

UDENRIGSMINISTERIET

Folketingets Erhvervsudvalg

Asiatisk Plads 2
DK-1448 København K
Tlf. +45 33 92 00 00
Fax. +45 32 54 05 33
Telex 31292 ETR.DK
Telegram adr. Etrangeres
Girokonto 3 00 18 06



Bilag
1x70

Journalnummer
65.i.17.x.Dan

Kontor
EIR

11. september 2006

Vedlagt fremsendes 70 eksemplarer af rapporten:

**Danmarks Eksportråd. Effekt af eksportfremme. Måling 2006 -
Sammenfatning**

Målingen er foretaget af Rambøll Management for Danmarks Eksport-
råd. Det er femte år i træk, at der gennemføres en måling. Hovedresulta-
terne er sammenfattet i vedlagte notat.

NOTITS

DANMARKS EKSPORTRÅD

Udenrigsministeriet

Til: Folketingets Erhvervsudvalg J.nr.: EIR, 65.i.17.x.Dan

CC: Bilag:

Fra: Dato: 7. september 2006

Emne: Måling af Danmarks Eksportråds
eksporteffekt og samfundsnytte

I 2005 tilskrev danske virksomheder Danmarks Eksportråd indsats en værdi på mindst 3,5 mia.kr. i øget eksport. Dette er det hidtil højeste resultat i den 5-årige periode, hvor målingerne er foretaget.

Den seneste måling er gennemført i foråret 2006 og vurderer også nytteværdien af Danmarks Eksportråds generelle forretningsservices. Disse ydelser tilbydes virksomhederne uden beregning. Af 2005-målingen fremgår:

- at resultatet af Eksportrådets indsats i 2005 er en stigning i eksporten på 3,5 mia.kr. Samlet medfører dette en øget beskæftigelse på 2.600 personer og en forbedring af de offentlige finanser på ca. 1,1 mia. mill.kr.
- at effekten for den enkelte betalende kunde i 2005 var en gennemsnitlig méreksport på ca. 1,1 mill. kr. Méreksporten pr. krone anvendt til indkøb af ydelser fra Eksportrådet var i gennemsnit 130 kr.
- at effekten er størst på fjernmarkeder, efterfulgt af markeder i Central- og Østeuropa, det øvrige Europa og Norden.

Endvidere fremgår:

- at 75% af Eksportrådets kunder fandt, at Eksportrådets betalingsydelser havde stor eller nogen betydning for den gennemførte aktivitet.
- at 59 % af kunderne angav en positiv nytteværdi af de generelle forretningsservices på trods af, at disse ofte indgår i de meget tidlige faser af den enkelte virksomheds eksport- og internationaliseringsproces.
- at 50% af de kunder, som købte for mere end 500 kr., så et positivt bidrag til virksomhedens bundlinje af samarbejdet med Danmarks Eksportråd

Samt at små og mellemstore virksomheder vejer tungt blandt kunderne, idet:

- Knap 50% havde mindre end 20 ansatte. 75% havde mindre end 100 ansatte.

- Blandt virksomheder med mindre end 20 ansatte havde halvdelen mindre end 5 års erfaring på eksportmarkederne.
- Mellemstore virksomheder med 100-250 ansatte opnåede størst eksporteffekt, ca. 3,8 mio.kr i gennemsnit pr. virksomhed. Mindre virksomheder med 20-100 ansatte opnåede i gennemsnit en effekt på 1,1 mio. kr.
- Effekterne var størst for virksomheder med international erfaring og højest på markederne i Central- og Østeuropa, efterfulgt af Vesteuropa (eksklusiv Norden)

Endelig fremgår

- at virksomheder, der *både* købte ydelser og anvendte Eksportrådets gratis services opnåede en højere effekt pr. indkøbskrone end virksomheder, som kun anvendte én af ydelserne. Denne såkaldte ”gearingeffekt” gælder især for mindre internationale virksomheder, hvor effekten var fem gange så stor, når gratis- og betalingsydelser benyttes i kombination, mens internationale virksomheder oplevede en gearing på ca. 3 gange.

Målingerne er gennemført af Rambøll Management. Modellen og metoden blev oprindelig udviklet med bistand fra professor Jesper Strandkov, Handelshøjskolen i København, og professor Olav Jull Sørensen, Aalborg Universitet. Den seneste måling er gennemført i foråret 2006 og ligesom tidligere år ved interview af de direkte eksportansvarlige blandt et repræsentativt udsnit af Danmarks Eksportråds kunder om effekten af deres samarbejde med Danmarks Eksportråd året før.

