende, at de vil kunne have indgået i

undersøgelsen, og eftersom deltagere i fremstød gennem partnerskabsaftaler således ikke indgår i stikprøven, er det ikke muligt at vurdere om besvarelserne i spørgeskemaundersøgelsen er repræsentative i forhold til grundpopulationen. Derfor er besvarelsernes repræsentativitet vurderet i forhold til stikprøven.

Som det fremgår af bilag 1, er der blot mindre forskelle mellem besvarelserne og stikprøven i forhold til virksomhedsstørrelse, mens der er større forskelle mellem besvarelserne og stikprøven i forhold til deltagernes sektorielle tilknytning og i forhold til markedet (verdensdel).

Statistisk tests afviser dog samtidigt, at den gennemsnitlige effekt for deltagere med under 50 ansatte er den samme som for deltagere med 50 ansatte eller flere, hvorfor besvarelserne i spørgeskemaundersøgelsen vurderes at være repræsentative i forhold til stikprøven. Det betyder samtidigt, at de samlede eksporteffekter for eksportfremstødene direkte kan opgøres fra besvarelserne i spørgeskemaundersøgelsen til den samlede population (forudsat at der ikke er forskel mellem stikprøven og grundpopulationen).

2.2 Effekter for øget eksport

I dette afsnit præsenteres spørgeskemaundersøgelsens hovedresultater i forhold til fremstødernes effekter for øget eksport/omsætning på markedet. Først præsenteres de samlede opgjorte eksporteffekter for perioden fra primo 2006 til primo 2008, hvorefter, grundlaget for disse opregninger præsenteres nærmere. Dette omfatter en præsentation af hovedresultaterne af deltagernes besvarelser i spørgeskemaundersøgelsen i forhold til deltagernes formål med deltagelsen i fremstødet, samt deltagernes angivelser af øget eksport som følge af eksportfremstødet. Præsentationen af hovedresultaterne indeholder udelukkende de forhold, der har signifikans i forhold til effekterne. Bilag 2 indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til eksporteffekterne, herunder også analyser af forhold, som ikke kan påvises at have signifikans for effekterne.

2.2.1 Samlede eksporteffekter i perioden fra primo 2006 til primo 2008

Tabellen nedenfor viser de samlede opregnede effekter af eksportfremstødene i forhold til forøgelse af deltagernes eksport. Eksporteffekterne er opregnet til grundpopulationen for undersøgelsen, som dækker ca. 3.300 deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008. De opregnede eksporteffekter dækker dermed en periode på 2 år.

Tablet 3 Opregning af øget eksport og forventet øget eksport fordelt på antal ansatte

	Uoplyst	Under 50	50 eller flere	Total
Entydige angivelser af hvorvidt eksport øges eller ej ¹	38	239	152	429
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport, mio. DKK	1,1	1,7	2,0	1,8
Population ²	265	1.815	1.220	3.299
Samlet effekt, mio. DKK	280	3.155	2.481	5.915
Effekt fra outlier, mio. DKK ³	-	-	300	300
Samlet effekt inkl. outlier, mio. DKK³	280	3.155	2.781	6.215

Noter:

1) Denne gruppe omfatter deltagere der har opnået øget eksport, deltagere der forventer øget eksport inden for det kommende år, og deltagere, der har angivet at de hverken har opnået eller forventer øget eksport. Gruppen udelader dermed de deltagere, der har angivet "ved ikke" på spørgsmålet om hvorvidt virksomheden efter deltagelse i eksportfremstødet har opnået øget eksport på markedet.

2) Det er antaget at deltagerne i grundpopulationen har samme fordeling i forhold til virksomhedsstørrelse som det er tilfældet for stikprøven.

3) Outlier-analysen har identificeret en enkelt virksomhed med en eksporteffekt på ca. 300 mio. DKK. Effekten fra denne virksomhed er udeladt af opgørelsen af den gennemsnitlige eksporteffekt, men er inkluderet i opgørelsen af de samlede eksporteffekter.

Som det fremgår, er de samlede eksporteffekter ved de gennemførte eksportfremstød for perioden fra primo 2006 til primo 2008 opgjort til ca. 6,2 mia. DKK for de 3.300 deltagere. Antages det at deltagerne fordeler sig ligeligt over denne toårige periode, udgør den årlige samlede eksporteffekt dermed ca. 3,1 mia. DKK. Den gennemsnitlige eksporteffekt er således opgjort til 1,8 mio. DKK pr deltager. Det fremgår også at eksporteffekterne er højere for de større deltagere. Således er den gennemsnitlige eksporteffekt for deltagere med 50 ansatte eller derover opgjort til ca. 2,0 mio. DKK, mens den gennemsnitlige eksporteffekt for deltagere med færre end 50 ansatte er opgjort til ca. 1,7 mio. DKK. Eftersom der er flere mindre deltagere i

eksportfremstødene i denne periode, er de samlede eksporteffekter for deltagere med færre end 50 ansatte dog opgjort til ca. 3,2 mia. DKK, mens de samlede eksporteffekter for deltagere med 50 ansatte eller derover er opgjort til 2,8 mia. DKK.

Opregningen af de samlede eksporteffekter, er gennemført i forhold til sammensætningen af besvarelsener og stikprøven i forhold til deltagernes størrelse. Anvendes i stedet sammensætningen af besvarelsener og stikprøven i forhold til deltagernes overordnede sektorielle tilknytning, kan de samlede eksporteffekter opgøres til ca. 6,1 mia. DKK over den toårige periode, svarende til en årlig eksporteffekt på ca. 3,0 mia. DKK. Forskellen på de to opregningsformer er opgjort til ca. 115 mio DKK, svarende til en afvigelse på under 2 procent.

I tabellen nedenfor, er de deltagere, der tillægger tilskuddet stor eller meget stor betydning, udeladt fra opregningen af eksporteffekterne. Formålet er at indikere omfanget af de eksporteffekter, der vil kunne opnås, såfremt tilskuddet til eksportfremstødet ikke var muligt.

Tabel 4 Opregning af eksporteffekt, ekskl. deltagere, der tillægger tilskuddet stor eller meget stor betydning

	Uoplyst	Under 50	50 eller flere	Total
Entydige angivelser af hvorvidt eksport øges eller ej ¹	12	80	81	173
Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport, mio. DKK	1,5	0,7	1,8	1,3
Population ²	90	598	602	1.290
Samlet effekt, mio. DKK	132	436	1.112	1.679

1) Antallet er opgjort som antallet af deltagere, der har angivet andet end "ved ikke" til spørgsmålet om hvorvidt de har opnået øget eksport

2) I forhold til grundpopulationen på de 3.300 deltagere, er denne population reduceret med samme faktor som besvarelsenerne. Da ca. 60 procent af deltagerne tillægger tilskuddet stor eller meget stor betydning er grundpopulationen således også reduceret med omkring 60 procent. Det bør dog bemærkes at de mindre deltagere tillægger tilskuddet større betydning, hvorfor populationen er reduceret mest mht. denne gruppe.

Som det fremgår af tabellen, udgør de samlede eksporteffekter ca. 1,7 mia. DKK såfremt de deltagere, der tillægger tilskuddet stor eller meget stor betydning, udelades fra opregningen af eksporteffekterne. Resultatet indikerer således, at omfanget af de opnåede og forventede eksporteffekter, vil blive væsentligt reduceret, såfremt tilskuddet til eksportfremstødet ikke var muligt.

2.2.2 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øget eksport

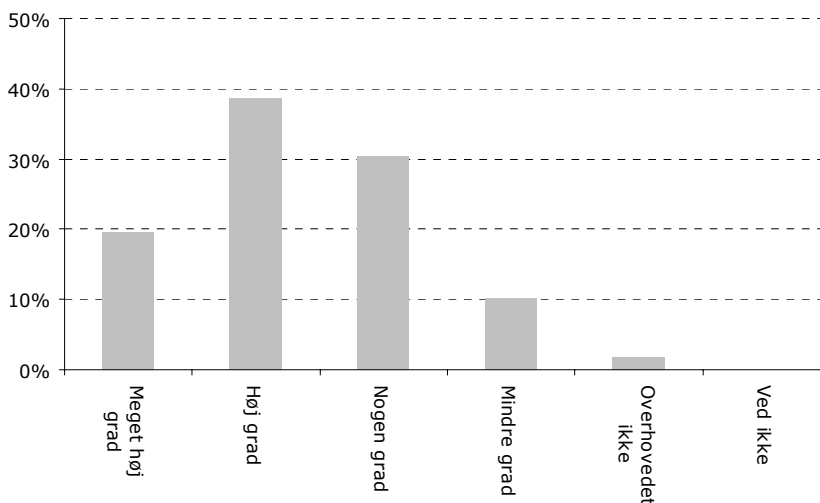
Tabellen nedenfor viser det samlede antal deltagere, der har angivet at have opnået øget eksport på markedet deltagelsen i eksportfremstødet og deltagere, der forventer en øget eksport inden for det kommende år.

Blandt de 616 respondenter som har angivet om fremstødet øger eksporten, har i alt 168 respondenter, svarende til 27 procent, angivet at de enten har opnået øget eksport eller at de forventer at opnå en øget eksport inden for det kommende år. 13 procent af de 616 respondenter har angivet at de har opnået eksport, mens 14 procent forventer en øget eksport inden for det kommende år.

Tabel 5 Deltagere, der opnåede eller forventer at opnå øget eksport

	Antal	Andel	Gns. eksporteffekt
Angivelser af om fremstødet øger eksporten	616	-	-
- Opnået øget eksport	79	13 %	4,6 mio. DKK
- Forventer at opnå øget eksport	89	14 %	4,5 mio. DKK
Opnået eller forventer at opnå øget eksport	168	27 %	4,6 mio. DKK

I hvor høj grad var fremstødet udslagsgivende? (n=168)



Som det fremgår af tabellen, forventer de 13 procent, som har angivet at have opnået en øget eksport, i gennemsnit at den forøgede eksport udgør 4,6 mio. DKK, mens de 14 procent, som har angivet at de forventer en øget eksport inden for det kommende år, i gennemsnit at den forøgede eksport vil udgøre 4,5 mio. DKK.

Som det fremgår af figuren, viser spørgeskemaundersøgelsen, at fremstødets betydning for den øgede eksport generelt set er høj. Således angiver 61 procent af de 79 deltagere, der har opnået øget eksport, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad, mens 58 procent af de deltagere, der forventer at opnå en øget eksport angiver, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

2.2.3 Øget eksport i forhold til vækstmarkeder

Tabellen nedenfor viser den øgede og forventede øgede eksport fordelt på vækstmarkeder.

Tabel 6 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på vækstmarkeder

	BNP vækst 2007	Antal besvarelser	Gns. eksporteffekt
Lande med BNP vækst > 5 %	> 5 %	77	5,4 mio. DKK
Lande med BNP vækst ≤ 5 %	≤ 5 %	91	3,8 mio. DKK
Total	-	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår af tabellen, viser undersøgelsen en klar sammenhæng mellem vækstmarkeder og gennemsnitlig eksporteffekt fra fremstødene. Således er den gennemsnitlige eksporteffekt opgjort til ca. 5,4 mio. DKK for lande med BNP-vækst på mere end 5 procent, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er opgjort til ca. 3,8 mio. DKK for lande med BNP-vækst på 5 procent eller mindre.

2.2.4 Øget eksport i forhold til virksomhedsstørrelse

Tabellen nedenfor viser deltagernes vurdering af fremstødet betydning for øget eksport afhængig af virksomhedens størrelse.

Tabel 7 Fremstødet betydning for øget eksport

	Antal	Andel
Antal angivelser af om deltagelsen har været udslagsgivende for eksporteffekten	168	-
- Respondenter med færre end 50 ansatte	97	58 %
- Respondenter med 50+ ansatte	55	33 %
Respondenter med oplysninger om antal ansatte	152	90 %

I hvor høj grad var fremstødet udslagsgivende? (n=152)

Grading	Under 50 ansatte (%)	50 eller flere ansatte (%)
Meget høj grad	23%	17%
Høj grad	34%	40%
Nogen grad	33%	26%
Mindre grad	9%	15%
Overhovedet ikke	1%	4%
Ved ikke	0%	0%

Som det fremgår, er der en mindre forskel på hvor stor betydning hhv. små og store deltagere tillægger fremstødet. Således har 90 procent af deltagerne med under 50 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 82 procent af deltagerne med 50+ ansatte. Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødet betydning for den øgede eksport vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte. I denne situation, har 88 procent af deltagerne med under 100 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 83 procent af deltagerne med 100+ ansatte.

2.2.5 Øget eksport i forhold til deltagernes sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til deltagernes sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelsen fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er mindst blandt serviceerhvervene.

Tabel 8 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på sektor

	Antal	Gns. eksporteffekt
Industri	115	4,3 mio. DKK
Landbrug, fiskeri og skovbrug	8	12,3 mio. DKK
Service	45	3,8 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

2.2.6 Øget eksport i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt. Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i Asien og Europa, men mindst i Amerika. Den gennemsnitlige eksporteffekt er således opgjort til 5,1 mio. DKK i Asien, 4,5 mio. DKK i Europa, og 2,9 mio. DKK i Amerika.

