



---

For information on obtaining additional copies, permission  
to reprint or translate this work, and all other correspondence,  
please contact:

DAMVAD A/S  
Badstuestræde 20  
DK-1209 Copenhagen K  
Tel. +45 3315 7554  
info@damvad.com  
damvad.com

Copyright 2012, DAMVAD

# Indhold

---

<b>1</b>	<b>Resumé</b>	<b>1</b>
1.1	Effekter af fælles eksportfremstød gennemført i 2010-2011	1
<b>2</b>	<b>Effekter af fælles eksportfremstød i 2010 og 2011</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Effekter vedr. øget eksport på markedet</b>	<b>4</b>
3.1	Samlede eksporteffekter	4
3.2	Eksporteffekter i forhold til fremstødenes betydning	5
3.3	Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes eksportandel	7
3.4	Eksporteffekter i forhold til sektor	7
3.5	Eksporteffekter i forhold til marked	10
3.6	Eksporteffekter i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød	10
3.7	Eksporteffekter i forhold til typen af fremstød	11
<b>4</b>	<b>Effekter vedr. øget etablering</b>	<b>12</b>
4.1	Øget etablering i forhold til virksomhedsstørrelse	12
4.2	Øget etablering i forhold til sektor	13
4.3	Øget etablering i forhold til marked	14
4.4	Øget etablering i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød	15
4.5	Øget etablering i forhold til typen af fremstød	16
<b>5</b>	<b>Effekter vedr. styrket kontakt</b>	<b>17</b>
5.1	Styrket kontakt i forhold til virksomhedsstørrelse	17
5.2	Styrket kontakt i forhold til sektor	19
5.3	Styrket kontakt i forhold til marked	20
5.4	Styrket kontakt i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød	21
5.5	Styrket kontakt i forhold til typen af fremstød	22
<b>6</b>	<b>Betydningen af tilskud</b>	<b>23</b>
6.1	Betydning af tilskud i forhold til virksomhedsstørrelse	23
6.2	Betydningen af tilskud i forhold til sektor	25
6.3	Betydningen af tilskud i forhold til marked	26
6.4	Betydningen af tilskud i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød	27
6.5	Betydningen af tilskud i forhold til typen af fremstød	28
<b>7</b>	<b>Bilag: Populationer og metodegrundlag</b>	<b>29</b>



# 1 Resumé

I denne rapport præsenteres resultaterne af målingen af effekterne af fælles eksportfremstød afholdt i hhv. 2010 og 2011. Målingen udgør en opdatering af den tidligere effektmåling fra 2008 (vedr. eksportfremstødene i 2006-2008) og målingen fra 2010 (vedr. eksportfremstødene i 2008-2009).

## **Effekter af fælles eksportfremstød gennemført i 2010-2011**

Eksportrådet giver hvert år tilskud til mere end 100 fælles eksportfremstød. Nærværende effektmåling er foretaget med afsæt i de fremstød, der er gennemført i perioden 2010 - 2011.

Effektmålingen er gennemført som en spørgeskemaundersøgelse, der har omfattet 2.711 personer, som på vegne af en dansk virksomhed har deltaget i et fremstød i perioden 2010 til og med 2011. Med en svarprocent på 31, vurderes de fremkomne resultater at være pålidelige og repræsentative. Der er målt på fire forskellige typer af effekter for de deltagende virksomheder:

- Øget eksport
- Etablering på markedet for fremstødet
- Forbedret kontakt til strategisk vigtige parter på området
- Betydningen af det tilskud som Eksportrådet yder

### **Eksporteffekter**

De virksomheder, som har deltaget i fremstød i 2010, opnåede en gennemsnitlig eksporteffekt på 1,4 mio. DKK, svarende til en samlet effekt for de deltagende virksomheder på ca. 2,0 mia. DKK. Deltagerne i eksportfremstød i 2011 opnåede i gennemsnit en eksporteffekt på 1,9 mio. DKK, svarende til en samlet effekt på ca. 2,5 mia. DKK. I hele perioden skønnes således at være opnået en samlet eksporteffekt på 4,5 mia. DKK.

Den gennemsnitlige eksporteffekt er størst for de større virksomheder. Således har de større virksomheder, som har deltaget i fremstød i 2010, opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på 2,4 mio. DKK, mens eksporteffekten for de større virksomheder ved 2011-fremstødene, er opgjort til 2,6 mio. DKK. De tilsvarende tal for SMV'er er henholdsvis 0,9 mio. DKK for deltagerne i 2010, og 1,4 mio. DKK for deltagerne i 2011.

Virksomhederne, især de mindste, tillægger generelt fremstødene stor betydning for den eksporteffekt de har opnået. Således har over halvdelen af SMV'erne angivet, at fremstødet har haft betydning for de opnåede effekter i høj eller meget høj grad, mens det samme gælder for lidt over 40 pct. af de større virksomheder.

### **Etableringseffekter**

Knap hver femte af de deltagende virksomheder, som har svaret på spørgeskemaet, har siden etableret sig på det udenlandske marked for fremstødet. Over halvdelen af disse har angivet, at fremstødet havde stor eller meget stor betydning for virksomhedens etablering, mens under 10 pct. af virksomhederne ikke mener, at deltagelsen i fremstødet havde betydning for etableringen.

### **Kontakteffekter**

De deltagende virksomheder i eksportfremstød i 2010 og 2011 har desuden for en stor dels vedkommende opnået at styrke deres kontakt til strategisk vigtige parter. Således har ca. 70 pct. af SMV'erne angivet, at de har styrket kontakten til udenlandske virksomheder, mens knap 30 pct. har styrket kontakten til virksomheder i Danmark. For de større virksomheder er billedet næsten tilsvarende, og 73 pct. af de større virksomheder har styrket kontakten til udenlandske virksomheder, mens 27,6 pct. har styrket kontakten til virksomheder i Danmark.