Målingen er et minimumsskøn, da en række effekter ikke er mulige at kvantificere. Det gælder bl.a. værdien af de dynamiske effekter ved markedsåbninger, tidlig adgang til vækstmarkeder m.v., og værdien af sparede omkostninger som følge af god rådgivning. Endvidere er andre dele af Danmarks Eksportråds aktivitetsområder ikke omfattet af målingen, bl.a. fremme af investeringer til Danmark og det handelspolitiske arbejde for danske erhvervsinteresser samt de dynamiske konsekvenser af øget internationalisering.

Bilag er en række nøgletal for de hidtil fem foretagne målinger.

Danmarks Eksportråd
Udenrigsministeriet
7. september 2006

Danmarks Eksportråds nøgletal 2001-2005

I tabellen herunder sammenfattes udviklingen i effekter og kundeportefølje fra de fem hidtil gennemførte undersøgelser, der dækker årene 2001-2005.

	2001 (målt i 2002)	2002 (målt i 2003)	2003 (målt i 2004)	2004 (målt i 2005)	2005 (målt i 2006)	Gennemsnit
Samlet mereksport	3,1 mia.kr.	2,6 mia.kr.	3,0 mia.kr.	2,3 mia.kr.	3,5 mia.kr.	2,9 mia.kr.
Afledte effekter af mereksporten:	2.300 pers. 480 mio. kr.	1.900 pers. 400 mio. kr.	2.200 pers. 460 mio. kr.	1.700 pers. 360 mio. kr.	2.600 pers. 1.080 mio. kr.	2.140 pers. 448 mio. kr.
Øget beskæftigelse						
Øget privatforbrug	950 mio. kr.	800 mio. kr.	920 mio. kr.	710 mio. kr.		892 mio. kr.
Forbed. af off. finanser						
Andel af kunder, som mener, at DE har bidraget positivt til virksomhedens økonomiske resultat	48%	41%	42%	40%	50%	44%
Kundernes gennemsnitlige køb	9.068 kr.	12.494 kr.	15.765 kr.	17.087 kr.	20.711 kr.	15.025
Gennemsnitlig effekt pr. virksomhed, kr.	745.095	758.371	831.059	601.378	1.092.695	805.719
Andel af kunder som oplever en positiv nytteværdi af generelle forretningservices				63%	59%	61%
DE's bidrag til virksomhedens resultat	6%	5%	5%	4%	8%	6%

¹ Andel af virksomheder, der har opnået en effekt af eksportaktiviteten på markedet (effekten større end 0). En forudsætning for, at Danmarks Eksportråd kan tilskrives en effekt er, at virksomheden realiserer eller forventer at realisere en øget eksportomsætning. Hitraten angiver derfor, hvor stor en del af virksomhederne forventer at "ramme plet", dvs. opnå en øget omsætning på markedet



Danmarks Eksportråd

Effekt af eksportfremme Måling 2006

Sammenfatning

Juni 2006

Danmarks Eksportråd Effekt af eksportfremme Måling 2006 - sammenfatning

Juni 2006

Danmarks Eksportråd
Udenrigsministeriet
Asiatisk Plads 2
DK-1448 København K
Danmark

Tlf: 3392 0000
Fax: 3254 0533

Indholdsfortegnelse

1.	Hovedresultater	1
2.	Effekten blandt Eksportrådets kunder	3
3.	Effekten fordelt på hovedmarkeder	6
4.	Ydelseskategorier	7
5.	Sammenligning af nøgletal	9

Effekt af eksportfremme. Måling 2006

RAMBØLL Management har for Danmarks Eksportråd målt den samfundsøkonomiske nytte af Eksportrådets eksportfremmeinitiativer i 2005. I målingen estimeres den direkte effekt på eksporten af de ydelser, Eksportrådets kunder har købt, samt nytteværdien af de generelle forretningsservices, kunderne har modtaget af Eksportrådet.

Effekten af eksportfremme kan opdeles i effekter på samfundsøkonomien og effekter på virksomhedsniveau. Den gennemførte måling omfatter alene de samfundsøkonomiske effekter.

Effekten af Eksportrådets indsats i forhold til overvindelse af barrierer for internationalisering for de enkelte virksomheder er ikke genstand for denne undersøgelse.