Tabel 9 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på verdensdel

Verdensdel	Antal	Gns. eksporteffekt
Amerika	9	2,9 mio. DKK
Asien	44	5,1 mio. DKK
Europa	115	4,5 mio. DKK
Resten af verden	-	-
Total	168	4,6 mio. DKK

2.2.7 Øget eksport i forhold til eksportomfang og -potentiale

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til omfanget af dansk eksport til det land hvorpå eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 10 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på omfanget af dansk eksport til landet

Eksportomfang	Antal	Gns. eksporteffekt
0-5 mia. DKK	49	3,6 mio. DKK
5-30 mia. DKK	54	6,1 mio. DKK
over 30 mia. DKK	65	4,0 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i de lande hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK. Undersøgelsen kan dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem omfanget af den danske eksport og eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande hvortil den danske eksport udgør mere end 30 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande, hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK.

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til eksportpotentialet for det marked hvorpå eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 11 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på eksportpotentiale

Eksportpotentiale, 2008	Antal	Gns. eksporteffekt
Under 300 mio. DKK	54	4,7 mio. DKK
300-2.000 mio. DKK	48	3,6 mio. DKK
Over 2.000 mio. DKK	66	5,2 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår, viser besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst lande med et eksportpotentiale på mere end 2 mia. DKK. I forhold til eksportpotentialet, kan undersøgelsen dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem eksportpotentialet og omfanget af eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mellem 300 mio. DKK og 2 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mindre end 300 mio. DKK.

2.2.8 Fremstødets betydning i fht. graden af internationalisering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til graden af deltagerens internationalisering, opgjort i forhold til eksportens andel af deltagerens samlede omsætning. Betydningen er opgjort på en skala fra 1 (i meget høj grad) til 5 (overhovedet ikke). Betydningen er således angivet som den gennemsnitlige angivelse på denne skala.

Tabel 12 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til virksomhedens eksportandel

Eksportandel i forhold til samlet omsætning	Antal	Gennemsnitlig betydning
Uoplyst	86	2,2
1-45 %	20	2,9
46-75 %	27	2,7
over 75 %	35	2,3
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport/omsætning.

2.2.9 Fremstødets betydning i fht. deltagerens etablering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om deltagerne i forvejen er etableret på markedet.

Tabel 13 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om virksomheden var etableret på markedet i forvejen

Etablering	Antal	Gennemsnitlig betydning
Etableret på markedet	104	2,5
Ikke etableret på markedet	64	2,1
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport/omsætning.

2.3 Effekter for etablering

I dette afsnit præsenteres spørgeskemaundersøgelsens hovedresultater i forhold til fremstødenes effekter for etablering. Etablering på markedet dækker i denne forbindelse over etablering i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller med anden form for repræsentant eller partnerskab.

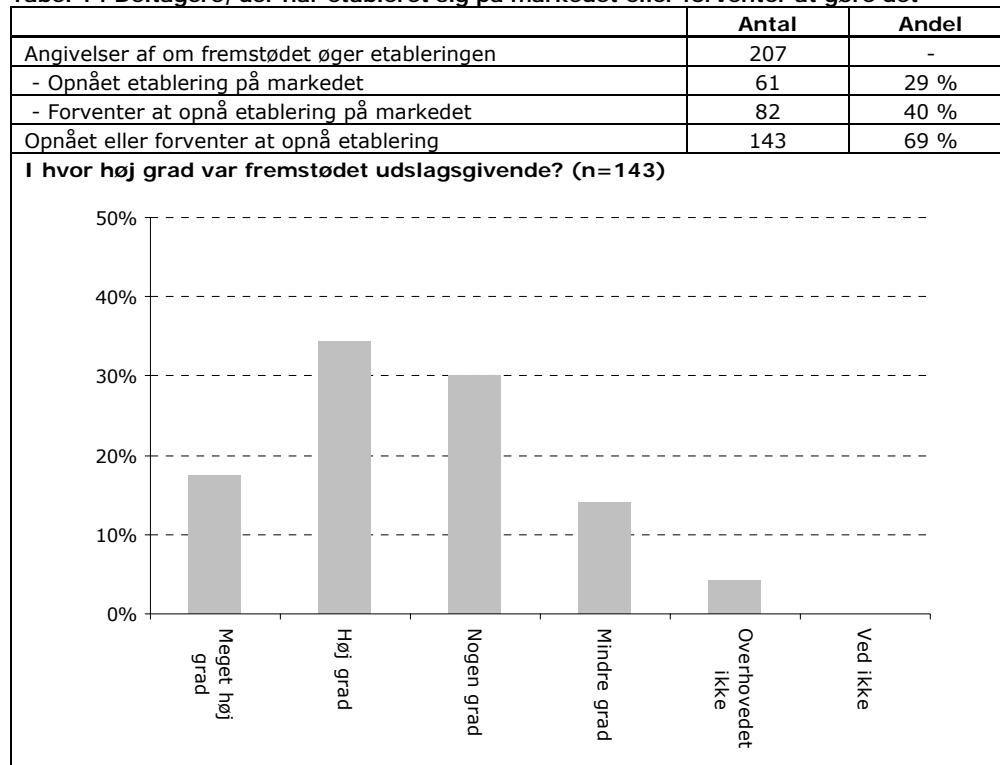
Præsentationen af hovedresultaterne indeholder udelukkende de forhold, der har signifikans i forhold til effekterne. Bilag 3 indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til etableringseffekterne, herunder også analyser af forhold, som ikke kan påvises at have signifikans for effekterne.

2.3.1 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øget etablering

Tabellen nedenfor viser det samlede antal deltagere, der har angivet at have opnået øget etablering på markedet deltagelsen i eksportfremstødet og deltagere, der forventer en øget etablering inden for en 2- til 3-årig periode.

Blandt de 207 deltagere som har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet, har 29 procent angivet, at de har opnået en etablering på markedet, mens 40 procent har angivet, at de forventer at opnå etablering på markedet. Samlet set, angiver 69 procent af de deltagere, der har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet, således at de har opnået eller forventer at opnå etablering.

Tabel 14 Deltagere, der har etableret sig på markedet eller forventer at gøre det



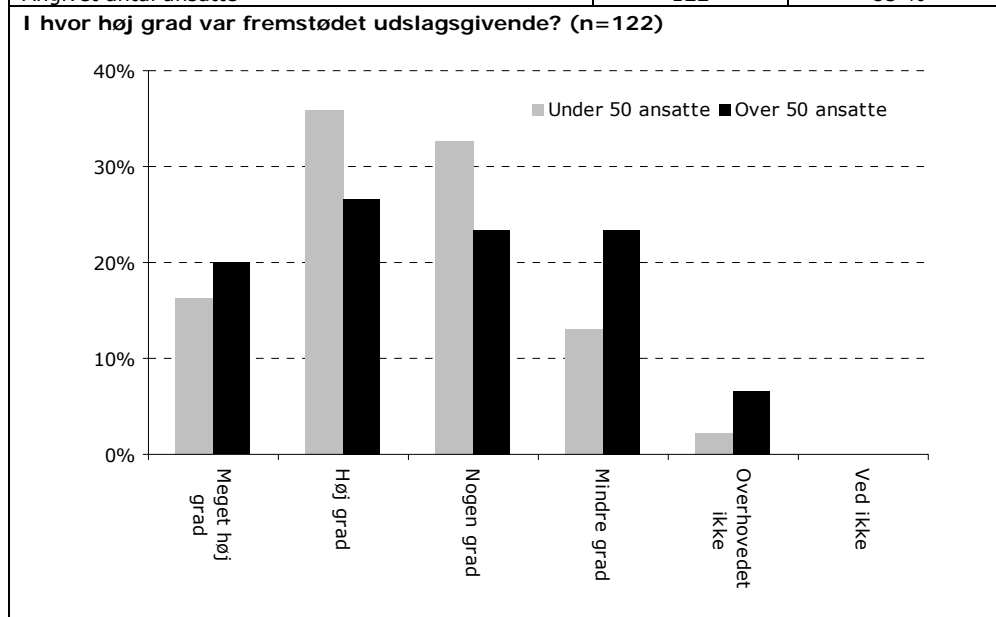
Som det ses af figuren ovenfor tillægges eksportfremstødet stor betydning for etableringen. Således vurderer 52 procent af deltagerne, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

2.3.2 Øget etablering i forhold til virksomhedsstørrelse

Tabellen nedenfor viser deltageres vurdering af fremstødets betydning for øget etablering afhængig af virksomhedens størrelse.

Tabel 15 Fremstødets betydning for etablering

	Antal	Andel
Angivelser af om deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens etablering på markedet	143	-
- Angivet antal ansatte under 50	92	64 %
- Angivet antal ansatte på 50 eller flere	30	21 %
Angivet antal ansatte	122	85 %



Generelt set vurderes fremstødets betydning at være lavere end hvad angår øget eksport. Der er dog større forskel på små og store deltagere. Således vurderer 85 procent af deltagerne med under 50 ansatte at fremstødet har været udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 70 procent af deltagerne med 50+ ansatte. Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødets betydning for den øgede etablering vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte.

2.3.3 Øget etablering i forhold til deltageres sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte etableringseffekter i forhold til deltageres sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at etableringseffekten er størst blandt industrielle deltagere, mens etableringseffekten er mindst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri.

Tabel 16 Opnået etablering eller forventer at opnå etablering fordelt på sektor

Sektor	Antal	Andel
Industri	75	73 %
Landbrug, fiskeri og skovbrug	12	60 %
Service	56	67 %
Total	143	69 %

2.3.4 Øget etablering i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 17 Opnået etablering eller forventer at opnå etablering fordelt verdensdel

Verdensdel	Antal	Andel
Amerika	15	56 %
Asien	36	62 %
Europa	92	75 %
Resten af verden	-	-
Total	143	69 %

Som det fremgår, viser besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den største andel af de deltagere, der har opnået etablering eller forventer at opnå etablering inden for en 2- til 3-årig periode, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Europa, hvor andelen udgør 75 procent af de deltagere, der har angivet om deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet.

2.3.5 Fremstødets betydning i fht. graden af internationalisering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget etablering i forhold til graden af deltagernes internationalisering, opgjort i forhold til eksportens andel af deltagernes samlede omsætning. Betydningen er opgjort på en skala fra 1 (i meget høj grad) til 5 (overhovedet ikke). Betydningen er således angivet som den gennemsnitlige angivelse på denne skala.

Tabel 18 Fremstødets betydning for etablering i forhold til virksomhedens eksportandel

Eksportandel i forhold til samlet omsætning	Antal	Gennemsnitlig betydning
Uoplyst	95	2,5
1-45 %	20	2,8
46-75 %	11	2,4
over 75 %	17	2,5
Total	143	2,5

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget etablering.

2.4 Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter

I dette afsnit præsenteres spørgeskemaundersøgelsens hovedresultater i forhold til fremstødenes effekter for kontakter til strategisk vigtige parter. I denne forbindelse omfatter dette kontakter til deltagere i udlandet, offentlige myndigheder/institutioner i udlandet, deltagere i Danmark og offentlige myndigheder/institutioner i Danmark. Præsentationen af hovedresultaterne indeholder udelukkende de forhold, der har signifikans i forhold til effekterne. Bilag 4 indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til effekterne for kontakter til strategisk vigtige parter, herunder også analyser af forhold, som ikke kan påvises at have signifikans for effekterne.

2.4.1 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øgede kontakter

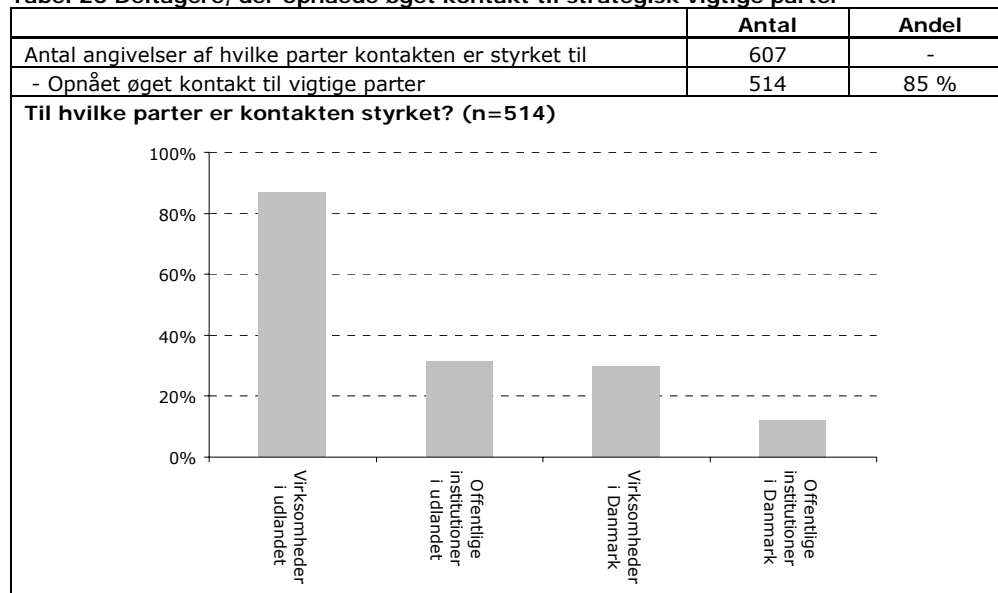
Tabellen nedenfor viser et overblik de deltagere, der har angivet at formålet med deltagelsen i fremstødet var at øge kontakten til strategisk vigtige parter. Som det fremgår, har 615 deltagere angivet formålet med virksomhedens deltagelse i eksportfremstødet. Blandt disse har i alt 382 deltagere angivet, at deres formål med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, svarende til ca. 62 procent af besvarelserne. Blandt de 382 deltagere, der har angivet, at formålet med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, har 88 procent angivet at eksportfremstødet har medvirket til at øge kontakterne til disse parter.