### **Tilskuddet fra Eksportrådet**

Tilskuddet fra Eksportrådet betyder mere for SMV'erne end for de større virksomheder. På tværs af fremstødene for de to år har ca. 80 pct. af SMV'erne angivet at tilskuddet fra Eksportrådet havde stor eller meget stor betydning for deres beslutning om at deltage i fremstødet, mens det tilsvarende tal for de større virksomheder er 60 pct.

## 2 Effekter af fælles eksportfremstød i 2010 og 2011

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

Tilskud til fælles eksportfremstød kan søges af erhvervs- og brancheorganisationer, konsulentvirksomheder, der beskæftiger sig med eksportrådgivning, og virksomheder på vegne af en gruppe af danske virksomheder på minimum 5 deltagere.

Eksportrådet kan yde et tilskud på op til 50 pct. af projektets godkendte fælles omkostninger. Virksomhedernes betaling for at deltage i et fælles eksportfremstød, skal min. udgøre 50 pct. af projektets godkendte fælles omkostninger.

I denne rapport måles effekten af virksomhedernes deltagelse i et fælles eksportfremstød ud fra følgende:

- Øget eksport/omsætning på markedet.
- Øget etablering på markedet.
- Øget kontakt til strategiske vigtige parter på markedet.

Effektmålingen omfatter de fremstød, som har været gennemført i 2010 og 2011. Lignende målinger er gennemført i 2008 for fremstød gennemført i 2006-2007 og i 2010 for fremstød gennemført i 2008-2009.

Effekten måles i forhold til virksomhedsstørrelse, virksomhedernes internationaliseringsgrad, marked, sektor, fremstødstype, samt officielt – ikke-officielt fremstød.

### 3 Effekter vedr. øget eksport på markedet

Dette afsnit præsenterer de eksporteffekter, målt i DKK, som de deltagende virksomheder i eksportfremstødene i 2010 og 2011 har opnået.

Indledningsvist opgøres de samlede eksporteffekter for fremstødene i perioden, fordelt på virksomhedernes størrelse (3.1). Herefter ses på eksporteffekterne i forhold til den betydning, som deltagerne har angivet at tilskuddet fra Eksportrådet har (3.2). Efterfølgende præsenteres resultaterne for øget eksport i forhold til en række betydende faktorer:

- Virksomhedernes eksportandel (3.3)
- Sektoren for fremstødet (3.4)
- Markedet for fremstødet (3.5)
- Officielle/ikke-officielle fremstød (3.6)
- Typen af fremstød (3.7)

#### 3.1 Samlede eksporteffekter

I tabellen nedenfor præsenteres eksporteffekter for fremstødene afholdt i hhv. 2010 og 2011, fordelt på SMV'er og større virksomheder. En SMV er her defineret som værende en virksomhed med under 100 ansatte og 100 mio. DKK i omsætning.

Som tabellen viser, er den gennemsnitlige eksporteffekt størst for de større virksomheder. Således har de større virksomheder, som har deltaget i fremstød i 2010, opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på 2,4 mio. DKK, mens eksporteffekten steg til 2,6 mio. DKK for de større virksomheder, deltagende i fremstød i 2011.

De samlede opregnede eksporteffekter for de større virksomheder udgjorde i såvel 2010 som 2011, 1,2 mia. DKK. For SMV'erne udgjorde de samlede

TABEL 1

Samlede eksporteffekter i hhv. 2010 og 2011

		2010	2011
SMV'er	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	184	218
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport* pr. deltager	0,9 mio. DKK	1,4 mio. DKK
	Population	974	910
	<b>Samlet effekt **</b>	<b>0,9 mia. DKK</b>	<b>1,4 mia. DKK</b>
Større virksomheder	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	109	163
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport* pr. deltager	2,4 mio. DKK	2,6 mio. DKK
	Population	426	401
	<b>Samlet effekt **</b>	<b>1,2 mia. DKK</b>	<b>1,2 mia. DKK</b>
Total	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	293	381
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport*	1,4 mio. DKK	1,9 mio. DKK
	Population	1.400	1.411
	<b>Samlet effekt **</b>	<b>2,0 mia. DKK</b>	<b>2,5 mia. DKK</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse.

\* Den gennemsnitlige eksporteffekt er beregnet på basis af alle besvarelser i spørgeskemaet. Har en virksomhed, som ellers har gennemført spørgeskemaet, ikke svaret på spørgsmålet, er effekten angivet til 0.

\*\* Den samlede effekt er udregnet ved at opregne de gennemsnitlige effekter til populationen. Outliers er ikke inkluderet i beregningen af den gennemsnitlige effekt, men efterfølgende medregnet i de samlede effekter.



opregnede eksporteffekter i 2010, 851 mio. DKK, mens de i 2011 udgjorde 1,4 mia. DKK. De SMV'er som deltog i eksportfremstød i 2010 opnåede en gennemsnitlig eksporteffekt på 0,9 mio. DKK, mens SMV'erne i 2011 opnåede en gennemsnitlig effekt på 1,4 mio. DKK.

På tværs af virksomhedsstørrelser kan eksporteffekten for de fremstød, som Eksportrådet har ydet tilskud til i 2010 opregnes til ca. 2,0 mia. DKK, mens den i 2011 udgør ca. 2,5 mia. DKK.

### 3.2 Eksporteffekter i forhold til fremstødenes betydning

I den følgende tabel opgøres eksporteffekterne for henholdsvis SMV'er og større virksomheder, fordelt på den betydning de har angivet fremstødet har haft for den opnåede effekt, og fordelt på de to år.