I det følgende sammenfattes undersøgelsesernes resultater. I gennemgangen sammenholdes resultaterne med fire tidligere målinger: En basismåling for 2001 samt de opfølgende målinger for årene 2002, 2003 og 2004. For en mere detaljeret gennemgang henvises til de to hovedrapporter.

1. Hovedresultater

Eksportrådets 8.402 kunder i 2005 kan overordnet opdeles i tre grupper i forhold til, hvilke af Eksportrådets ydelser kunderne anvender: kunder der kun anvender generelle forretningsservices (53 pct.), kunder der kun anvender betalingsbelagte ydelser (18 pct.), samt kunder, der anvender kombinationer af disse to typer af ydelser (29 pct.). I alt anvendte 4.474 kunder generelle forretningsservices, 1.495 kunder betalte for ydelser hos Eksportrådet, og endelig anvendte 2.433 virksomheder begge typer af ydelser.

De danske virksomheder, der i 2005 købte Eksportrådets ydelser, vurderer samlet set, at Eksportrådet bidrog positivt til en samlet eksport på 15,6 mia.kr. og at værdien af Eksportrådets indsats var en mereksport på 3,5 mia.kr.

16 pct. af denne effekt var realiseret på måletidspunktet, mens de resterende 84 pct. forventes realiseret inden for de næste tre år.

59 pct. af brugerne af de generelle forretningsservices oplevede en positiv nytteværdi for enten deres internationale beslutningsovervejelser, igangsættelse af en konkret internationaliseringsaktivitet, styrkelse af forudsætningerne for at operere på et marked eller beslutning om ikke at iværksætte en potentiel eksport- eller internationaliseringsaktivitet.

Ses der på perioden fra 2001 til 2005; har den samlede effekt af Eksportrådets indsats været på 14,5 mia. kr. med et gennemsnit på 2,9 mia. kr. pr. år. Den største effekt opnåede kunderne i 2005 med 3,5 mia. kr., mens den laveste effekt findes i 2004 med 2,3 mia. kr. Resultat i 2004 kunne henføres

til en lavere effekt på fjermarkederne, der i 2005 er tilbage på samme niveau som i 2003.

Mereksporsten, der er opgjort til 3,5 mia. kr. i nærværende måling, er alene effekten blandt de virksomheder, der samarbejdede med Eksportrådet i 2005. Betydningen for samfundsøkonomien er beregnet på baggrund af den økonomiske model ADAM. Beregningen viser, at effekten af Eksportrådets indsats på samfundsniveau er:

- *En øget beskæftigelse på ca. 2.600 personer*
- *En stigning i privatforbruget på ca. 540 mio. kr.*
- *En forbedring af de offentlige finanser på ca. 1.080 mio. kr.*

Den estimerede effekt af Eksportrådets indsats er et minimumsskøn for de faktiske effekter, og især følgende forhold skal fremhæves:

- **Målingen omfatter ikke dynamiske effekter.** Målingen omfatter alene de direkte konsekvenser af en øget eksport. Værdien af de dynamiske effekter forbundet med markedsåbninger, øget konkurrenceevne for erhvervslivet som følge af internationalisering, tidlig adgang til vækstmarkeder mv. er ikke en del af målingen.
- **Målingen omfatter ikke sparede omkostninger.** Målingen tager udgangspunkt i den enhed, som virksomhederne selv måler effekten af eksportaktiviteter i, nemlig realiseret mereksport. Flere af Eksportrådets ydelser, f.eks. markedsanalyser, har til formål at forbedre virksomhedernes beslutningsgrundlag i forbindelse med eksport. Hvor analysen betyder, at virksomheden vælger *ikke* at satse på det givne marked, er der ingen målbar effekt af Eksportrådets indsats. I realiteten har virksomheden imidlertid sparet omkostningerne forbundet med en mislykket satsning.
- **Målingen omfatter ikke effekten af *Invest in Denmark*.** Effekten af *Invest in Denmark*'s arbejde er ikke en del af nærværende måling. Resultatet af *Invest in Denmark* måles i en anden ekstern undersøgelse, hvor de virksomheder, der har investeret i Danmark, angiver, i hvilken udstrækning *Invest in Denmark* har haft positiv betydning for investeringsbeslutningen, og hvilken direkte beskæftigelsesmæssig virkning, investeringen forventes at medføre.
- **Målingen omfatter ikke Eksportrådets generelle handelspolitiske arbejde.** Handelspolitik udgør en væsentlig del af Eksportrådets aktivitetsområde. Effekten af arbejdet med generelle handelspolitiske spørgsmål, herunder WTO, er imidlertid ikke omfattet af denne måling.