Tabel 19 Deltagere, der deltog med det formål at øge kontakten til strategisk vigtige parter

	Antal	Andel
Antal angivelser af formålet med deltagelse	615	-
Angivet at formålet var at øge kontakten til vigtige parter	382	62 %
- Opnået øget kontakt	336	88 %

Tabellen nedenfor viser et overblik de deltagere, der har angivet hvilke parter kontakten er styrket til.

Tabel 20 Deltagere, der opnåede øget kontakt til strategisk vigtige parter



Overordnet set har en stor andel af deltagerne opnået øget kontakt til strategisk vigtige parter. Således har 514 deltagere, svarende til 85 procent af besvarelsene opnået øget kontakt til vigtige parter. Blandt de 514 deltagere, der har specificeret hvilke parter kontakterne er styrket til, angiver 87 procent at kontakten er styrket til deltagere i udlandet, hvorimod 12 procent angiver at have styrket kontakten til offentlige institutioner i Danmark.

2.4.2 Øgede kontakter i forhold til deltagernes sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte effekter for øgede kontakter i forhold til deltagernes sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at effekten er størst blandt industrielle deltagere og serviceerhverv, mens etableringseffekten er mindst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri.

Tablet 21 Styrket kontakt fordelt på sektor

Sektor	Antal	Andel
Industri	287	86 %
Landbrug, fiskeri og skovbrug	31	78 %
Service	196	84 %
Total	514	85 %

2.4.3 Øgede kontakter i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt.

Tablet 22 Styrket kontakt fordelt verdensdel

Verdensdel	Antal	Andel
Amerika	48	80 %
Asien	157	90 %
Europa	308	83 %
Resten af verden	1	100 %
Total	514	85 %

Som det fremgår, viser besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den største andel af de deltagere, der har opnået øgede kontakter til strategisk vigtige parter, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Asien, hvor andelen udgør 90 procent af de deltagere, der har angivet hvilke parter kontakten er styrket til.

2.4.4 Fremstødets betydning i fht. deltagernes etablering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øgede kontakter i forhold til om deltagerne i forvejen er etableret på markedet.

Tablet 23 Styrket kontakt fordelt på om virksomheden var etableret på markedet i forvejen

Etablering	Antal	Andel
Etableret	340	86 %
Ikke etableret	171	83 %
Total¹	514	85 %

1) Totalen summer ikke, idet der er inkluderet deltagere, der ikke er placeret i nogen af kategorierne

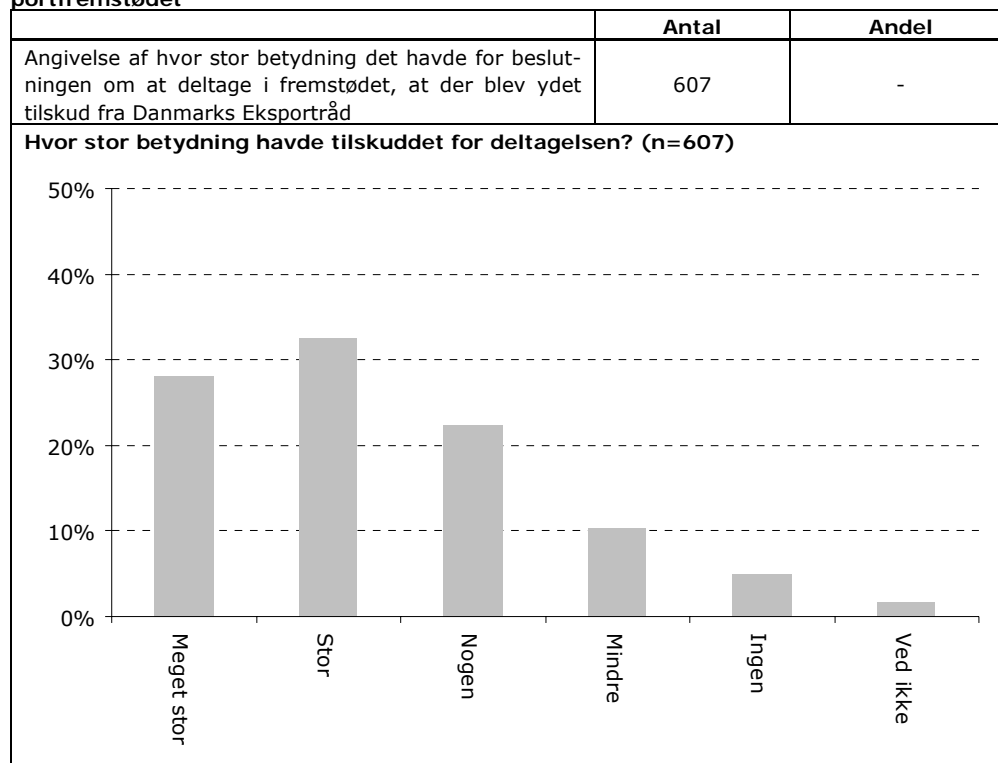
Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet tillægger fremstødet marginalt større betydning

for de opnåede effekter for øgede kontakter, end det er tilfældet blandt de deltagere, der ikke er etableret på markedet.

2.5 Betydning af tilskud for deltagernes deltagelse

Deltagerne er i spørgeskemaundersøgelsen blevet bedt om at vurdere, hvor stor betydning det havde for beslutningen om at deltage i fremstødet, at der blev ydet tilskud fra Danmarks Eksportråd. Tabellen herunder viser en oversigt over betydningen af Dansk Eksportråds tilskud for deltagernes deltagelse i eksportfremstødet.

Tabel 24 Betydningen af tilskuddet fra Danmarks Eksportråd for deltagelsen i eksportfremstødet



Som det fremgår, tillægges tilskuddet generelt stor betydning for deltagelsen. Kun 5 procent svarer, at tilskuddet ikke har haft betydning for deltagelse, mens 61 procent af deltagerne angiver, at tilskuddet har haft stor eller meget stor betydning for deltagelsen.

Undersøgelsen viser desuden en tendens til, at små deltagere tillægger tilskuddet større betydning. Spørgeskemaundersøgelsen viser således at 67 procent af deltagerne med under 50 ansatte angiver at tilskuddet har stor eller meget stor betydning for deres deltagelse.

3. Konklusion

I løbet af undersøgelsesperioden, har i alt 615 deltagere, svarende til ca. 37 procent af deltagerne i stikprøven medvirket i spørgeskemaundersøgelsen – dvs. de har angivet deres formål med deltagelsen i det konkrete eksportfremstød.

Blandt disse 615 deltagere, har 62 procent angivet, at de har deltaget med det formål at styrke kontakten til/dialogen med strategisk vigtige parter, mens 54 procent af deltagerne har angivet, at de deltog med det formål at øge eksporten/omsætningen på markedet. Hver femte virksomhed har angivet, at de deltog med det formål, at opnå øget etablering på markedet, mens 15 procent af deltagerne har angivet at formålet med deltagelsen var noget andet end disse.

3.1 Effekter for øget eksport

Hver fjerde deltager har opnået eller forventer øget eksport

Blandt de respondenter, som har angivet om fremstødet øger eksporten, har ca. hver fjerde angivet at de enten har opnået øget eksport eller at de forventer at opnå en øget eksport inden for det kommende år. 13 procent har således angivet, at de har opnået øget eksport, mens 14 procent har angivet at de forventer øget eksport inden for det kommende år.

For de 13 procent, som har angivet at have opnået en øget eksport, udgør den gennemsnitlige forøgede eksport ca. 4,6 mio. DKK, mens de 14 procent, som har angivet at de forventer en øget eksport inden for det kommende år, i gennemsnit forventer at den forøgede eksport vil udgøre 4,5 mio. DKK.

Samlede eksporteffekter på ca. 3,1 mia. DKK årligt

På baggrund af virksomhedernes besvarelser i spørgeskemaundersøgelsen, er de samlede eksporteffekter ved de gennemførte eksportfremstød for perioden fra primo 2006 til primo 2008, opgjort til ca. 6,2 mia. DKK for de 3.300 deltagere. Antages det at deltagerne fordeler sig ligeligt over denne toårige periode, udgør den årlige samlede eksporteffekt dermed ca. 3,1 mia. DKK. Den gennemsnitlige eksporteffekt er således opgjort til 1,8 mio. DKK pr deltager.

Spørgeskemaundersøgelsen viser endvidere, at eksporteffekterne er højere for de større deltagere. Således er den gennemsnitlige eksporteffekt for deltagere med 50 ansatte eller derover opgjort til ca. 2,0 mio. DKK, mens den gennemsnitlige eksporteffekt for deltagere med færre end 50 ansatte er opgjort til ca. 1,7 mio. DKK.

Eksporteffekterne er størst på vækstmarkeder

Spørgeskemaundersøgelsen viser en klar sammenhæng mellem vækstmarkeder og gennemsnitlig eksporteffekt fra fremstødene. Således er den gennemsnitlige eksporteffekt opgjort til ca. 5,4 mio. DKK for lande med BNP-vækst på mere end 5 procent, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er opgjort til ca. 3,8 mio. DKK for lande med BNP-vækst på 5 procent eller mindre.

Besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen indikerer desuden, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i Asien og Europa, men mindst i Amerika. Den gennemsnitlige eksporteffekt er således opgjort til 5,1 mio. DKK i Asien, 4,5 mio. DKK i Europa, og 2,9 mio. DKK i Amerika.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i de lande hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK. Undersøgelsen kan dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem omfanget af den nuværende danske eksport og eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande hvortil den danske eksport udgør mere end 30 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande, hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i lande med et eksportpotentiale på mere end 2 mia.¹ DKK. I forhold til eksportpotentialet, kan undersøgelsen dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem eksportpotentialet og omfanget af eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mellem 300 mio. DKK og 2 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mindre end 300 mio. DKK.

Deltagerne tillægger fremstødet stor betydning for den øgede eksport

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at fremstødets betydning for den øgede eksport generelt set er høj. Således angiver 61 procent af de 79 deltagere, der har opnået øget eksport, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad, mens 58 procent af de deltagere, der forventer at opnå en øget eksport angiver, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

Spørgeskemaundersøgelsen viser desuden, at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport, ligesom spørgeskemaundersøgelsen viser, at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet, tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport.

Undersøgelsen viser en mindre forskel på hvor stor betydning hhv. små og store deltagere tillægger fremstødet. Således har 90 procent af deltagerne med under 50 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 82 procent af deltagerne med 50+ ansatte. Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødets betydning for den øgede eksport vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte. Med denne opdeling, har 88 procent af deltagerne med under 100 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 83 procent af deltagerne med 100+ ansatte.

Spørgeskemaundersøgelsen viser ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget eksport i fht. kulturelle faktorer, herunder Power Distance Indekset (PDI) og Uncertainty Avoidance Indekset (UAI).

3.2 Effekter for etablering

To ud af tre deltagere har opnået eller forventer øget etablering

Blandt de 207 deltagere som har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet, har lidt mere end hver fjerde (29 procent) angivet, at de har opnået en etablering på markedet, mens 40 procent har angivet, at de forventer at opnå etablering på markedet inden for en 2- til 3-årig periode. Samlet set, angiver to ud af tre (69

¹ Oplysninger om eksportpotentialet for de enkelte lande er opgjort af Danmarks Eksportråd

procent) af de deltagere, der har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet, at de har opnået eller forventer at opnå etablering.

Besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen viser desuden, at den største andel af de deltagere, der har opnået etablering eller forventer at opnå etablering, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Europa. Hver fjerde af de deltagere, der har angivet om deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet, har således deltaget i eksportfremstød, som har været afholdt i Europa.

Deltagerne tillægger fremstødet stor betydning for den øgede etablering

Eksportfremstødet tillægges stor betydning for etableringen. Således vurderer omkring halvdelen (52 procent) af deltagerne, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad. Generelt set vurderes fremstødets betydning at være lavere end hvad angår øget eksport. Der er dog større forskel på små og store deltagere. Således vurderer 85 procent af deltagerne med under 50 ansatte at fremstødet har været udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 70 procent af deltagerne med 50+ ansatte. Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødets betydning for den øgede etablering vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget etablering.

Spørgeskemaundersøgelsen viser ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget etablering i fht. kulturelle faktorer, herunder Power Distance Indekset (PDI) og Uncertainty Avoidance Indekset (UAI).

3.3 Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter

Hovedparten af deltagerne har opnået øget kontakt til vigtige parter

Blandt de 615 deltagere, der har angivet formålet med virksomhedens deltagelse i eksportfremstødet i spørgeskemaundersøgelsen, har mere end halvdelen (62 procent) angivet, at deres formål med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter. Blandt de deltagere, der har angivet, at formålet med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, har hovedparten (88 procent) angivet, at eksportfremstødet har medvirket til at øge kontakterne til disse parter.