Bemærk at de totale gennemsnitlige effekter i tabellen ikke er lig de gennemsnitlige effekter i den forudgående tabel. Dette skyldes at de virksomheder, som har angivet at de ikke har opnået eller forventer at opnå, øget eksport, ikke har besvaret spørgsmålet om betydningen af fremstødet. Således er der en række virksomheder, som ikke medregnes i tabellen nedenfor.

For 2010 viser tabellen, at de deltagere, som til lægger fremstødene større betydning, har opnået en mindre gennemsnitlig effekt, end de virksomheder, som angiver en lav betydning af fremstødet. Dette er gældende for såvel SMV'er som de større virksomheder.

For 2011 er det for SMV'erne gældende, at de virksomheder som angiver at fremstødene har haft "nogen" betydning, har haft en højere gennemsnitlig effekt, end virksomheder som har angivet at fremstødene havde en høj eller meget høj betydning.

TABEL 2

Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport, fordelt efter fremstødets betydning

Betydning	2010				2011			
	SMV'er		Større virksomheder		SMV'er		Større virksomheder	
	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK
I meget høj grad	34	1,2	9	3,8	47	1,6	11	4,4
I høj grad	33	1,2	24	3,0	56	1,5	39	3,1
I nogen grad	31	1,7	26	8,2	48	3,5	51	3,5
I mindre grad	16	1,5	8	6,6	15	1,1	15	4,6
Overhovedet ikke	-	-	7	3,7	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>1,3</b>	<b>75</b>	<b>5,3</b>	<b>168</b>	<b>2,1</b>	<b>119</b>	<b>3,5</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse.

Note: De samlede effekter summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger. Bemærk at denne tabels samlede effekter ikke samstemmer med effekterne i tabellen ovenfor, idet de virksomheder, som har angivet at de ikke har opnået eller forventer at opnå, øget eksport, ikke har fået spørgsmålet om betydningen af fremstødet. Således er der en række virksomheder med 0 i eksporteffekt, som ikke medregnes i tabellen.

Dog har de SMV'ere, som har angivet "i mindre grad", en lavere effekt, end de virksomheder, som har angivet at fremstødene havde høj eller meget høj betydning.

For de større virksomheder er effekten højest for de virksomheder, som har angivet at fremstødene i mindre grad havde betydning, mens den er lavest for de virksomheder som har angivet at fremstødene i høj grad havde betydning.

Den følgende tabel præsenterer de deltagende virksomheders svar samlet for begge år, og fordelt på SMV'er og større virksomheder. Som det ses, har over halvdelen af SMV'erne angivet at fremstødet har haft betydning i høj eller meget høj grad, mens det samme gælder for lidt over 40 pct. af de større virksomheder. Samlet set angiver ca. 21 pct. af virksomhederne at fremstødet havde betydning for de opnåede effekter i meget høj grad, mens knap 32 pct. angiver at det havde betydning i høj grad.

**TABEL 3**

Respondenter og procentfordeling, fordelt efter fremstødets betydning for 2010-2011

Betydning	SMV'er		Større virksomheder		Alle virksomheder	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
I meget høj grad	81	28,5	20	10,3	101	21,1
I høj grad	89	31,3	63	32,5	152	31,8
I nogen grad	79	27,8	77	39,7	156	32,6
I mindre grad	31	10,9	23	11,9	54	11,3
Overhovedet ikke	2	0,7	9	4,6	11	2,3
<b>Total</b>	<b>284</b>	-	<b>194</b>	-	<b>478</b>	-

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse.

Note: Antallet af respondenter i hver celle summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger. Tilsvarende gælder pct.-fordelinger

### 3.3 Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes eksportandel

Det er yderligere interessant at se nærmere på de eksporteffekter som virksomhederne opnår, fordelt på den grad af internationalisering de har i forvejen. Her måles internationalisering som virksomhedernes eksisterende eksportandel af omsætningen.

Som det ses i tabel 4 nedenfor, er der en tendens til at de virksomheder, som i forvejen har en højere eksportandel, også opnår en større effekt af deltaelsen i et fremstød.

Det ses f.eks., at virksomheder, som ikke i forvejen havde eksport, opnår 0,4 mio. DKK i gennemsnit i eksporteffekt i 2010, og 0,2 mio. DKK i 2011. Virksomheder som havde mere end 50 pct. i eksportandel, har i 2010 opnået en gennemsnitlig eksporteffekt på ca. 1,9 mio. DKK i gennemsnit, mens eksporteffekten for virksomheder med 50 pct. + i eksportandel steg til 2,1 mio. DKK i 2011.

### 3.4 Eksporteffekter i forhold til sektor

Tabel 5 på den følgende side viser eksporteffekten sat i forhold til den sektor, som fremstødet tilhører. Tabellen viser, at den gennemsnitlige eksporteffekt i 2010 er størst for de fremstød, som er foregået inden for klima- og energisektoren (frataget "andet"), med 2,8 mio. DKK i gennemsnitlig effekt for de deltagende virksomheder.

Den gennemsnitlige eksporteffekt er lavest for virksomheder som har været på eksportfremstød inden for servicesektoren, arkitektur samt møbler hvor den gennemsnitlige eksporteffekt var henholdsvis 0,2 mio. DKK, 0,5 mio. DKK og 0,5 mio. DKK.

For 2011, opnåedes den største gennemsnitlige eksporteffekt blandt virksomheder i maskinindustrien, med en gennemsnitlig effekt på 2,3 mio. DKK, mens den laveste gennemsnitlige eksporteffekt findes blandt IKT-virksomheder (hvor der dog er få observationer), med 0,4 mio. DKK i eksporteffekt.