2. Effekten blandt Eksportrådets kunder

Virksomhederne købte i gennemsnit ydelser af Eksportrådet for ca. 21.000 kr. i 2005. Dette er en stigning på 21 pct. i forhold til året før. Stigningen i det gennemsnitlige køb skal ses i lyset af, at Eksportrådet har indført en bagatelgrænse, hvor ydelser for et beløb under 1.900 kr. ikke faktureres. Antallet af betalende kunder er derfor faldet siden 2004, mens det gennemsnitlige køb er steget.

Effekten pr. krone, der er købt ydelser for, er 130 kroner i årets måling, som det fremgår af tabellen herunder. Dette mål for eksporteffekten udviser et relativt stort udsving gennem perioden, hvilket bl.a. skyldes, at kunderne i varierende grad anvender såvel betalingsbelagte som generelle forretnings-service ydelser (der er gratis). Beløbet, der er købt ydelser for, er således et usikkert mål for det reelle omfang af samarbejdet mellem den enkelte kunde og Eksportrådet. Derfor bliver effekten pr. ydelseskrone også en usikker indikator. Fems års målinger har vist, at effekten befinder sig i intervallet 130-430 kr. med et gennemsnit på ca. 250 kr. pr. ydelseskrone.

Gennemsnitligt køb pr. kunde og effekt pr. krone, der er købt Eksportrådsydelser for, 2001-2005

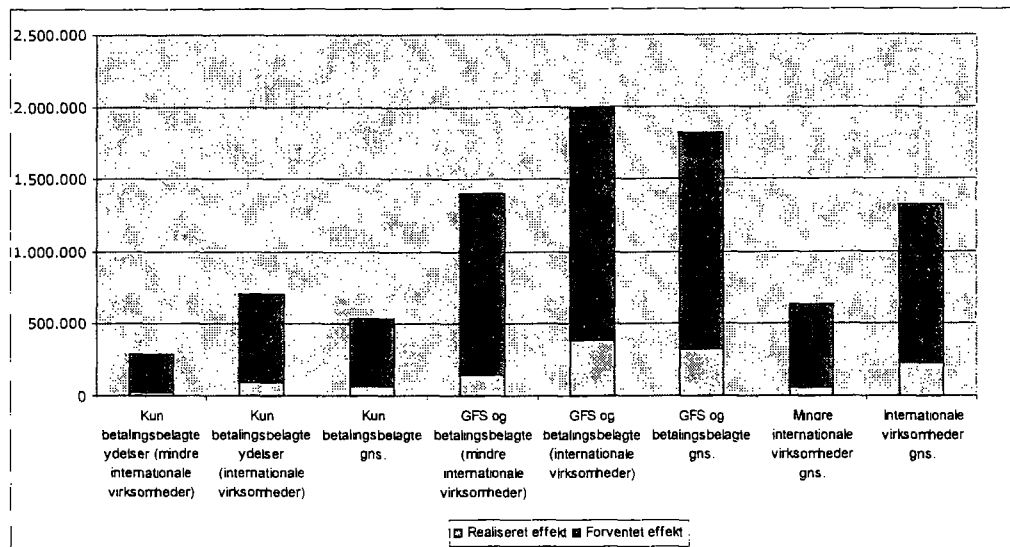
	2001	2002	2003	2004	2005
Gennemsnitligt køb pr. kunde	9.068	12.494	15.765	17.087	20.711
Realiseret effekt pr. ydelseskrone	68	28	43	41	20
Forventet effekt pr. ydelseskrone	192	117	384	237	110
Effekt pr. ydelseskrone i alt	260	145	427	278	130

Note: Effekt pr. ydelseskrone er beregnet på basis af besvarelser fra hhv. 191 (2001), 293 (2002), 251 (2003), 309 (2004) og 325 (2005) virksomheder, der har kvantificeret Eksportråds-effekten. Tallene er vægtet i forhold til den samlede population, og 2001-tallene er derfor lidt anderledes end de tal, der blev præsenteret i basismålingsrapporten fra 2002.