Blandt de 514 deltagere, der har specificeret hvilke parter kontakterne er styrket til, angiver 87 procent at kontakten er styrket til deltagere i udlandet, hvorimod 12 procent angiver at have styrket kontakten til offentlige institutioner i Danmark.

Besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen viser, at den største andel af de deltagere, der har opnået øgede kontakter til strategisk vigtige parter, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Asien, hvor andelen udgør 90 procent af de deltagere, der har angivet hvilke parter kontakten er styrket til.

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet, tillægger fremstødet marginalt større betydning for de opnåede effekter for øgede kontakter, end det er tilfældet blandt de deltagere, der ikke er etableret på markedet.

3.4 Tilskuddet tillægges generelt stor betydning for deltagelsen

Blandt deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, har 5 procent angivet, at tilskuddet ikke har haft betydning for deltagelse. 61 procent af deltagerne angiver, at tilskuddet har haft stor eller meget stor betydning for deltagelsen.

Undersøgelsen viser desuden en tendens til, at mindre virksomheder tillægger tilskuddet større betydning. To ud af tre (67 procent) virksomheder med under 50 ansatte, har således angivet, at tilskuddet har stor eller meget stor betydning for deres deltagelse.

4. Bilag

4.1 Bilag 1: Undersøgelsens grundlag: Population, opregning mv.

4.1.1 Undersøgelsens grundpopulation: Deltagere i eksportfremstød fra primo 2006 til primo 2008

Undersøgelsens grundpopulation udgøres af deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008. Dette antal udgjorde i alt 3.511 deltagere.

Blandt disse findes dog ca. 200 er koordinatore, som er udeladt fra undersøgelsen, da denne gruppe typisk udelukkende deltager i fremstødende med henblik på at koordinere fremstødet for de øvrige deltagere. Grundpopulationen for undersøgelsen udgør dermed ca. 3.300 deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008.

4.1.2 Stikprøven for den spørgeskemabaserede undersøgelse

I forhold til stikprøven for undersøgelsen er dog udeladt de fremstød, som er lavet under en såkaldt partnerskabsaftale. Disse deltagere er udeladt fordi Danmarks Eksportråd teknisk set ikke har mulighed for at identificere de enkelte fremstød lavet under partnerskabsaftalerne så tilfredsstillende, at de vil kunne have indgået i undersøgelsen. Antallet af deltagere på disse fremstød er opgjort til i alt 1.004, hvorved stikprøven reduceres fra ca. 3.300 deltagere til ca. 2.300 deltagere.

Partnerskabsaftalerne strækker sig typisk over en periode på 2 til 4 år, og er indgået mellem Danmarks Eksportråd og forskellige koordinatore på vegne af en række deltagere (kernegruppen), som forpligter sig i at være med i 50 procent af de planlagte fremstød. Fremstødene under partnerskabsaftalen adskiller sig således fra de andre fremstød ved at have en kernegruppe, men i praksis giver dette efter Eksportrådets vurdering ikke nødvendigvis anledning til en betydende forskel i forhold til øvrige fremstød: Mange deltagere inden for en given sektor går under alle omstændigheder igen på en række fremstød – typisk på fagmesser som fiskerimessen i Glasgow, eller på modemessen i Moskva, og dette er således et træk, der ikke er forbeholdt partnerskabsaftalerne. Danmarks Eksportråd vurderer derfor ikke, at partnerskabsaftalerne vil have givet anledning til betydende ændringer i forhold til svarudfald.

I forhold til stikprøven er det desuden besluttet, at hver deltager maksimalt skulle modtage 2 spørgeskemaer for at undgå irritation. Dette betyder en yderligere reduktion af stikprøven på ca. 640 deltagere, således at den endelige stikprøve for spørgeskemaundersøgelsen udgør ca. 1.660 deltagere, svarende til ca. 50 procent af det samlede antal deltagere i eksportfremstød i perioden fra primo 2006 til primo 2008. Opgørelsen af stikprøven er sammenfattet i tabellen herunder:

Tabel 25 Stikprøve

	Antal (ca.)	Andel
Samlet antal deltagere i eksportfremstød (primo 2006 til primo 2008)	3.300	100 %
- Heriblandt deltagere gennem partnerskabsaftaler	1.000	30 %
Antal udeladte fremstød for at undgå irritation	640	19 %
Stikprøve for spørgeskemaundersøgelsen	1.659	50 %

4.1.3 Svarprocenter og overblik over formålet med deltagelsen i eksportfremstød

Spørgeskemaundersøgelsen er foretaget som en elektronisk spørgeskemaundersøgelse, hvor deltagerne i stikprøven har modtaget et informationsbrev med introduk-

tion til undersøgelsen og hvordan spørgeskemaet besvares via Internettet. Deltagerne i stikprøven har haft en periode på ca. 2 uger til at besvare spørgeskemaet.

I løbet af denne periode, har i alt 615 deltagere, svarende til ca. 37 procent af deltagerne i stikprøven deltaget i undersøgelsen – dvs. de har angivet deres formål med deltagelsen i det konkrete eksportfremstød.

Blandt disse 615 deltagere, har 62 procent angivet, at de har deltaget med det formål at styrke kontakten til/dialogen med strategisk vigtige parter, mens 54 procent af deltagerne har angivet, at de deltog med det formål at øge eksporten/omsætningen på markedet. Hver femte virksomhed har angivet, at de deltog med det formål, at opnå øget etablering på markedet, mens 15 procent af deltagerne har angivet at formålet med deltagelsen var noget andet end disse. Tabellen nedenfor viser et overblik over deltagernes formål med deltagelsen i eksportfremstødene:

Tabel 26 Deltagere, der deltog med det formål at øge eksporten på markedet

	Antal	Procent
Antal angivelser af formålet med deltagelse	615	-
- At øge eksport	334	54 %
- At opnå etablering	125	20 %
- At styrke kontakter	382	62 %
- Andre formål	94	15 %

4.1.4 Repræsentativitet og grundlag for opregning

I tabellerne nedenfor sammenholdes besvarelsenerne i spørgeskemaundersøgelsen med stikprøvens sammensætning i forhold til virksomhedsstørrelse, deltagernes sektorielte tilknytning, samt i forhold til markedet for fremstødet (verdensdel).

Tabel 27 Repræsentativitet i forhold til virksomhedsstørrelse

Antal ansatte	Andel i besvarelser	Andel i stikprøve	Gns. eksporteffekt (opnået og forventet)
Under 50	58 %	55 %	4,3 mio. DKK
50 eller derover	33 %	37 %	5,6 mio. DKK
Under 100	70 %	64 %	4,7 mio. DKK
100 eller derover	21 %	28 %	5,1 mio. DKK
Total	100 %	100 %	4,6 mio. DKK

Tabel 28 Repræsentativitet i forhold til sektor

Sektor	Andel i besvarelser	Andel i stikprøve	Gns. eksporteffekt (opnået og forventet)
Industri	68 %	55 %	4,3 mio. DKK
Landbrug, fiskeri og skovbrug	5 %	7 %	12,3 mio. DKK
Service	27 %	38 %	3,8 mio. DKK
Total	100 %	100 %	4,6 mio. DKK

Tabel 29 Repræsentativitet i forhold til marked (verdensdel)

Verdensdel	Andel i besvarelser	Andel i stikprøve	Gns. eksporteffekt (opnået og forventet)
Amerika	5 %	11 %	2,9 mio. DKK
Asien	26 %	28 %	5,1 mio. DKK
Europa	68 %	61 %	4,5 mio. DKK
Resten af verden	0 %	0 %	-
Total	100 %	100 %	4,6 mio. DKK

Statistiske tests afviser at den gennemsnitlige effekt for deltagere med under 50 ansatte er den samme som for deltagere med 50 ansatte eller flere. Opregningen af effekten er derfor foretaget med en stratificering på antallet af ansatte.

Den gennemsnitlige effekt beregnes blandt deltagere, der har angivet at de har opnået øget eksport, forventer det eller hverken har opnået øget eksport eller forventer det. Angivelser af "ved ikke" til dette spørgsmål udelades altså af opregningsgrundlaget men inkluderes i populationen.

Den frasorterede outlier, jf. nedenfor, udelades fra opregningsgrundlaget og populationen. Således regnes der op til populationsstørrelsen minus én hvorefter effekten fra denne outlier lægges til uden opregning.

Populationen dækker over deltagere, der har deltaget i eksportfremstød over 2 år. Således afspejler opregningen effekten for 2 års kunder.

4.1.5 Outliers og databearbejdning

Der er foretaget følgende rettelser i data fra spørgeskemaundersøgelsen:

- **Små effekter.** Alle angivelser af effekter på under 10.000 DKK antages at være fejlagtige angivelser og er derfor slettet. I alt er 52 svar slettet. I disse tilfælde rettes angivelsen af hvorvidt virksomheden har opnået øget eksport til "ved ikke". Derudover slettes virksomhedens angivelse af fremstødets betydning for den øgede eksport.
- **Outliers.** Der er foretaget en frasortering af outliers. Outliers er defineret som angivne effekter på eksporten, der ligger med end 3 standardafvigelser fra gennemsnittet. Dette resulterer i en frasortering af én angivelse. Denne indgår i den samlede effekt men opregnes ikke.

Data er suppleret med oplysninger fra Danmarks Eksportråd samt KrakMarkedsData. Oplysninger om BNP-vækst (Real GDP %) for 2007, Power Distance Index (PDI), Uncertainty Avoidance Index (UAI), eksportpotentiale for landet i 2008, dansk eksport til landet i 2007, samt oplysninger om officielt/ikke-officielt marked stammer således alle fra Danmarks Eksportråd. Oplysninger om antal ansatte og eksportprocent stammer fra KrakMarkedsData og er ikke deltagernes egne angivelser.

Der er foretaget en kategorisering af lande til verdensdele og sektorer til mere overordnede sektorer. Dette er sket jf. nedenstående tabeller.

Tabel 30 Kategorisering af lande

Land	Verdensdel
Belgien	Europa
Canada	Amerika
Chile	Amerika
De Forenede Arabiske Emirater	Asien
Estland	Europa
Finland	Europa
Frankrig	Europa
Grækenland	Europa
Indien	Asien
Irland	Europa
Island	Europa
Italien	Europa
Kasakhstan	Asien
Kenya	Resten af verden
Kina	Asien
Letland	Europa
Malaysia	Asien
Mexico	Amerika
Nederlandene	Europa
Norge	Europa
Philippinerne	Asien
Polen	Europa
Rumænien	Europa
Rusland	Europa
Schweiz	Europa
Spanien	Europa
Storbritannien	Europa
Sverige	Europa
Sydkorea	Asien
Thailand	Asien
Tjekkoslavakiet	Europa
Tyskland	Europa
Ukraine	Europa
Ungarn	Europa
USA	Amerika
Venezuela	Amerika
Vietnam	Asien

Tabel 31 Kategorisering af sektorer

Sektor	Overordnet sektor
Arkitektur	Service
Automotive branche	Service
Beklædning	Industri
Bygge- og anlæg	Industri
Design	Service
Design og arkitektur	Service
Energi	Industri
Filmbranchen	Service
Finanssektoren	Service
Fiskerisektoren	Industri
Fjernvarmesektoren	Service
Forsvarssektoren	Service
Fødevarsektoren	Industri
Gartneri	Service
Grafisk branche	Service
IT	Service
Jern og metal	Industri
Landbrug og fødevarsektoren	Landbrug, fiskeri og skovbrug
Life Sciences	Service
Marine- og offshoresektoren	Industri
Miljøteknologi	Industri
Mineindustrien	Industri
Multisektor	Service
Musikindustrien	Industri
Møbel og interiørdesign	Service
Nødhjælp	Service
Olie og gas	Industri
Outsourcing, maskinindustrien	Industri
Postsektoren	Service
Reklamer og firmagaver	Service
Skibsbygningsindustrien	Industri
Transportsektoren	Service
Træ- og møbelindustrien	Industri
Udstyr til lufthavne	Industri
Vandteknologi	Industri
Vindmølleindustrien	Industri

4.2 Bilag 2: Effekter for øget eksport

Dette bilag indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til eksporteffekterne. De resultater, der præsenteres nedenfor, ligger således til grund for de hovedresultater, der er præsenteret i kapitel 2 ovenfor, og dermed også for undersøgelsens konklusioner i kapitel 3.