TABEL 4

Eksporteffekt i forhold til virksomhedernes eksportandel

Eksportandel	2010		2011	
	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK
0 pct.	10	0,4	11	0,2
1-9 pct.	18	0,4	29	1,2
10-19 pct.	25	1,4	33	4,9
20-29 pct.	27	0,6	22	1,5
30-39 pct.	12	0,3	26	1,6
40-49 pct.	18	1,1	18	1,5
50 pct. +	180	1,9	242	2,1
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>1,4</b>	<b>381</b>	<b>1,9</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

TABEL 5

Eksporteffekt i forhold til fremstødets sektor, effekter opgjort i mio. DKK

Sektor	2010			2011		
	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt
Architecture, Engineering & Construction	11	0,5	40,2	20	1,5	135,0
Climate & Energy	63	2,8	905,3	101	1,8	651,1
Environment & Water	34	1,3	261,5	67	1,9	396,2
Food, Agriculture & Agro Business	69	1,0	264,8	89	1,5	454,6
Furniture, Design & Fashion, textiles	40	0,5	83,4	8	0,8	35,5
Health (Life Sciences)	17	0,8	80,4	42	0,9	103,2
ICT, Electronics & Software	4	-	-	5	0,4	4,8
Machine Industry	32	1,1	144,5	29	2,3	253,6
Andet	12	4,3	256,5	20	1,5	77,0
Service	11	0,2	5,6	0	-	-
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>1,4</b>	<b>2.011</b>	<b>381</b>	<b>1,9</b>	<b>2.525</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

\* De opregnede effekter er udregnet på baggrund af den gennemsnitlige eksporteffekt for virksomhederne i de nævnte sektorer, og det samlede antal deltagere i disse sektorer

Note: De samlede effekter summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger.

Opregnes effekterne til hele populationen af virksomheder, ses det, at der for begge år opnås størst samlet eksporteffekt for klima og energivirksomhederne, hvilket både skyldes en høj gennemsnitlig eksporteffekt samt mange deltagende virksomheder i denne sektor.

Effekterne er ligeledes udregnet samlet for de to år, og kan ses i den følgende tabel. De deltagende virksomheder i sektorerne for klima og energi samt "andet" har opnået den højeste gennemsnitlige eksporteffekt over de to år, på henholdsvis 2,1 mio. DKK og 2,5 mio. DKK.

Opgørelsen af de samlede opregnede effekter på tværs af de to år viser, at der, udover for klima og energivirksomhederne, ligeledes opnås væsentlig eksporteffekt blandt virksomheder i fødevarerbranchen og blandt miljø- og vandvirksomheder.

TABEL 6

Eksporteffekt i forhold til fremstødets sektor, effekter opgjort i mio. DKK og samlet for 2010-2011

Sektor	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt	%
Architecture, Engineering & Construction	31	1,2	175,2	4,2
Climate & Energy	164	2,1	1556,4	37,2
Environment & Water	101	1,7	657,7	15,7
Food, Agriculture & Agro Business	158	1,2	719,4	17,2
Furniture, Design & Fashion, textiles	48	0,6	118,9	2,8
Health (Life Sciences)	59	0,9	183,6	4,4
ICT, Electronics & Software	9	0,8	36,4	0,9
Machine Industry	61	1,6	398,1	9,5
Andet	32	2,5	333,5	8,0
Service	11	0,2	5,6	0,1
<b>Total</b>	<b>674</b>	<b>1,7</b>	<b>4.536</b>	<b>100</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

\* De opregnede effekter er udregnet på baggrund af den gennemsnitlige eksporteffekt for virksomhederne i de nævnte sektorer, og det samlede antal deltagere i disse sektorer

Note: De samlede effekter summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger

### 3.5 Eksporteffekter i forhold til marked

Tabellen nedenfor viser eksporteffekterne i forhold til fremstødets marked. For de virksomheder, som har deltaget i eksportfremstød i 2010, er den største gennemsnitlige effekt opnået i fremstød med Amerika som mål, hvor den gennemsnitligt opnåede eksporteffekt er 1,7 mio. DKK.

Den laveste eksporteffekt er opnået for virksomhederne på fremstød i Mellemøsten og øvrige lande, men her er blot få respondenter repræsenteret.

I 2011 er de største gennemsnitlige eksporteffekter opnået for eksportfremstød med Mellemøsten som mål, med en gennemsnitlig effekt på 3 mio. DKK. Her er dog også relativt få respondenter. Den laveste eksporteffekt er i 2011 for virksomheder på fremstød i Amerika, med en gennemsnitlig effekt på 1,3 mio. DKK.

De samlede opregnede eksporteffekter er for begge år størst for de fremstød der foregår i Europa. Det skyldes, at langt de fleste deltagere i eksportfremstød i 2010-2011, har deltaget i eksportfremstød i Europa.

### 3.6 Eksporteffekter i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød

Tabel 8 på den følgende side fokuserer på om eksportfremstødet er officielt eller ikke-officielt, og fordeler således den gennemsnitlige eksporteffekt ud på dette. Et officielt fremstød er defineret ved at have deltagelse af en person fra kongehuset, eller en minister.

Tabellen viser, at de virksomheder, som har deltaget i eksportfremstød i 2010, i gennemsnit har opnået en lidt højere eksporteffekt ved deltagelse i fremstød som ikke er officielle, frem for fremstød, som er officielle. Eksporteffekten er 1,4 mio. DKK for de ikke-officielle fremstød, mens den udgør 1,3 mio. DKK for de officielle.

For deltagerne i eksportfremstød i 2011 ses et tilsvarende billede. Eksporteffekten er for virksomhederne deltagende i de ikke-officielle fremstød i gennemsnit på 1,9 mio. DKK, mens den for de officielle i gennemsnit udgør 1,6 mio. DKK.