Den gennemsnitlige effekt pr. ydelseskroner i tabellen ovenfor dækker over store udsving mellem forskellige kundegrupper, især i forhold til størrelsen af kundernes samlede køb af ydelser hos Eksportrådet. Her viser det sig, at kunderne med de mindste køb får den største effekt pr. ydelseskrone i 2005. Den væsentligste årsag synes at være, at de ydelser kunderne køber (som kroneeffekten er udregnet for) suppleres med generelle forretnings-services, som er gratis. Analysen viser således en betydelig større effekt hos de virksomheder, der har anvendt begge typer ydelser. Der sker således en "gearing" af især de mindste køb, hvor kunderne reelt får flere ydelser, end de betaler for og dermed også opnår en højere effekt pr. betalt krone.

Gennemsnittet af den eksporteffekt, som tilskrives Eksportrådets ydelser, er 176.877 kr. i realiseret effekt og 915.818 kr. i forventet effekt (over de næste tre år) pr. virksomhed. Sammenlignet med tidligere år er dette en stigning på 31 pct. i forhold til 2003 og 82 pct. i forhold til 2004, hvor effekten var den laveste i den femårige periode, målingen er gennemført.

Mereksport pr. virksomhed for henholdsvis mindre internationale og internationale virksomheder



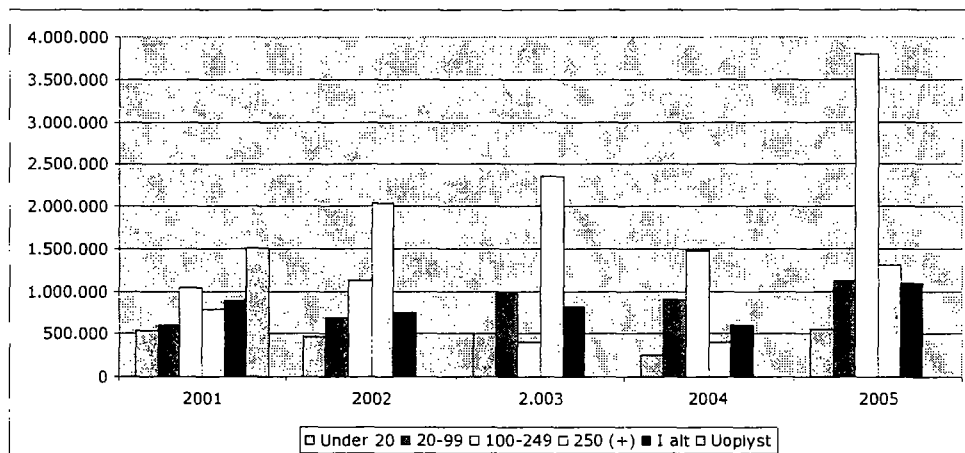
Det fremgår af ovenstående figur, at effekten er større pr. virksomhed for de internationale virksomheder (1.329.000 kr.), end tilfældet er for mindre internationale virksomheder (634.000 kr.). Forklaringen skal først og fremmest findes i, at de internationale virksomheder er større og har mere volumen og dermed har flere ressourcer til investeringer i markedsbearbejdning.

Endvidere fremgår det, at mereeksporten blandt de virksomheder, der anvender betalingsbelagte ydelser i kombination med generelle forretningsservices, er knap 3,5 gange så stor pr. virksomhed (1.822.000 kr.), end tilfældet er for de virksomheder, der alene har anvendt betalingsbelagte ydelser (538.000 kr.). For internationale virksomheder er gearingen ca. en faktor 3, mens gearingen for mindre internationale virksomheder er ca. en faktor 5.

Der kan med andre ord konstateres en markant gearingseffekt, når forskellige typer af ydelser kombineres. Værdien af de ydelser, som virksomhederne køber af Danmarks Eksportråd øges betydeligt, når virksomhederne ligeledes anvender generelle forretningsservices.

Ser man på størrelsen (opgjort i antal ansatte) af de virksomheder, der anvender Eksportrådets ydelser, viser dette års undersøgelse en stigning i effekten blandt alle størrelser virksomheder, jf. nedenstående figur. Særligt virksomheder med 100-249 ansatte har oplevet en markant stigning i effekten af Eksportrådets eksportfremmeindsats.

Den gennemsnitlige effekt pr. virksomhed (realiseret plus forventet) opdelt på virksomhedsstørrelse, 2001-2005 (kr.)