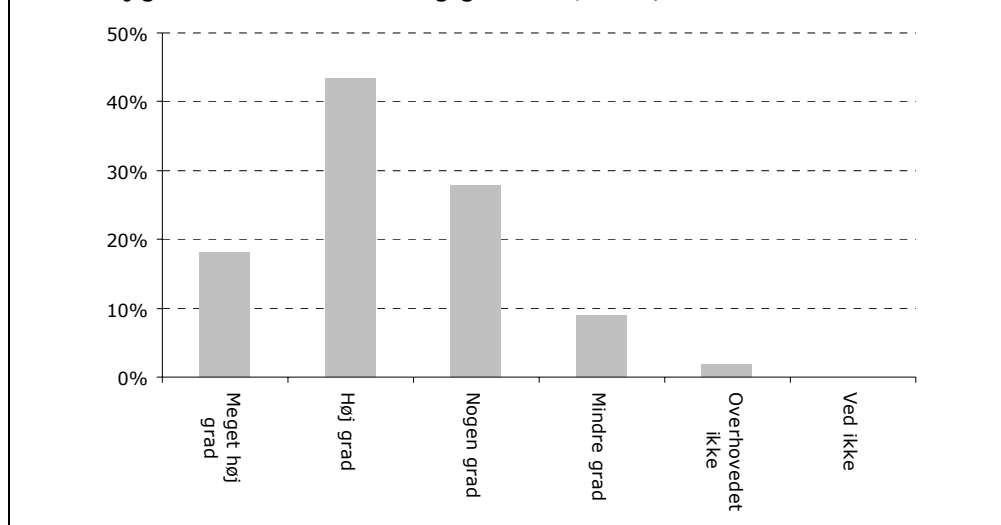
4.2.1 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øget eksport

Som det fremgår af tabellen nedenfor, har 334 ud af i alt 615 respondenter angivet, at formålet med fremstødet var at øge eksporten, svarende til 54 procent. Blandt disse 334 respondenter, har 16 procent faktisk opnået øget eksport, mens 17 procent forventer at opnå øget eksport inden for det næste år.

Tabel 32 Deltagere, der deltog med det formål at øge eksporten på markedet

	Antal	Andel	Gns. eksporteffekt
Antal angivelser af formålet med deltagelse	615	-	-
Angivet at formålet var at øge eksport	334	54 %	-
- Opnået øget eksport	54	16 %	4,2 mio. DKK
- Forventer at opnå øget eksport	57	17 %	3,5 mio. DKK
Opnået eller forventer at opnå øget eksport	111	33 %	3,8 mio. DKK

I hvor høj grad var fremstødet udslagsgivende? (n=111)



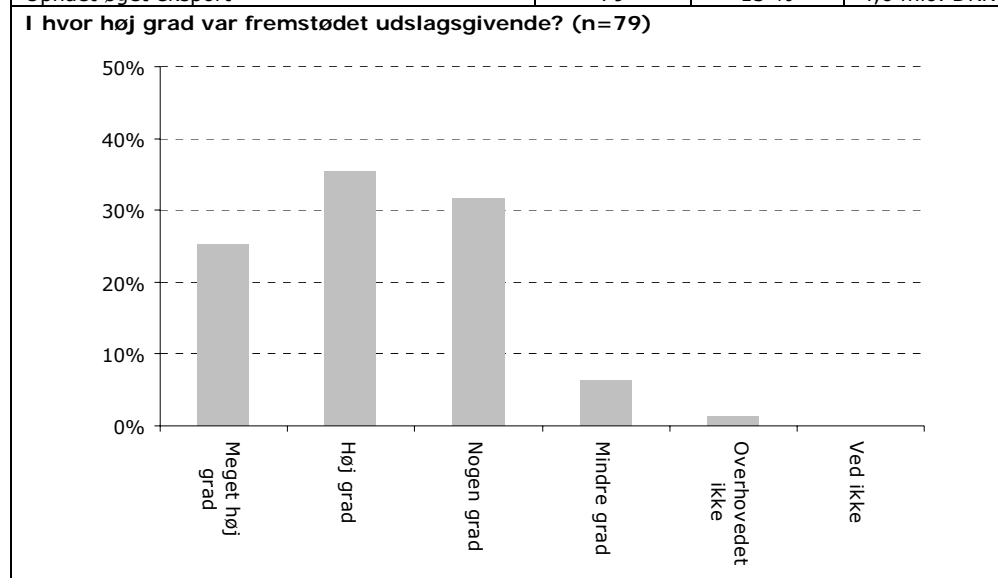
Blandt de deltagere, som har opnået øget eksport, vurderes den gennemsnitlige eksporteffekt at udgøre ca. 4,2 mio. DKK, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er opgjort til ca. 3,5 mio. DKK for de deltagere, der har angivet at de forventer at opnå øget eksport på markedet inden for det kommende år. Samlet set vurderes den gennemsnitlige eksporteffekt at udgøre ca. 3,8 mio. DKK blandt de deltagere, som har opnået øget eksport, og de deltagere, der forventer at opnå øget eksport på markedet inden for det kommende år.

Som det ses af figuren ovenfor tillægges eksportfremstødet stor betydning for den øgede eksport. Således vurderer 61 procent af de 111 deltagere, der har opnået eller forventer at opnå øget eksport som følge af fremstødet, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

Tabellen nedenfor viser det samlede antal deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået øget eksport på markedet. Blandt de 615 deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået øget eksport på markedet, har 79 deltagere (svarende til 13 %) angivet at de har opnået øget eksport. Sammenlignet med tabellen ovenfor, viser undersøgelsen dermed, at 25 deltagere har opnået øget eksport, selvom dette ikke var formålet med deltagelsen i eksportfremstødet.

Tabel 33 Deltagere, der opnåede øget eksport på markedet

	Antal	Andel	Gns. eksporteffekt
Angivelser af om fremstødet øger eksporten	615	-	-
Opnået øget eksport	79	13 %	4,6 mio. DKK



Blandt samtlige deltagere, som har angivet at de har opnået øget eksport (uanset om dette var formålet med deltagelsen i fremstødet eller ej), vurderes den gennemsnitlige eksporteffekt at udgøre ca. 4,6 mio. DKK, hvilket er en smule højere end blandt deltagere, der deltog med øget eksport som formål.

Som det ses af figuren ovenfor tillægges eksportfremstødet stor betydning for den øgede eksport. Således vurderer 61 procent af de 79 deltagere, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

Tabellen nedenfor viser ligeledes det samlede antal deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået øget eksport på markedet. Til forskel fra tabellen ovenfor, inkluderer tabellen nedenfor desuden deltagere, der forventer en øget eksport inden for det kommende år.

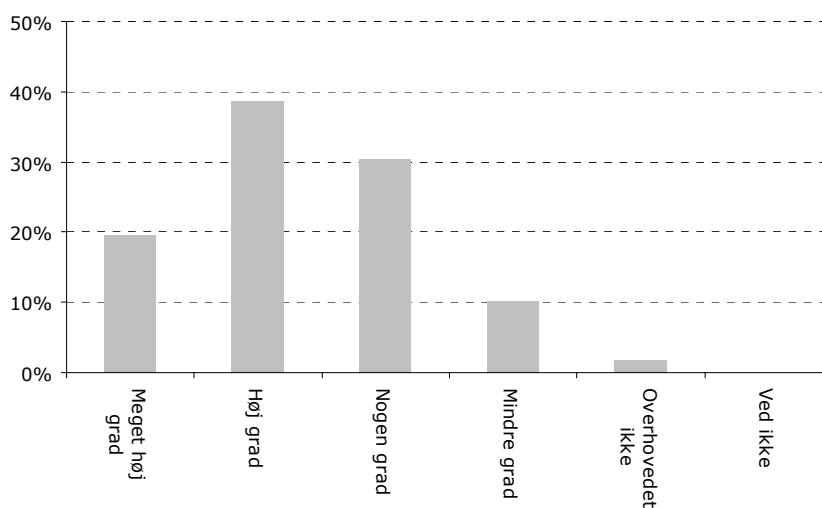
Blandt de 616 deltagere som har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået øget eksport på markedet, har 14 procent angivet at de forventer en øget eksport inden for det kommende år. Samlet set, angiver 27 procent af de deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksport-

fremstødet har opnået øget eksport på markedet, således at de har opnået eller forventer at opnå øget eksport.

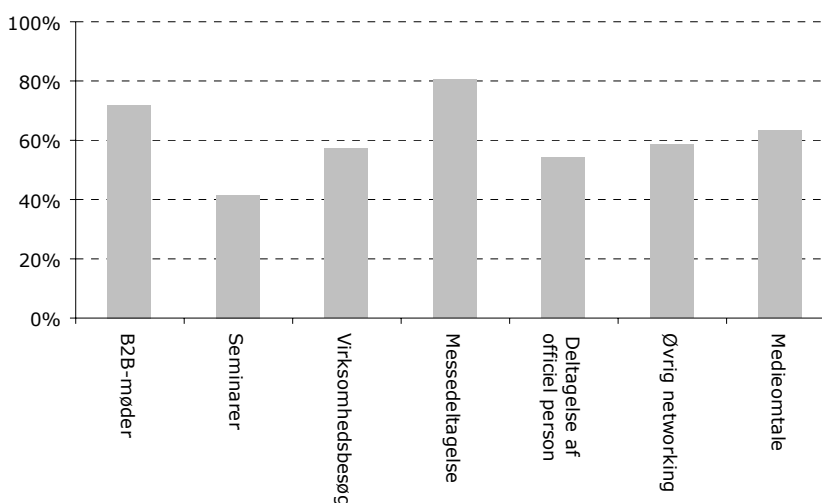
Tabel 34 Deltagere, der opnåede eller forventer at opnå øget eksport

	Antal	Andel	Gns. eksporteffekt
Angivelser af om fremstødet øger eksporten	616	-	-
- Opnået øget eksport	79	13 %	4,6 mio. DKK
- Forventer at opnå øget eksport	89	14 %	4,5 mio. DKK
Opnået eller forventer at opnå øget eksport	168	27 %	4,6 mio. DKK

I hvor høj grad var fremstødet udslagsgivende? (n=168)



Hvilke elementer af fremstødet har haft betydning? (n=164)



De 89 deltagere som har angivet at de forventer en øget eksport inden for det kommende år, forventer i gennemsnit at den forøgede eksport vil udgøre 4,5 mio. DKK, hvilket er højere end de deltagere, der deltog i fremstødet med henblik på øget eks-

port. Den gennemsnitlige (forventede) øgede eksport er dog ens for deltagerne samlet set som for deltagere, der deltog med henblik på øget eksport.

Figuren ovenfor underbygger billedet af, at fremstødets betydning for den øgede eksport generelt set er høj. Således angiver 58 procent af deltagerne at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

4.2.2 Øget eksport i forhold til vækstmarkeder

Tabellen viser den øgede og forventede øgede eksport fordelt på de lande, som er dækket af besvarelserne i spørgeskemaundersøgelsen, samt BNP-væksten i 2007 for disse lande.

Tabel 35 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på lande

Land	BNP vækst 2007	Antal besvarelser	Gns. eksporteffekt
Chile	5,1 %	1	10,0 mio. DKK
Kina	11,4 %	14	8,4 mio. DKK
Rusland	8,1 %	16	8,3 mio. DKK
De Forenede Arabiske Emirater	7,5 %	9	5,7 mio. DKK
Norge	3,5 %	8	5,2 mio. DKK
Vietnam	8,5 %	1	5,0 mio. DKK
Nederlandene	3,5 %	2	5,0 mio. DKK
Frankrig	1,9 %	9	4,7 mio. DKK
Storbritannien	3,0 %	9	4,5 mio. DKK
Tyskland	2,5 %	33	4,5 mio. DKK
Philippinerne	7,3 %	4	4,5 mio. DKK
Spanien	3,8 %	3	4,3 mio. DKK
Ukraine	7,1 %	13	3,6 mio. DKK
Indien	8,7 %	3	3,4 mio. DKK
USA	2,2 %	6	2,5 mio. DKK
Thailand	4,8 %	5	2,5 mio. DKK
Letland	10,3 %	4	2,4 mio. DKK
Sverige	2,8 %	9	1,8 mio. DKK
Malaysia	6,3 %	6	1,6 mio. DKK
Belgien	2,7 %	2	1,5 mio. DKK
Irland	5,3 %	4	1,4 mio. DKK
Canada	2,7 %	1	1,0 mio. DKK
Kasakhstan	8,5 %	2	0,6 mio. DKK
Finland	4,3 %	3	0,5 mio. DKK
Mexico	3,3 %	1	0,2 mio. DKK
Total	-	168	4,6 mio. DKK
Lande med BNP vækst > 5 %	> 5 %	77	5,4 mio. DKK
Lande med BNP vækst ≤ 5 %	≤ 5 %	91	3,8 mio. DKK

Som det fremgår af tabellen, er der stor forskel på den angivne opnåede og forventede eksport på landene. Den gennemsnitlige eksporteffekt varierer således mellem 10,0 mio. DKK i Chile og 0,2 mio. DKK i Mexico. Tilsvarende er der betydelig forskel i antallet af besvarelser for de enkelte lande, hvilket kan være medvirkende til variationen i den gennemsnitlige eksporteffekt.

Grupperes de lande, som i 2007 havde en BNP-vækst hhv. under og over 5 procent, viser undersøgelsen dog en klar sammenhæng mellem vækstmarkeder og gennemsnitlig eksporteffekt fra fremstødene. Således er den gennemsnitlige eksporteffekt

opgjort til ca. 5,4 mio. DKK for lande med BNP-vækst på mere end 5 procent, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er opgjort til ca. 3,8 mio. DKK for lande med BNP-vækst på 5 procent eller mindre.