De samlede opregnede eksporteffekter er størst for virksomhederne som har deltaget i de ikke-

TABEL 7

Eksporteffekt i forhold til region, effekter opgjort i mio. DKK

Marked	2010			2011		
	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt	Antal respondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt
Amerika	30	1,7	237,6	51	1,3	253,6
Asien	48	1,2	287,9	74	1,4	470,5
Europa	204	1,4	1.334,0	209	1,9	1.410,5
Mellemøsten	6	1,0	36,0	11	3,0	93,3
Øvrige	5	1,0	5,2	36	1,7	62,5
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>1,4</b>	<b>2.011</b>	<b>381</b>	<b>1,9</b>	<b>2.525</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

Note: De samlede effekter summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger.

TABEL 8

Eksporteffekt fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

Type	2010			2011		
	Antal re-spondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt	Antal re-spondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt
Officielt	15	1,3	101,3	47	1,6	250
Ikke-officielt	278	1,4	1.938	334	1,9	2.122
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>1,4</b>	<b>2.011</b>	<b>381</b>	<b>1,9</b>	<b>2.525</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

Note: De samlede effekter summer ikke til totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger

officielle fremstød, hvilket primært skyldes at der, som ovenfor nævnt, er afholdt flest af disse, men ligeledes at eksporteffekten er højere for de ikke-officielle fremstød.

### 3.7 Eksporteffekter i forhold til typen af fremstød

Endelig fordeles eksporteffekten af deltagelse i eksportfremstød i 2010 og 2011 på typen af fremstød. Ved type forstås den måde hvorpå fremstødet er arrangeret, og der kan f.eks. være tale om en messe, kontaktmøder, etc.

Ses nærmere på eksportfremstødene i 2010, viser tabellen nedenfor, at de deltagere som deltager i

messer opnår den højeste eksporteffekt i gennemsnit, med 1,4 mio. DKK, mens mindre gennemsnitlige effekter opnås for seminar/kontaktmøder og fremstød arrangeret på anden vis.

For deltagerne i 2011, er den gennemsnitlige eksporteffekt størst for fremstød afholdt som seminar/kontaktmøder, med en gennemsnitlig effekt på 2,2 mio. DKK. Eksporteffekten er her mindst for fremstød afholdt som messer, med en gennemsnitlig effekt på 1,6 mio. DKK.

De samlede opregnede effekter er på trods af lavest gennemsnitlig effekt størst for fremstød, der er afholdt som messer i 2010, idet de fleste fremstød i 2010 og 2011 er afholdt som messer.

TABEL 9

Eksporteffekten i forhold til typen af fremstød

Type	2010			2011		
	Antal re-spondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt	Antal re-spondenter	Gns. eksporteffekt, mio. DKK	Samlet forventet effekt
Delegationsbesøg i Danmark	-	-	-	27	2,1	240,7
Messe	219	1,4	1.352	268	1,6	1.465
Seminar / kontaktmøder	46	1,2	344,4	84	2,2	657
Andet	21	0,1	7,0	-	-	-
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>1,4</b>	<b>2.011</b>	<b>381</b>	<b>1,9</b>	<b>2.525</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

Note: Antallet af respondenter og de samlede effekter summer ikke til totalantallet/totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger..

## 4 Effekter vedr. øget etablering

I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaet i forhold til de effekter som respondenterne har angivet at fremstødene har haft/forventes at få, i form af øget etablering på markedet for fremstødet. Disse effekter sættes i forhold til en række betydende faktorer som i afsnittet ovenfor, i form af:

- Virksomhedernes størrelse (4.1)
- Fremstødets sektor (4.2)
- Fremstødets marked (4.3)
- Officielle/ikke-officielle fremstød (4.4)
- Typen af fremstød (4.5)

Tabellerne i dette afsnit viser således antallet af virksomheder, som har angivet, at de har opnået eller forventer at opnå en etableringseffekt, samt hvilken andel disse virksomheder udgør, ud af de virksomheder, som har angivet at de deltog i fremstød med det formål at opnå øget etablering.

### 4.1 Øget etablering i forhold til virksomhedsstørrelse

I tabellen nedenfor præsenteres et overblik over antallet af deltagere, som har angivet at have opnået øget etablering på markedet for fremstødet, fordelt på om fremstødet har været udslagsgivende herfor, samt på virksomhedsstørrelse. Tabellen er vist samlet for 2010 og 2011, da kun få af virksomhederne i begge år har etableret sig på de udenlandske markeder.

I alt 98 SMV'er og 32 større virksomheder har opnået, eller forventer at opnå, etablering på det udenlandske marked. Det svarer til 19 pct. af de virksomheder, som har besvaret spørgeskemaet. Mere end halvdelen af SMV'erne har angivet at fremstødene har været udslagsgivende i meget høj eller høj grad for etableringen, mens kun få har angivet, at det ikke har haft betydning. Blandt de større virksomheder har ca. 30 pct. angivet at fremstødet var udslagsgivende i meget høj eller høj grad. Samlet set har over halvdelen af virksomhederne angivet at fremstødet var udslagsgivende

TABEL 10

Etableringseffekten i forhold til virksomhedernes størrelse

Betydning	SMV'er		Større virksomheder		Alle virksomheder	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
I meget høj grad	27	27,6	1	3,1	28	21,5
I høj grad	30	30,6	9	28,1	39	30,0
I nogen grad	26	26,5	14	43,8	40	30,8
I mindre grad	7	7,1	4	12,5	11	8,5
Overhovedet ikke	8	8,1	4	12,5	12	9,2
<b>I alt</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse. 130 deltagere har angivet at etableringen er øget, eller forventes øget

Note: Blot få af de deltagende virksomheder har etableret sig på de udenlandske markeder, hvorfor tabellen ikke er opdelt på år  
\*Betydning = De respondenter som har svaret at fremstødet var udslagsgivende "I meget høj grad" = 5, 1 = "Overhovedet ikke".



vende for en opnåede etablering på eksportmarkedet i meget høj eller høj grad.