Note: 2001 baseret på 191 virksomheders besvarelser, 2002 baseret på 293 besvarelser, 2003 baseret på 251 besvarelser, 2004 baseret på 309 besvarelser, 2005 baseret på 325 besvarelser. I 2001 var der en stor gruppe af virksomheder, hvis størrelse ikke var oplyst.

Resultatet for de forskellige størrelsesgrupper af virksomheder over den femårige periode, hvor målingen har været gennemført, kan sammenfattes som følger:

- De mindste virksomheder (med op til 20 ansatte) har gennem stort set hele perioden oplevet en eksporteffekt på omkring 500.000 kr.
- Virksomheder med mellem 20 og 99 ansatte oplevede en eksporteffekt omkring 600.000 kr. i 2001 og 2002. Fra og med 2003 har effekten ligget stabilt på omkring 1 mio. kr.
- Effekten for virksomheder med mellem 100 og 250 ansatte har svinget en del gennem perioden, nemlig fra knap 500.000 kr. (2003) til 3,7 mio. kr. (2005).
- For de største virksomheder med 250 eller flere ansatte er der ligeledes store udsving gennem perioden med den laveste effekt i 2004 på under 500.000 kr. til knap 2,5 mio. kr. i 2003.
- Samlet for gruppen af virksomheder med over 100 ansatte er der tale om et mere stabilt forløb med effekter på mellem 1 og 1,5 mio. kr. gennem perioden.

Når der ses på graden af internationalisering, er det ikke overraskende de mest internationalt orienterede virksomheder med en udenlandsk andel af omsætningen på mere end 75 pct., der opnår de største effekter, både hvad angår realiseret effekt og forventet effekt og hvad angår effekt pr. investeret krone. Forklaringen skal først og fremmest findes i, at de internationale virksomheder er større og at de qua deres erfaring "starter på et højere niveau" og er mere direkte i forsøget på at nå nye eksportordrer.

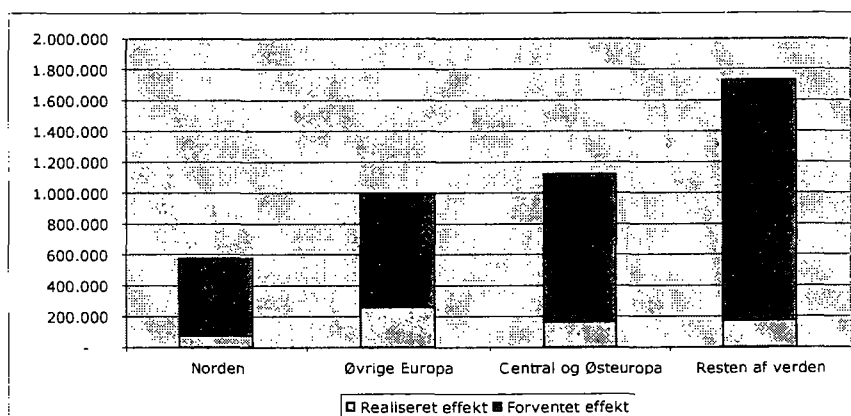
I alt finder 75 pct. af kunderne, at Danmarks Eksportråds ydelser har haft stor eller nogen betydning for den gennemførte aktivitet. Endvidere angiver 59 pct. af brugerne af generelle forretningsservices, at de har opnået en positiv nytteværdi. Endelig vurderer 50 pct. af kunderne, at samarbejdet med Danmarks Eksportråd har bidraget positivt til virksomhedens økonomiske resultat for 2005. Dette års undersøgelse følger tendensen fra sidste år med større lighed mellem grupperne, således at også de mindre køb angives i vid udstrækning at bidrage positivt til virksomhedens resultat.

3. Effekten fordelt på hovedmarkeder

Eksportrådets kunder opnåede i 2005 i gennemsnit en effekt af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser på ca. 1.093.000 kr. pr. virksomhed. Eksportrådet havde i alt 3.227 betalende kunder, og effekten på samfundsniveau er dermed cirka 3,5 mia. kr.