4.2.3 Øget eksport i forhold til virksomhedsstørrelse

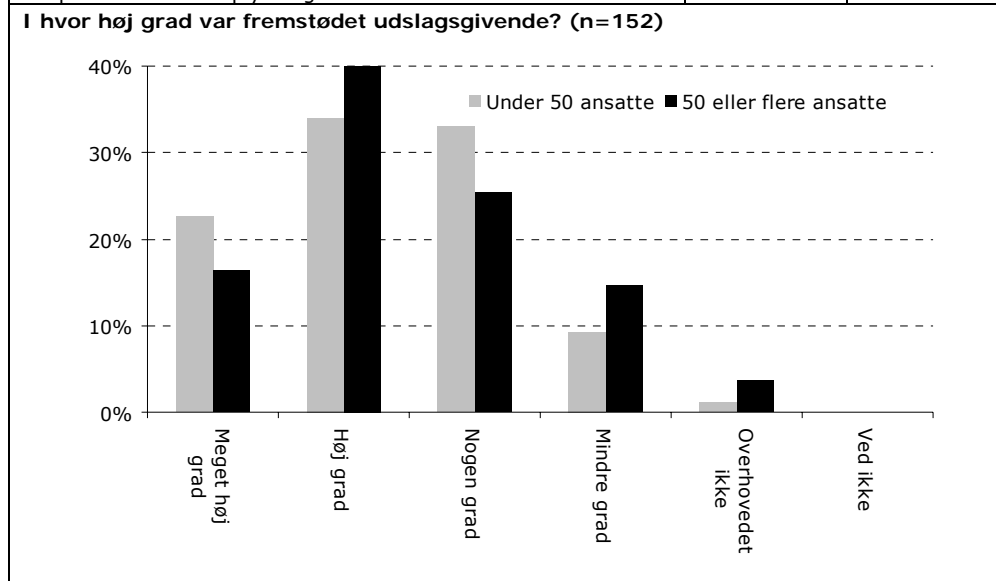
Tabellen nedenfor viser deltagernes vurdering af fremstødets betydning for øget eksport afhængig af virksomhedens størrelse.

Som det fremgår, er der en mindre forskel på hvor stor betydning hhv. små og store deltagere tillægger fremstødet. Således har 90 procent af deltagerne med under 50 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 82 procent af deltagerne med 50+ ansatte.

Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødets betydning for den øgede eksport vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte. I denne situation, har 88 procent af deltagerne med under 100 ansatte angivet at fremstødet var udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 83 procent af deltagerne med 100+ ansatte

Tabel 36 Fremstødets betydning for øget eksport

	Antal	Andel
Antal angivelser af om deltagelsen har været udslagsgivende for eksporteffekten	168	-
- Respondenter med færre end 50 ansatte	97	58 %
- Respondenter med 50+ ansatte	55	33 %
Respondenter med oplysninger om antal ansatte	152	90 %



4.2.4 Øget eksport i forhold til deltagernes sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til deltagernes sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri, mens den gennemsnitlige eksporteffekt er mindst blandt serviceerhvervene.

Tabel 37 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på sektor

	Antal	Gns. eksporteffekt
Industri	115	4,3 mio. DKK
Landbrug, fiskeri og skovbrug	8	12,3 mio. DKK
Service	45	3,8 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

4.2.5 Øget eksport i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt. Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i Asien og Europa, men mindst i Amerika. Den gennemsnitlige eksporteffekt er således opgjort til 5,1 mio. DKK i Asien, 4,5 mio. DKK i Europa, og 2,9 mio. DKK i Amerika.

Tabel 38 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på verdensdel

Verdensdel	Antal	Gns. eksporteffekt
Amerika	9	2,9 mio. DKK
Asien	44	5,1 mio. DKK
Europa	115	4,5 mio. DKK
Resten af verden	-	-
Total	168	4,6 mio. DKK

4.2.6 Øget eksport i forhold til eksportomfang og -potentiale

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til omfanget af dansk eksport til det land hvorpå eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 39 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på omfanget af dansk eksport til landet

Eksportomfang	Antal	Gns. eksporteffekt
0-5 mia. DKK	49	3,6 mio. DKK
5-30 mia. DKK	54	6,1 mio. DKK
over 30 mia. DKK	65	4,0 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i de lande hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK. Undersøgelsen kan dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem omfanget af den danske eksport og eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande hvortil den danske eksport udgør mere end 30 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande, hvortil den danske eksport udgør mellem 5 og 30 mia. DKK.

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til eksportpotentialet for det marked hvorpå eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 40 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på eksportpotentiale

Eksportpotentiale, 2008	Antal	Gns. eksporteffekt
Under 300 mio. DKK	54	4,7 mio. DKK
300-2.000 mio. DKK	48	3,6 mio. DKK
Over 2.000 mio. DKK	66	5,2 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst i lande med et eksportpotentiale på mere end 2 mia. DKK. Undersøgelsen kan dog ikke identificere en entydig sammenhæng mellem eksportpotentialet og omfanget af eksporteffekten, eftersom den gennemsnitlige eksporteffekt er lavere blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mellem 300 mio. DKK og 2 mia. DKK, end blandt de deltagere, der har deltaget i eksportfremstød i lande med et eksportpotentiale på mindre end 300 mio. DKK.

4.2.7 Øget eksport i forhold til officielt/ikke-officielt marked

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til, om der er tale om et officielt eller et ikke-officielt marked.

Tabel 41 Øget eksport og forventet øget eksport fordelt på om markedet er officielt

	Antal	Gns. Eksporteffekt
Officielt marked	9	5,6 mio. DKK
Ikke-officielt marked	159	4,5 mio. DKK
Total	168	4,6 mio. DKK

Som det fremgår af tabellen, indikerer besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den gennemsnitlige eksporteffekt er størst for officielle markeder. Det skal dog bemærkes at antallet af observationer på de officielle markeder er for begrænset til at kunne vurdere om denne indikation er gyldig eller ej.

4.2.8 Fremstødets betydning for øget eksport

I det følgende præsenteres resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til fremstødets betydning for opnåelsen af øget eksport. Betydningen er opgjort på en skala fra 1 (i meget høj grad) til 5 (overhovedet ikke). Betydningen er således angivet som den gennemsnitlige angivelse på denne skala.

Fremstødets betydning i fht. omfanget af dansk eksport

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til omfanget af dansk eksport til landet.

Tabel 42 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til omfanget af dansk eksport til landet

Eksportomfang	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-5 mia. DKK	49	2,6
5-30 mia. DKK	54	2,3
over 30 mia. DKK	65	2,3
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at fremstødet har gennemsnitlig højst betydning for opnåelsen af øget eksport i de lande, hvor eksportomfanget udgør under 5 mia. DKK. Da der er tale om mindre forskelle, viser spørgeskemaundersøgelsen dog ikke noget entydigt billede af, om eksportfremstødet har signifikant betydning for opnåelsen af øget eksport i forhold til det eksisterende eksportomfang.

Fremstødets betydning i fht. graden af internationalisering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til graden af deltagerens internationalisering, opgjort i forhold til eksportens andel af deltagerens samlede omsætning.

Tabel 43 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til virksomhedens eksportandel

Eksportandel i forhold til samlet omsætning	Antal	Gennemsnitlig betydning
Uoplyst	86	2,2
1-45 %	20	2,9
46-75 %	27	2,7
over 75 %	35	2,3
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport/omsætning.

Fremstødets betydning i fht. deltagerens etablering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om deltagerne i forvejen er etableret på markedet.

Tabel 44 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om virksomheden var etableret på markedet i forvejen

Etablering	Antal	Gennemsnitlig betydning
Etableret på markedet	104	2,5
Ikke etableret på markedet	64	2,1
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget eksport/omsætning.

Fremstødets betydning i fht. kulturelle faktorer

Nedenfor sammenholdes spørgeskemaundersøgelses resultater for så vidt angår fremstødets betydning for øget eksport i fht. følgende kulturelle faktorer:

1. Power Distance Index (PDI). Dette indeks udtrykker graden af lighed eller ulighed mellem befolkningen i et givet land: Jo højere PDI, desto højere ulighed
2. Uncertainty Avoidance Index (UAI). Dette indeks udtrykker graden af tolerance i forhold til usikkerhed og uklarhed indenfor et givet land: Jo højere UAI, desto lavere tolerance for usikkerhed og uklarhed

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til Power Distance Index (PDI).

Table 45 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til PDI (Power Distance Index)

Power Distance Index (PDI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	103	2,3
36-65	19	2,3
over 65	46	2,5
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget eksport i fht. PDI.

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige eksporteffekter i forhold til Uncertainty Avoidance Index (UAI).

Table 46 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til UAI (Uncertainty Avoidance Index)

Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	59	2,5
36-65	84	2,3
over 65	25	2,3
Total	168	2,4

Tilsvarende vurderingen af betydningen af PDI, viser spørgeskemaundersøgelsen ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget eksport i fht. UAI.

Fremstødets betydning i fht. officielt/ikke-officielt marked

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om markedet for fremstødet er officielt eller ej.

Table 47 Fremstødets betydning for øget eksport i forhold til om fremstødet er officielt

	Antal	Gennemsnitlig betydning
Officielt marked	9	2,8
Ikke-officielt marked	159	2,3
Total	168	2,4

Som det fremgår af tabellen, indikerer spørgeskemaundersøgelsen at fremstødet tillægges større betydning for de opnåede effekter for øget eksport på officielle markeder. Det skal dog bemærkes at antallet af observationer på de officielle markeder er for begrænset til at kunne vurdere om denne indikation er gyldig eller ej.

4.3 Bilag 3: Effekter for etablering

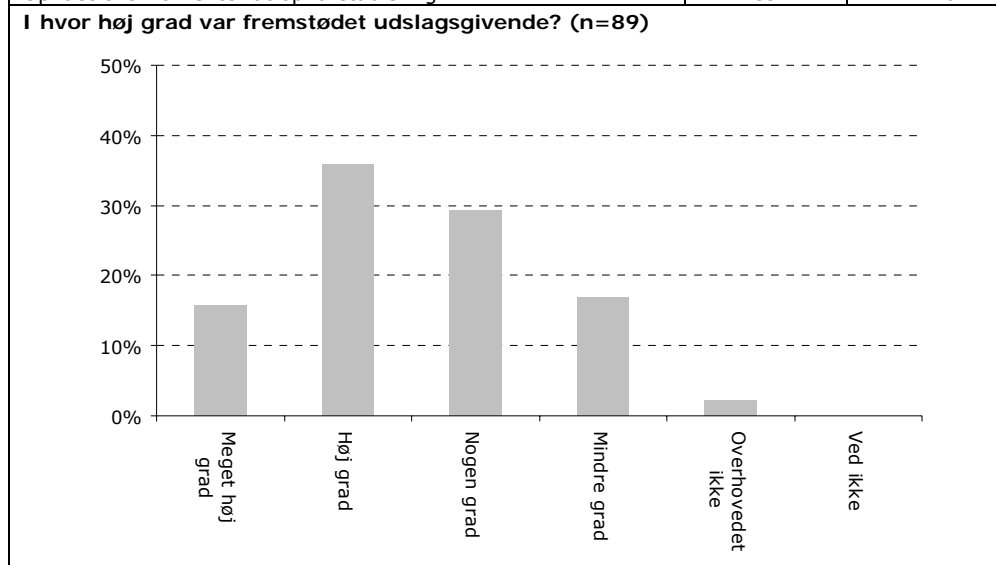
Dette bilag indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til etableringseffekterne. De resultater, der præsenteres nedenfor, ligger således til grund for de hovedresultater, der er præsenteret i kapitel 2 ovenfor, og dermed også for undersøgelsens konklusioner i kapitel 3.

4.3.1 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øget etablering

Tabellen nedenfor viser et overblik de deltagere, der har angivet at formålet med deltagelsen i fremstødet var at etablere sig på markedet. Som det fremgår, har 616 deltagere angivet formålet med virksomhedens deltagelse i eksportfremstødet. Blandt disse har i alt 125 deltagere angivet, at deres formål med deltagelsen var at etablere sig på markedet, svarende til ca. 20 procent af besvarelserne.

Tabel 48 Deltagere, der deltog med det formål at øge etablere sig på markedet

	Antal	Andel
Antal angivelser af formålet med deltagelse	616	-
Angivet at formålet var at etablere sig på markedet	125	20 %
- Opnået etablering på markedet	31	25 %
- Forventer at opnå etablering på markedet	58	46 %
Opnået eller forventer at opnå etablering	89	71 %



Blandt de 125 deltagere, der har angivet, at formålet med deltagelsen var at etablere sig på markedet, har henholdsvis 25 procent og 46 procent angivet, at de har opnået etablering eller forventer at opnå etablering på markedet. Samlet set, angiver 71 procent af de deltagere, der har angivet at formålet med fremstødet var at etablere sig på markedet, således at de har opnået eller forventer at opnå etablering.