#### 4.2 Øget etablering i forhold til sektor

I det nedenstående ses nærmere på etableringseffekterne af eksportfremstødene, sat i forhold til den sektor fremstødet tilhører. Herudover vises andelen af virksomheder i sektoren blandt deltagerne, som har opnået eller forventer at opnå, etablering.

Som det også fremgik ovenfor, er der i de enkelte år, generelt få virksomhederne som deltager i eksportfremstød, med det formål at etablere sig på det udenlandske marked. For alle sektorer gælder derfor, at resultaterne er opgjort på et stærkt begrænset grundlag. Resultaterne skal derfor tolkes med stor varsomhed.

For 2010 indikeres dog, at flest af de virksomheder som har opnået etablering, tilhører fødevareresektoren eller møbelindustrien, mens den højeste andel af virksomheder, som opnår etablering tegner til at være virksomheder i life science branchen.

For 2011, er der samlet set flere som har opnået etablering på de udenlandske markeder, og flest af disse virksomheder kommer fra life science branchen, hvor også den højeste andel af virksomheder, som opnåede etablering, findes.

TABEL 11

Etableringseffekt i forhold til fremstødets sektor

Sektor	2010		2011	
	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*
Climate & Energy	6	40 pct.	11	52 pct.
Environment & Water	7	54 pct.	14	67 pct.
Food, Agriculture & Agro Business	12	80 pct.	15	83 pct.
Furniture, Design & Fashion, textiles	12	67 pct.	-	-
Health (Life Sciences)	5	100 pct.	18	90 pct.
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>-</b>	<b>75</b>	<b>-</b>

*Note: Antallet af respondenter og de samlede effekter summer ikke til totalantallet/totalsummen grundet diskretionering, outliers og afrundinger  
\*Andelen udtrykker andelen af deltagere som har opnået etableringseffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet, om der er opnået etableringseffekt*

*Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse*

### 4.3 Øget etablering i forhold til marked

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

Som det ses af nedenstående tabel 12, indikerer resultaterne, at den højeste andel af positive etableringseffekter i 2010 forekommer vedr. fremstød i Amerika. 75 pct. af de virksomheder, som har angivet at etablering var formålet med fremstødet her, har således opnået en positiv etableringseffekt. De tilsvarende procenter for fremstødene i Asien og Europa er 71 pct. og 54 pct.

For fremstødene i 2011 udviser fremstødene i Asien den højeste andel af positive etableringseffekter, og 78 pct. af de virksomheder, som har angivet at etablering var formålet med fremstødet her, har opnået en positiv etableringseffekt. De tilsvarende procenter for fremstødene i Amerika og Europa er 71 pct. og 70 pct. I absolutte tal, er der for begge år opnået flest etableringer i Europa, hvor flest fremstød også er afholdt.

Det ses altså, at den geografiske afstand til det fremmede marked, ikke nødvendigvis har en stor betydning, i forhold til etableringseffekterne af fremstødene.

TABEL 12

Etableringseffekten i forhold til fremstøds region

Marked	2010		2011	
	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*
Amerika	6	75 pct.	10	71 pct.
Asien	12	71 pct.	21	78 pct.
Europa	32	54 pct.	37	70 pct.
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>-</b>	<b>75</b>	<b>-</b>

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har opnået etableringseffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet, om der er opnået etableringseffekt

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

#### 4.4 Øget etablering i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød

Dette afsnit ser nærmere på etableringseffekten opnået ved deltagelse i fremstød, opdelt på officielle og ikke-officielle fremstød. Et officielt fremstød er som tidligere nævnt defineret ved at have deltaget af en person fra kongehuset, eller en minister.

Deltagerne har angivet om fremstødet var udslagsgivende for den opnåede etableringseffekt, på en skala fra 1-5, hvor 5 = "I meget høj grad", og 0 = "Overhovedet ikke".

Angivelserne fra virksomhederne viser, at der ikke er store forskelle på tværs af virksomheder som har deltaget i officielle og ikke-officielle fremstød. Dog skal det bemærkes at blot få af de deltagende virksomheder, som har opnået etablering, eller forventer at få det, har deltaget i officielle fremstød. Derfor præsenterer tabellen nedenfor blot resultater for virksomhederne som har deltaget i de ikke-officielle fremstød.

Tabellen viser, at andelen af virksomheder som i meget høj eller høj grad angiver at fremstødet var

udslagsgivende for virksomhedens etablering på markedet er steget.

Således angiver 46 pct. af virksomhederne som deltog på fremstød i 2010 og har opnået etablering at fremstødet var udslagsgivende i meget høj eller høj grad, mens det tilsvarende tal for deltagerne i 2011 er 57 pct. Samlet for perioden har 123 deltagere i ikke-officielle fremstød opnået etablering, og 52 pct. af disse angiver at fremstødet i meget høj eller høj var udslagsgivende herfor, mens 31 pct. angiver "i nogen grad".

TABEL 13

Etableringseffekt for deltagere på ikke-officielle fremstød fordelt på om fremstødet var udslagsgivende

Betydning	2010		2011		I alt	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
I meget høj grad	13	24,5	14	20,0	27	22,0
I høj grad	11	20,8	26	37,1	37	30,1
I nogen grad	19	35,8	19	27,1	38	30,9
I mindre grad	4	7,5	6	8,6	10	8,1
Overhovedet ikke	6	11,3	5	7,1	11	8,9
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>123</b>	<b>100</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

\*Betydning = De respondenter som har svaret at fremstødet var udslagsgivende "I meget høj grad" = 5, 1 = "Overhovedet ikke"

#### 4.5 Øget etablering i forhold til typen af fremstød

Etableringseffekterne for de deltagende virksomheder er yderligere fordelt på fremstødet type, dvs. om der er tale om seminarer, delegationsbesøg, etc.