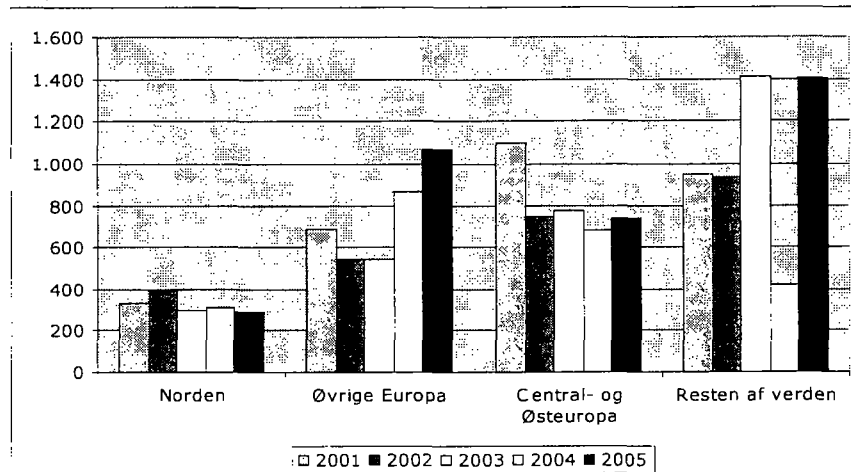
Effekten pr. virksomhed er størst på fjernmarkederne, mens effekten i Central og Østeuropa, samt det øvrige Europa er på stort set samme niveau, jf. nedenstående figur.

Den gennemsnitlige effekt pr. virksomhed af Danmarks Eksportråds indsats i 2005 fordelt på hovedmarkeder



De aggregerede effekter på hovedmarkederne viser, at effekten på fjernmarkederne ligger på niveau med målingen i 2003, men er væsentlig højere end i 2004, jf. nedenstående figur. Også på markederne i øvrige Europa og Central og Østeuropa kan der i årets måling konstateres en vækst i den aggregerede effekt, mens effekten i Norden er stort set uforandret.

Den aggregerede effekt af Eksportrådets indsats fordelt på markeder, 2001-2005

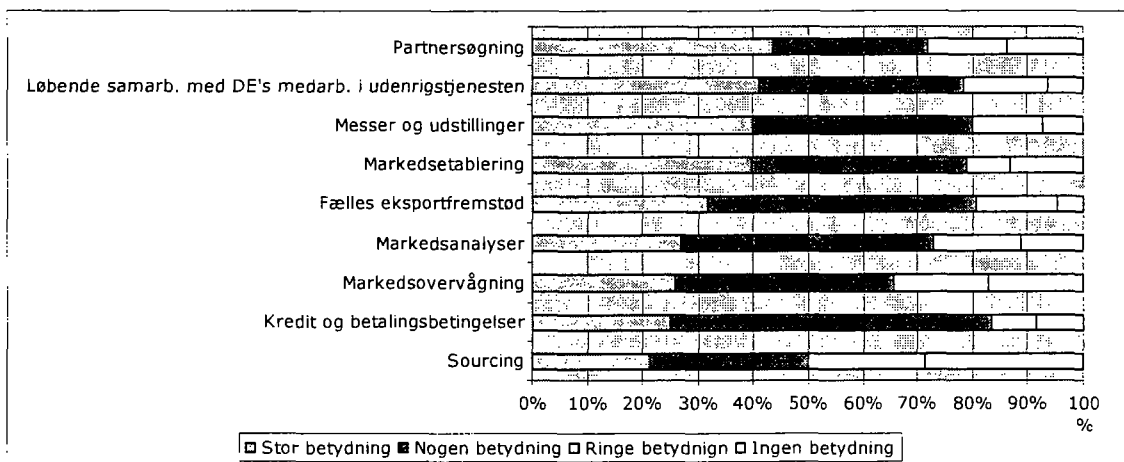


4. Ydelseskategorier

De købte ydelser er generelt vigtige for de gennemførte aktiviteter – samlet set tillægger 75 pct. af virksomhederne således de købte ydelser stor eller nogen betydning, ligesom 59 pct. af brugerne af de generelle forretningsserVICES angav en positiv nytteværdi.

Virksomhedernes vurdering af de købte ydelsers betydning for den gennemførte aktivitet er vist i figuren herunder. *Partnersøgning*, *Løbende samarbejde med Eksportrådets medarbejdere*, samt *Messer og udstillinger* er der forholdsmæssigt flest af kunderne, der tillægger stor betydning for de gennemførte aktiviteter. *Markedsovervågning*, *Kredit- og betalingsbetingelser* samt *Sourcing* tillægges mindst betydning.

Betydning af Danmarks Eksportråds ydelser for virksomhedernes mereksport, 2005¹



Set i forhold til målingen i 2004 er den mest markante forskel, at *Partnersøgning* i år vurderes at have haft stor betydning for flest virksomheder. I 2004 blev den ydelse vurderet som den tredje højeste. For de øvrige ydelser er der kun sket mindre forskydninger.