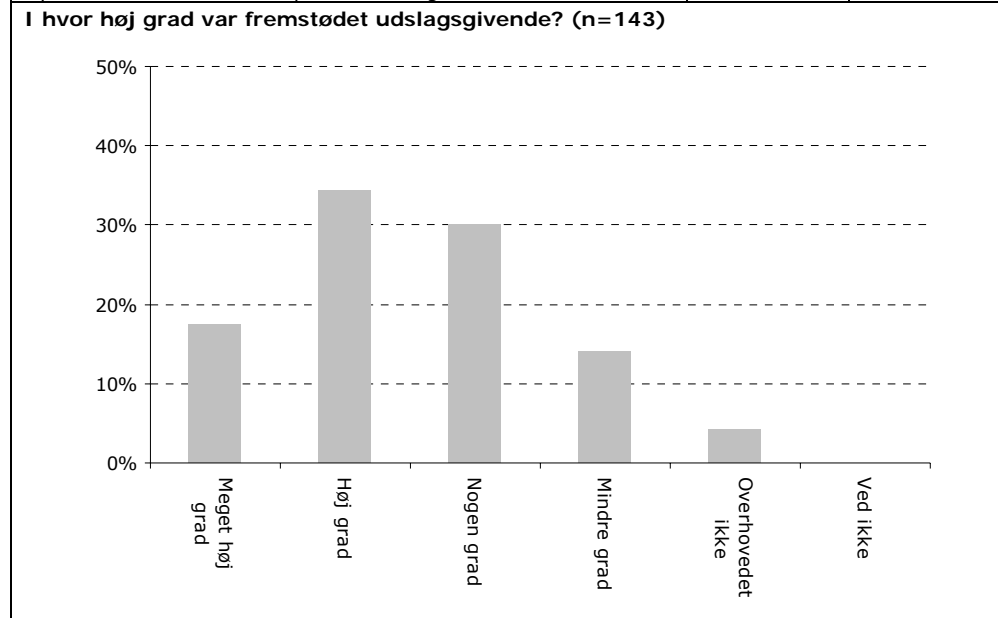
Som det ses af figuren ovenfor tillægges eksportfremstødet stor betydning for etableringen. Således vurderer 52 procent af de 89 deltagere, der har opnået eller forventer at opnå etablering som følge af fremstødet, at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

Tabellen nedenfor viser ligeledes det samlede antal deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået etablering på markedet. Til forskel fra tabellen ovenfor, viser inkluderer tabellen nedenfor alle deltagere, og ikke kun de deltagere, der har angivet etablering som formålet med fremstødet.

Blandt de 207 deltagere som har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet (i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller med anden form for repræsentant eller partnerskab), har 40 procent angivet at de forventer at opnå etablering på markedet. Samlet set, angiver 69 procent af de deltagere, der har angivet om fremstødet øger etableringen på markedet, således at de har opnået eller forventer at opnå etablering.

Tabel 49 Deltagere, der har etableret sig på markedet eller forventer at gøre det

	Antal	Andel
Angivelser af om fremstødet øger etableringen	207	-
- Opnået etablering på markedet	61	29 %
- Forventer at opnå etablering på markedet	82	40 %
Opnået eller forventer at opnå etablering	143	69 %



Blandt samtlige deltagere, der har angivet om virksomheden efter deltagelsen i eksportfremstødet har opnået etablering på markedet uanset om dette var formålet eller ej, har 29 procent angivet at de har opnået etablering på markedet, hvilket er højere end for deltagerne med etablering som formål. Modsat er andelen af deltagere, som forventer etablering lavere og udgør kun 40 procent af besvarelsene. Samlet set har 69 procent etableret sig eller forventer at gøre det.

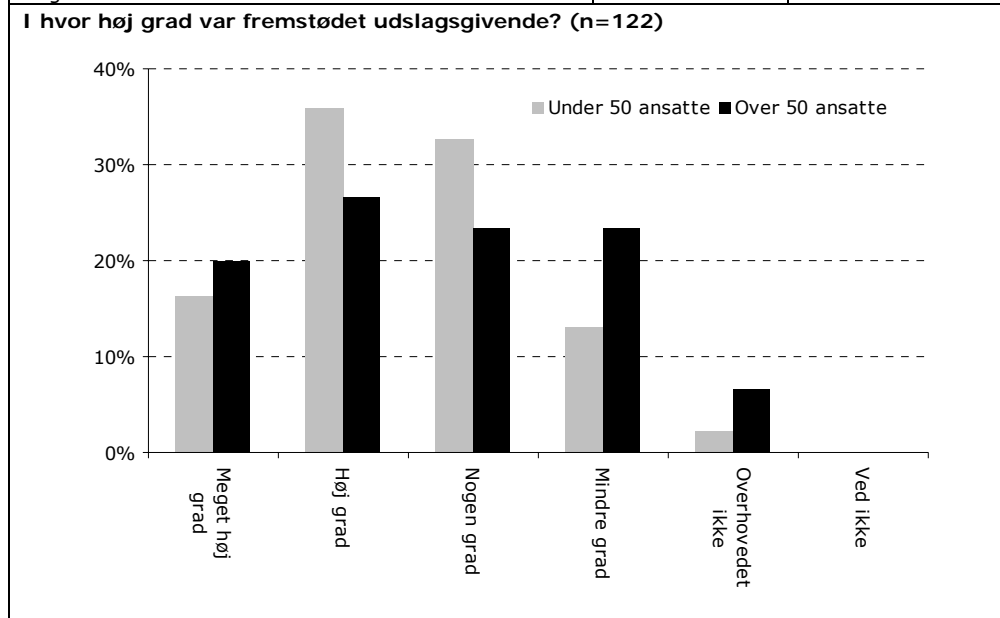
Som det ses af figuren ovenfor, er fremstødets betydning for etableringen på samme niveau som ovenfor, idet 52 procent har angivet at fremstødet har været udslagsgivende i høj eller meget høj grad.

4.3.2 Øget etablering i forhold til virksomhedsstørrelse

I Tabellen nedenfor opdeles deltagerne på antallet af ansatte, ligesom det var tilfældet oven for. Nedenfor er det dog fremstødets betydning for etablering på markedet, der analyseres.

Tabel 50 Fremstødets betydning for etablering

	Antal	Andel
Angivelser af om deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens etablering på markedet	143	-
- Angivet antal ansatte under 50	92	64 %
- Angivet antal ansatte på 50 eller flere	30	21 %
Angivet antal ansatte	122	85 %



Generelt set vurderes fremstødets betydning at være lavere end hvad angår øget eksport. Der er dog større forskel på små og store deltagere. Således vurderer 85 procent af deltagerne med under 50 ansatte at fremstødet har været udslagsgivende i nogen, høj eller meget høj grad, mens det samme er tilfældet for 70 procent af deltagerne med 50+ ansatte. Samme forhold gør sig gældende, hvis fremstødets betydning for den øgede etablering vurderes i forhold til om deltagerne har færre end 100 ansatte eller 100+ ansatte.

4.3.3 Øget etablering i forhold til deltagerens sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte etableringseffekter i forhold til deltagerens sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at etableringseffekten er størst blandt industrielle deltagere, mens etableringseffekten er mindst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri.

Tabel 51 Opnået etablering eller forventer at opnå etablering fordelt på sektor

Sektor	Antal	Andel
Industri	75	73 %
Landbrug, fiskeri og skovbrug	12	60 %
Service	56	67 %
Total	143	69 %

4.3.4 Øget etablering i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 52 Opnået etablering eller forventer at opnå etablering fordelt verdensdel

Verdensdel	Antal	Andel
Amerika	15	56 %
Asien	36	62 %
Europa	92	75 %
Resten af verden	-	-
Total	143	69 %

Som det fremgår, viser besvarelsene fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den største andel af de deltagere, der har opnået etablering eller forventer at opnå etablering inden for en 2- til 3-årig periode, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Europa, hvor andelen udgør 75 procent af de deltagere, der har angivet om deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet.

4.3.5 Fremstødets betydning for øget etablering

I det følgende præsenteres resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til fremstødets betydning for opnåelsen af øget etablering. Betydningen er opgjort på en skala fra 1 (i meget høj grad) til 5 (overhovedet ikke). Betydningen er således angivet som den gennemsnitlige angivelse på denne skala.

Fremstødets betydning i fht. graden af internationalisering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget etablering i forhold til graden af deltagernes internationalisering, opgjort i forhold til eksportens andel af deltagernes samlede omsætning.

Tabel 53 Fremstødets betydning for etablering i forhold til virksomhedens eksportandel

Eksportandel i forhold til samlet omsætning	Antal	Gennemsnitlig betydning
Uoplyst	95	2,5
1-45 %	20	2,8
46-75 %	11	2,4
over 75 %	17	2,5
Total	143	2,5

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at deltagerne med mindst grad af internationalisering tillægger fremstødet større betydning for de opnåede effekter for øget etablering.

Fremstødets betydning i fht. kulturelle faktorer

Nedenfor sammenholdes spørgeskemaundersøgelses resultater for så vidt angår fremstødets betydning for øget etablering i fht. følgende kulturelle faktorer:

1. Power Distance Index (PDI). Dette indeks udtrykker graden af lighed eller ulighed mellem befolkningen i et givet land: Jo højere PDI, desto højere ulighed
2. Uncertainty Avoidance Index (UAI). Dette indeks udtrykker graden af tolerance i forhold til usikkerhed og uklarhed indenfor et givet land: Jo højere UAI, desto lavere tolerance for usikkerhed og uklarhed

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige etableringseffekter i forhold til Power Distance Indekset (PDI).

Tabel 54 Fremstødets betydning for etablering i forhold til PDI (Power Distance Index)

Power Distance Index (PDI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	84	2,6
36-65	23	2,6
over 65	36	2,4
Total	143	2,5

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget etablering i fht. PDI.

Tabellen nedenfor viser de opgjorte gennemsnitlige etableringseffekter i forhold til Uncertainty Avoidance Index (UAI).

Tabel 55 Fremstødets betydning for etablering i forhold til UAI (Uncertainty Avoidance Index)

Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Antal	Gennemsnitlig betydning
0-35	56	2,6
36-65	70	2,4
over 65	17	2,8
Total	143	2,5

Tilsvarende vurderingen af betydningen af PDI, viser spørgeskemaundersøgelsen ikke en signifikant sammenhæng mellem fremstødets betydning for øget etablering i fht. UAI.

Fremstødets betydning i fht. officielt/ikke-officielt marked

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øget etablering i forhold til om markedet for fremstødet er officielt eller ej.

Tabel 56 Opnået etablering eller forventer at opnå etablering fordelt på om markedet er officielt

	Antal	Andel
Officielt marked	9	69 %
Ikke-officielt marked	131	69 %
Total¹	143	69 %

1) Totalen inkluderer de fremstød, hvor det ikke er angivet, hvorvidt de er officielle eller ikke-officielle

Som det fremgår af tabellen, indikerer spørgeskemaundersøgelsen at fremstødet tillægges samme betydning for de opnåede effekter for øget etablering på officielle og ikke-officielle markeder. Det skal dog bemærkes at antallet af observationer på de officielle markeder er for begrænset til at kunne vurdere om denne indikation er gyldig eller ej.

4.4 Bilag 4: Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter

Dette bilag indeholder detaljerede præsentationer af resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til effekterne for kontakter til strategisk vigtige parter. De resultater, der præsenteres nedenfor, ligger således til grund for de hovedresultater, der er præsenteret i kapitel 2 ovenfor, og dermed også for undersøgelsens konklusioner i kapitel 3.

4.4.1 Formålet med deltagelsen i fremstødet og opnåelse af øgede kontakter

Tabellen nedenfor viser et overblik de deltagere, der har angivet at formålet med deltagelsen i fremstødet var at øge kontakten til strategisk vigtige parter. Som det fremgår, har 615 deltagere angivet formålet med virksomhedens deltagelse i eksportfremstødet.

Blandt disse har i alt 382 deltagere angivet, at deres formål med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, svarende til ca. 62 procent af besvarelserne.

Blandt de 382 deltagere, der har angivet, at formålet med deltagelsen var at øge kontakten til strategisk vigtige parter, har 88 procent angivet at eksportfremstødet har medvirket til at øge kontakterne til disse parter.

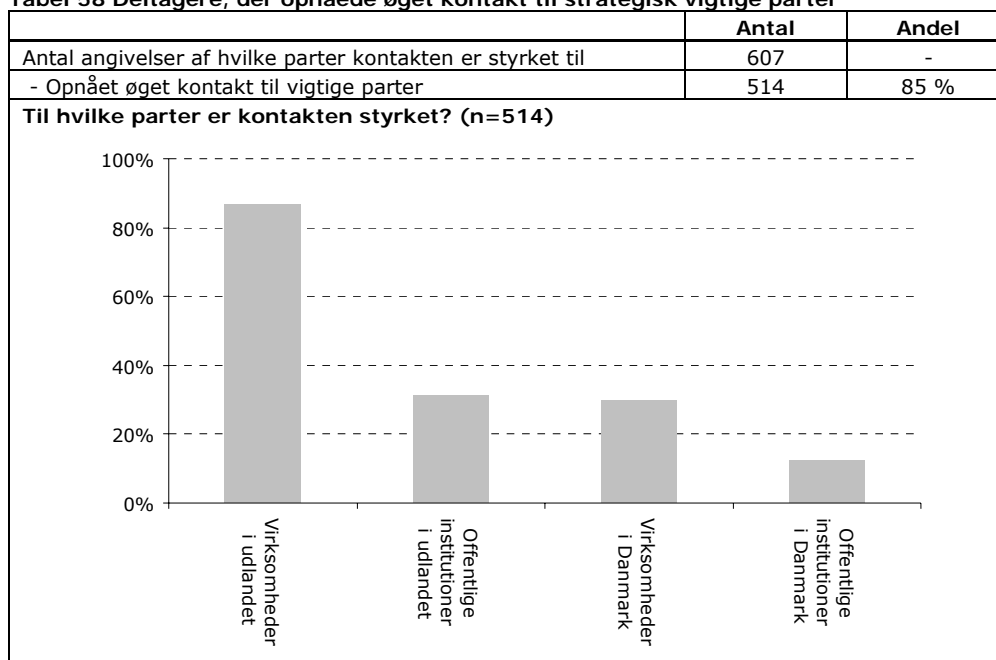
Tabel 57 Deltagere, der deltog med det formål at øge kontakten til strategisk vigtige parter

	Antal	Andel
Antal angivelser af formålet med deltagelse	615	-
Angivet at formålet var at øge kontakten til vigtige parter	382	62 %
- Opnået øget kontakt	336	88 %

Tabellen nedenfor viser et overblik de deltagere, der har angivet hvilke parter kontakten er styrket til. Overordnet set har en stor andel af deltagerne opnået øget kontakt til strategisk vigtige parter. Således har 514 deltagere, svarende til 85 procent af besvarelserne opnået øget kontakt til vigtige parter.