Imidlertid medfører de relativt få angivelser af etableringseffekt at effekterne ikke kan opdeles på alle typer af fremstød. Således har f.eks. kun få af de virksomheder, som har opnået eller forventer at opnå, etablering på det udenlandske marked, deltaget i delegationsbesøg. Det samme gør sig gældende for "andre" typer af fremstød.

Flest af de virksomheder, som har opnået eller forventer at opnå, etableringseffekt, har deltaget i messer eller seminar/kontakt møder. Den følgende tabel fordeler deltagerne på messers angivelser af om fremstødet var udslagsgivende.

Blandt disse, angiver størstedelen at deltagelsen i fremstød har været udslagsgivende for deres etablering på markedet. I 2010 angiver 54 pct. af de deltagende virksomheder i messer som har opnået

etablering således at fremstødet var udslagsgivende i meget høj eller høj grad, mens det tilsvarende tal for deltagerne i 2011 steg til 61 pct. Samlet for 2010-2011 har 58 pct. af de deltagende virksomheder på messer, som har opnået eller forventer at opnå etablering, angivet at fremstødet var udslagsgivende i meget høj eller høj grad.

TABEL 14

Etableringseffekt for deltagere på messer fordelt på om fremstødet var udslagsgivende

Betydning	2010		2011		I alt	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
I meget høj grad	12	30,8	11	22,4	23	26,1
I høj grad	9	23,1	19	38,8	28	31,8
I nogen grad	12	30,8	15	30,6	27	30,7
I mindre grad	3	7,7	2	4,1	5	5,7
Overhovedet ikke	3	7,7	2	4,1	5	5,7
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

\*Betydning = De respondenter som har svaret at fremstødet var udslagsgivende "I meget høj grad" = 5, 1 = "Overhovedet ikke"

## 5 Effekter vedr. styrket kontakt

I dette afsnit ses på resultaterne af spørgeskemaet i forhold til de effekter som respondenterne har angivet at fremstødene har haft/forventes at få, i form af styrket kontakt til, eller dialog med, strategisk vigtige parter på markedet for fremstødet. Disse effekter sættes, som i de øvrige afsnit, i forhold til en række betydende faktorer, i form af:

- Virksomhedernes størrelse (5.1)
- Fremstødet sektorer (5.2)
- Fremstødet marked (5.3)
- Officielle/ikke-officielle fremstød (5.4)
- Typen af fremstød (5.5)

### 5.1 Styrket kontakt i forhold til virksomhedsstørrelse

Den nedenstående tabel 15 fordeler kontakteffekterne på om virksomhederne er SMV'er eller ikke-SMV'er, og på hvilke virksomheder og myndigheder, der er skabt kontakt til.

Som det ses i tabellen, opnåede de større virksomheder i 2010 generelt en højere kontakteffekt

end SMV'erne. Således har knap 73 pct. af de større virksomheder i 2010 opnået kontakt med virksomheder i udlandet, mens det for SMV'ernes vedkommende er ca. 60 pct.

Tilsvarende har de større virksomheder i højere grad opnået øget kontaktskabelse med offentlige myndigheder i udlandet, samt med virksomheder i Danmark. Blot få af såvel de større virksomheder som SMV'erne opnår øget kontakt med myndigheder i Danmark.

For 2011 er billedet omvendt. Således har flest SMV'er opnået øget kontaktskabelse med virksomheder i udlandet og med virksomheder i Danmark, mens lidt flere større virksomheder har opnået øget kontakt med danske myndigheder.

Opnåelsen af øget kontaktskabelse med offentlige myndigheder i udlandet er ens for de to grupper, med ca. 20 pct. af virksomhederne, som opnår dette.

TABEL 15

Kontakteffekt i forhold til virksomhedernes størrelse

Kontakttyper	2010				2011			
	SMV'er		Større virksomheder		SMV'er		Større virksomheder	
	Antal deltagere	Andel*	Antal deltagere	Andel*	Antal deltagere	Andel*	Antal deltagere	Andel*
Virksomheder i udl.	112	59,6 %	87	72,5 %	177	80,1 %	125	73,5 %
Offentlige myndigheder/institutioner i udl.	21	11,2 %	26	21,7 %	42	19,0 %	35	20,6 %
Virksomheder i DK	51	27,1 %	36	30,0 %	68	30,8 %	44	25,9 %
Offentlige myndigheder/institutioner i DK	14	7,4 %	8	6,7 %	21	9,5 %	23	13,5 %
<b>I alt</b>	<b>188</b>	<b>68,0 %</b>	<b>120</b>	<b>78,3 %</b>	<b>221</b>	<b>85,1 %</b>	<b>170</b>	<b>81,2 %</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

Note: Respondenterne har haft mulighed for at angive flere svar, hvorfor tabellen ikke summer til 100 vertikalt

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget eller ej

Den følgende tabel fordeler svarene fra virksomhederne på virksomhedsstørrelse og for begge år samlet.

Som det ses, angiver ca. 70 pct. af SMV'erne at de har styrket kontakten til udenlandske virksomheder, mens knap 30 pct. har styrket kontakten til virksomheder i Danmark.

For de større virksomheder er billedet næsten tilsvarende, og 73 pct. af de større virksomheder har styrket kontakten til udenlandske virksomheder, mens 27,6 pct. har styrket kontakten til virksomheder i Danmark.