¹ Note: Ydelserne 'Kommercielt kriseberedskab', 'Industri- og konkurrentovervågning' samt 'Outsourcing' er udeladt pga. for få besvarelser. Der er et forholdsvis lavt antal besvarelser på 'Kredit og betalingsbetingelser' (12), og Sourcing (14). Vurderingen af disse ydelser skal derfor tages med et vist forbehold.

59 pct. af brugerne af de generelle forretningsservices oplevede en positiv nytteværdig for enten deres internationale beslutningsovervejelser, igangsættelse af en konkret internationaliseringsaktivitet, styrkelse af forudsætningerne for at operere på et marked eller beslutning om ikke at iværksætte en potentiel eksport- eller internationaliseringsaktivitet. De 59 pct. dækker over, at:

- 38 pct. af de virksomheder, som har igangsat nye internationaliseringsaktiviteter, angiver, at Eksportrådets ydelser i meget høj, høj eller i nogen grad indgik i beslutningsgrundlaget for igangsættelsen af disse aktiviteter.
- 49 pct. af de brugere, der angiver at have opnået *bedre forudsætninger for at operere på internationale markeder* i løbet af 2005, tilskriver Eksportrådets ydelser nogen, stor eller afgørende betydning for denne forbedring.
- 35 pct. af de brugere, der angiver, at de har taget beslutning om *ikke at igangsætte internationale aktiviteter*, som de ellers havde overvejelser om, tilskriver Eksportrådets ydelser nogen, stor eller afgørende betydning for denne beslutning.

54 pct. af de virksomheder, der alene anvender generelle forretningsservices, vurderer, at ydelserne har haft en positiv nytteværdi for deres internationaliseringsaktiviteter. Blandt virksomheder, der har anvendt generelle forretningsservices i kombination med betalingsbelagte ydelser, er andelen 67 pct.

De generelle forretningsservices, virksomhederne hyppigst anvender, er møde med en eksportrådgiver, Eksportrådets hjemmeside, Eksportforberedelsesprogrammer samt Eksportrådets elektroniske nyhedsbreve.

5. Sammenligning af nøgletal

I tabellen herunder sammenfattes udviklingen i effekter og kundeportefølje fra de fire hidtil gennemførte undersøgelser, der dækker årene 2001-2005.

	2001 (målt i 2002)	2002 (målt i 2003)	2003 (målt i 2004)	2004 (målt i 2005)	2005 (målt i 2006)	Gennem- snit
Samlet mereksport	3,1 mia.kr.	2,6 mia.kr.	3,0 mia.kr.	2,3 mia.kr.	3,5 mia.kr.	2,9 mia.kr.
Afledte effekter af mereksporten:	2.300 pers. 480 mio. kr.	1.900 pers. 400 mio. kr.	2.200 pers. 460 mio. kr.	1.700 pers. 360 mio. kr.	2.600 pers. 540 mio. kr.	2.140 pers. 448 mio. kr.
Øget beskæftigelse	950 mio. kr.	800 mio. kr.	920 mio. kr.	710 mio. kr.	1.080 mio. kr.	892 mio. kr.
Øget privatforbrug						
Forbed. af off. finanser						
Andel af kunder, som mener, at DE har bidraget positivt til virksomhedens økonomiske resultat	48%	41%	42%	40%	50%	44%
Kundernes "hit-rate" - andel af virksomheder, der har opnået en effekt af eksportaktiviteten på markedet (effekten større end 0)	63%	52%	58%	43%	37%	51%
Gennemsnitlig effekt pr. virksomhed, kr.	745.095	758.371	831.059	601.378	1.092.695	805.719
Gennemsnitlig eksporteffekt pr. krone, som kunderne har købt for	260 kr.	145 kr.	427 kr.	278 kr.	130 kr.	248 kr.
DE's bidrag til virksomhedens resultat	6%	5%	5%	4%	8%	6%
Kundernes gennemsnitlige køb	9.068 kr.	12.494 kr.	15.765 kr.	17.087 kr.	20.711 kr.	15.025
Antal kunder, der har benyttet DE i kommercielt øjemed og købt ydelser for mere end 500 kr.	4.060	3.451	3.643	3.786	3.227	3.633
Andel af kunder som oplever en positiv nytteværdi af generelle forretningservices				63%	59%	61%