Blandt de 514 deltagere, der har specificeret hvilke parter kontakterne er styrket til, angiver 87 procent at kontakten er styrket til deltagere i udlandet, hvorimod 12 procent angiver at have styrket kontakten til offentlige institutioner i Danmark.

Tabel 58 Deltagere, der opnåede øget kontakt til strategisk vigtige parter



4.4.2 Øgede kontakter i forhold til deltagernes sektorielle forhold

Tabellen nedenfor viser de opgjorte effekter for øgede kontakter i forhold til deltagernes sektorielle tilknytning. Som det fremgår, indikerer besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at effekten er størst blandt industrielle deltagere og serviceerhverv, mens etableringseffekten er mindst blandt deltagere inden for landbrug, skovbrug og fiskeri.

Tabel 59 Styrket kontakt fordelt på sektor

Sektor	Antal	Andel
Industri	287	86 %
Landbrug, fiskeri og skovbrug	31	78 %
Service	196	84 %
Total	514	85 %

4.4.3 Øgede kontakter i forhold til verdensdel

Tabellen nedenfor viser resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til i hvilke verdensdele eksportfremstødet har været afholdt.

Tabel 60 Styrket kontakt fordelt verdensdel

Verdensdel	Antal	Andel
Amerika	48	80 %
Asien	157	90 %
Europa	308	83 %
Resten af verden	1	100 %
Total	514	85 %

Som det fremgår, viser besvarelserne fra deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at den største andel af de deltagere, der har opnået øgede kontakter til strategisk vigtige

tige parter, har deltaget i eksportfremstød som har været afholdt i Asien, hvor andelen udgør 90 procent at de deltagere, der har angivet hvilke parter kontakten er styrket til.

4.4.4 Fremstødets betydning for øgede kontakter

I det følgende præsenteres resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen i forhold til fremstødets betydning for opnåelsen af øgede kontakter. Betydningen er opgjort på en skala fra 1 (i meget høj grad) til 5 (overhovedet ikke). Betydningen er således angivet som den gennemsnitlige angivelse på denne skala.

Fremstødets betydning i fht. deltagernes etablering

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øgede kontakter i forhold til om deltagerne i forvejen er etableret på markedet.

Tablet 61 Styrket kontakt fordelt på om virksomheden var etableret på markedet i forvejen

Etablering	Antal	Andel
Etableret	340	86 %
Ikke etableret	171	83 %
Total¹	514	85 %

1) Totalen summer ikke, idet der er inkluderet deltagere, der ikke er placeret i nogen af kategorierne

Som det fremgår af tabellen, viser spørgeskemaundersøgelsen at de deltagere, der i forvejen er etableret på markedet tillægger fremstødet marginalt større betydning for de opnåede effekter for øgede kontakter, end det er tilfældet blandt de deltagere, der ikke er etableret på markedet.

Fremstødets betydning i fht. officielt/ikke-officielt marked

Tabellen nedenfor viser fremstødets betydning for øgede kontakter i forhold til om markedet for fremstødet er officielt eller ej.

Tablet 62 Opnåede kontakter fordelt på om markedet er officielt

	Antal	Andel
Officielt marked	63	85 %
Ikke-officielt marked	446	85 %
Total¹	514	85 %

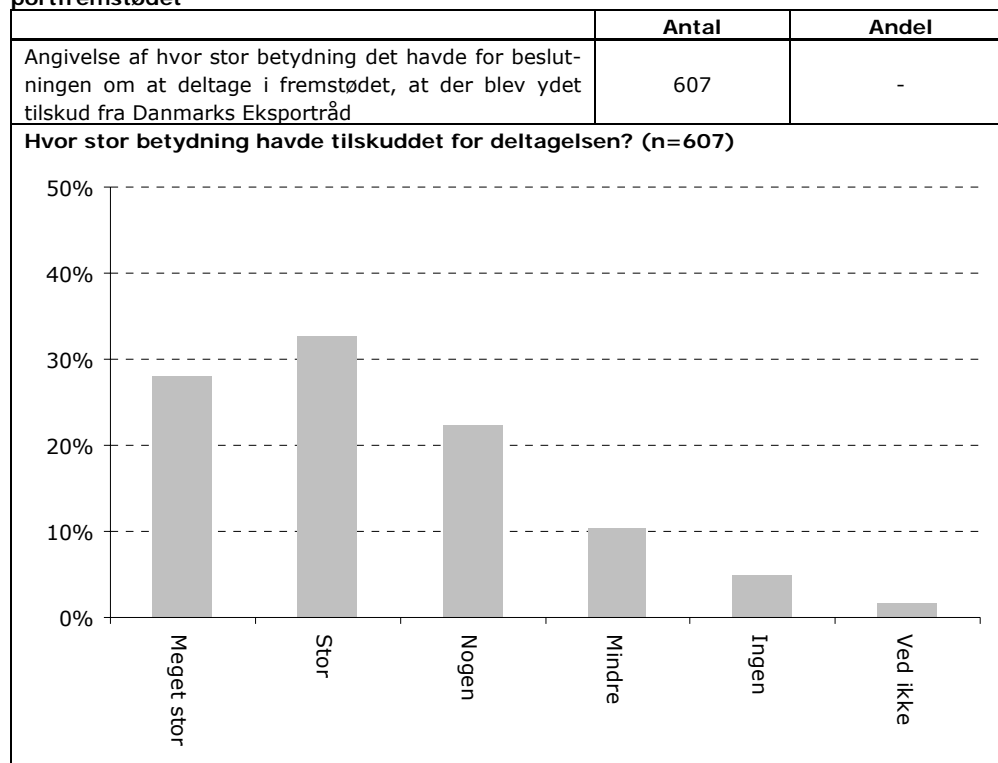
1) Totalen inkluderer de fremstød, hvor det ikke er angivet, hvorvidt de er officielle eller ikke-officielle

Som det fremgår af tabellen, indikerer spørgeskemaundersøgelsen at fremstødet tillægges samme betydning for de opnåede effekter for øgede kontakter på officielle og ikke-officielle markeder.

4.5 Bilag 5: Betydning af tilskud for deltagernes deltagelse

Deltagerne er i spørgeskemaundersøgelsen blevet bedt om at vurdere, hvor stor betydning det havde for beslutningen om at deltage i fremstødet, at der blev ydet tilskud fra Danmarks Eksportråd. Tabellen herunder viser derfor en oversigt over betydningen af Dansk Eksportråds tilskud for deltagernes deltagelse i eksportfremstødet.

Tabel 63 Betydningen af tilskuddet fra Danmarks Eksportråd for deltagelsen i eksportfremstødet



Som det fremgår, tillægges tilskuddet generelt stor betydning for deltagelsen. Kun 5 procent svarer, at tilskuddet ikke har haft betydning for deltagelse. 61 procent af deltagerne angiver, at tilskuddet har haft stor eller meget stor betydning for deltagelsen.

Tabellen herunder viser betydningen af tilskuddet fra Danmarks Eksportråd for deltagelsen afhængig af virksomhedens størrelse.

Tabel 64 Betydningen af tilskuddet fra Danmarks Eksportråd for deltagelsen i eksportfremstødet

	Antal	Andel
Angivelse af hvor stor betydning det havde for beslutningen om at deltage i fremstødet, at der blev ydet tilskud fra Danmarks Eksportråd	607	-
- Angivet antal ansatte under 50	328	54 %
- Angivet antal ansatte på 50 eller flere	235	39 %
Angivet antal ansatte	563	93 %

Hvor stor betydning havde tilskuddet for deltagelsen? (n=563)

Betydning	Under 50 ansatte (%)	50 eller flere ansatte (%)
Meget stor	~33%	~20%
Stor	~35%	~31%
Nogen	~21%	~26%
Mindre	~8%	~14%
Ingen	~4%	~7%
Ved ikke	~1%	~4%

Figuren viser en tendens til, at små deltagere tillægger tilskuddet større betydning. Spørgeskemaundersøgelsen viser således at 67 procent af deltagerne med under 50 ansatte angiver at tilskuddet har stor eller meget stor betydning for deres deltagelse.

4.6 Bilag 6: Spørgeskema

Identifikation af virksomheden

1. Hvor stor en andel af virksomhedens/koncernens samlede omsætning stammer fra udlandet? (f.eks. fra eksport eller salg via datterselskaber)
 - ca.: _____%
 - Ved ikke
2. Var virksomheden, allerede inden afholdelsen af eksportfremstødet, etableret på det pågældende marked? (f.eks. i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller anden form for partnerskab)
 - Ja
 - Nej
 - Ved ikke

Identifikation af effekter

3. Hvad var formålet med virksomhedens deltagelse i eksportfremstødet?
 - At opnå **øget omsætning på markedet**
At vurdere mulighederne for **etablering på markedet** [denne svarmulighed er ikke tilgængelig for virksomheder, der i spørgsmål 2 har angivet at de var etableret på markedet før afholdelsen af eksportfremstødet]
 - At styrke **kontakter til strategisk vigtige parter**, f.eks. beslutningstagere i private virksomheder eller offentlige myndigheder af stor strategisk betydning for virksomheden.
 - Andre formål?** Specificeres: _____

Effekter for øget eksport/omsætning

4. Har din virksomhed efter deltagelse i eksportfremstødet opnået øget omsætning på markedet?

- Ja, ca.: _____ kr.
- Nej, men vi forventer en øget omsætning på ca.: _____ kr. inden for det kommende år
- Nej
- Ved ikke

5. I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet?

Dette spørgsmål er kun stillet de virksomheder, der enten har opnået eller forventer en øget omsætning på markedet, jf. spørgsmål 4 ovenfor

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I mindre grad
- Overhovedet ikke
- Ved ikke

6. Angiv venligst i den forbindelse, hvor stor en betydning følgende elementer havde:

Dette spørgsmål er kun stillet de virksomheder, der har svaret positivt på spm. 5, dvs. "I mindre grad, I nogen grad, I høj grad, I meget høj grad"

	Betydning	Ingen betydning	Ved ikke
B2B-møder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seminar(er)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virksomhedsbesøg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messedeltagelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deltagelse af en officiel person fra dansk side (f.eks. kongelig, minister, ambassadør)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øvrige networking-aktiviteter (f.eks. middage, receptioner)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medieomtale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet? Specificeres: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Effekter for etablering

Følgende spørgsmål er kun stillet til de virksomheder, der i spørgsmål 2 har angivet, at de ikke var etableret på markedet på tidspunktet for afholdelsen af eksportfremstødet.

7. Har virksomheden siden fremstødet etableret sig på markedet i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller med anden form for repræsentant eller partnerskab?

- Ja
- Nej, men virksomheden forventer at etablere sig inden for de næste 2-3 år
- Nej, virksomheden forventer ikke etablering inden for en 2-3 årig periode
- Ved ikke

8. I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i eksportfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet?

Dette spørgsmål er kun stillet til de virksomheder, der i spm. 7 har svaret "Ja" eller "Nej, men virksomheden forventer at etablere sig inden for de næste 2-3 år".

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I mindre grad
- Overhovedet ikke
- Ved ikke

9. Angiv venligst i den forbindelse, hvor stor en betydning følgende elementer havde:

Dette spørgsmål er kun stillet til de virksomheder, der i spm. 8 har svaret positivt, dvs. "I meget høj grad", "I høj grad", "I nogen grad" eller "I mindre grad"

	Betydning	Ingen betydning	Ved ikke
B2B-møder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seminar(er)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Virksomhedsbesøg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messedeltagelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deltagelse af en officiel person fra dansk side (f.eks. kongelig, minister, ambassadør)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Øvrige networking-aktiviteter (f.eks. middage, receptioner)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medieomtale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet? Specificeres: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Effekter for kontakter til strategisk vigtige parter

10. Til hvilke parter er kontakten/dialogen styrket som følge af eksportfremstødet

- Virksomheder i udlandet
- Offentlige myndigheder/institutioner i udlandet
- Virksomheder i Danmark
- Offentlige myndigheder/institutioner i Danmark
- Ingen
- Ved ikke

11. Hvor stor betydning havde det for jeres beslutning om at deltage i fremstødet, at der blev ydet tilskud fra Danmarks Eksportråd?

- Meget stor betydning
- Høj betydning
- Nogen betydning
- Mindre betydning
- Ingen betydning
- Ved ikke

}