**TABEL 16**

Kontakteffekt, virksomhedernes svarfordeling

Kontakttyper	SMV'er		Større virksomheder		Alle virksomheder	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
Virksomheder i udl.	289	70,7	212	73,1	501	71,7
Offentlige myndigheder/institutioner i udl.	63	15,4	61	21,0	124	17,7
Virksomheder i DK	119	29,1	80	27,6	199	28,5
Offentlige myndigheder/institutioner i DK	35	8,6	31	10,7	66	9,4
<b>I alt</b>	<b>409</b>	-	<b>290</b>	-	<b>699</b>	-

*Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse  
 Note: Respondenterne har haft mulighed for at angive flere svar, hvorfor tabellen ikke summer til 100 vertikalt*

## 5.2 Styrket kontakt i forhold til sektor

Den følgende tabel sætter fokus på kontakteffekten i forhold til fremstødets sektor, og undersøger dermed, om der er forskelle i opnåelsen af styrket kontakt til relevante parter, på tværs af sektorerne for fremstødene.

Tabellen viser, at den højeste kontakteffekt i 2010 blev opnået for deltagere på fremstødene under "Environment & Water" og "Climate & Energy", med henholdsvis ca. 84 pct. og ca. 79 pct. af deltagere, som her opnåede øget kontaktskabelse.

Den laveste kontaktskabelse opnåedes i møbelindustrien, med knap 36 pct. af deltagere som her angav en positiv effekt.

Tabellen viser også, at for deltagerne på fremstød i 2011 blev den højeste kontakteffekt opnået for virksomheder i Life Science branchen, og her opnåede knap 97 pct. af de deltagende virksomheder en øget kontaktskabelse.

Den laveste grad af kontaktskabelse var for virksomhederne i maskinindustrien, hvor 63 pct. af virksomhederne opnåede øget kontaktskabelse som følge af deltagelsen i eksportfremstød.

TABEL 17

Kontakteffekt i forhold til fremstødets sektor

Sektor	2010		2011	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*
Architecture, Engineering & Construction	7	53,8 %	11	73,3 %
Climate & Energy	73	79,1 %	36	85,7 %
Environment & Water	36	83,7 %	36	87,8 %
Food, Agriculture & Agro Business	53	74,6 %	41	85,4 %
Furniture, Design & Fashion, textiles	14	35,9 %	6	85,7 %
Health (Life Sciences)	-	-	29	96,7 %
Machine Industry	24	75,0 %	12	63,2 %
Other	-	-	18	90,0 %
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>72,1 %</b>	<b>326</b>	<b>83,4 %</b>

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget eller ej

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

### 5.3 Styrket kontakt i forhold til marked

Den følgende tabel viser kontakteffekterne i forhold til fremstødets geografiske lokalisering. Fremstødene dækker Amerika (nord, mellem og syd), Asien, Europa og Mellemøsten.

For deltagerne på eksportfremstød i 2010, er der den højeste andel af deltagere, som opnår øget kontakt, på fremstødene i Amerika, hvor 80 pct. af deltagerne opnår øget kontakt og dialog med udenlandske og indenlandske parter. Flest fremstød har foregået på europæiske markeder, og det største antal deltagere, som har opnået øget kontaktskabelse findes ligeledes her.

For fremstødene afholdt i 2011, ses den højeste andel af deltagere som opnår øget kontaktskabelse, for fremstødene afholdt i Mellemøsten, hvor alle 11 deltagere, som har svaret på spørgsmålet, har opnået en positiv effekt. Også i 2011 er flest fremstød afholdt i Europa, og også flest deltagere har her opnået øget kontaktskabelse.

Tabellen viser ligeledes, at kontakten og dialogen med virksomheder og myndigheder er styrket, og andelen af virksomheder som opnår øget kontakt er stigende.

TABEL 18

Kontakteffekten i forhold til fremstødets region

Region	2010		2011	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*
Amerika	24	80,0 %	47	87,0 %
Asien	36	72,0 %	72	90,0 %
Europa	155	71,8 %	167	80,3 %
Mellemøsten	-	-	11	100 %
Øvrige	-	-	29	76,3 %
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>72,1 %</b>	<b>326</b>	<b>83,4 %</b>

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse



#### 5.4 Styrket kontakt i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød

Nedenfor præsenterer tabellen forskellene i opnåelse af en styrket kontakt til vigtige parter, fordelt på henholdsvis officielle/ikke-officielle fremstød.

Som det ses, har 50 pct. af de virksomheder som har deltaget i officielle fremstød i 2010 opnået øget kontakt med strategisk vigtige parter, mens ca. 73 pct. af virksomhederne på de ikke-officielle fremstød, har opnået øget kontakt. Der er altså opnået færre kontakt- og dialog-effekter i forbindelse med de officielle fremstød end de ikke-officielle fremstød.

Det samme billede gør sig gældende for fremstødene i 2011, hvor kontakteffekten for de officielle fremstød dog er steget væsentligt, således at 70 pct. af deltagerne opnår positiv kontaktskabelse. Andelen er dog ligeledes steget for de ikke-officielle fremstød, og her opnår ca. 85 pct. af deltagerne en positiv kontakteffekt.

TABEL 19

Kontakteffekt fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

Officielt/ikke-officielt	2010		2011	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*
Officielt	7	50,0 %	35	70,0 %
Ikke-officielt	215	73,1 %	291	85,3 %
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>72,1 %</b>	<b>326</b>	<b>83,4 %</b>

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

## 5.5 Styrket kontakt i forhold til typen af fremstød

Endeligt opdeles effekterne for styrket kontakt og dialog med vigtige parter på hvilken type fremstødet er. Fremstødene afholdes typisk som delegationsbesøg af udenlandske gæster i Danmark, messer eller seminar/kontaktmøder.

Som den følgende tabel viser, er der for deltagerne i eksportfremstød i 2010 opnået den højeste andel deltagere med positiv kontaktskabelse for fremstød afholdt som messer, hvor ca. 78 pct. af deltagerne har opnået en positiv kontakteffekt.

For deltagerne på fremstød i 2011, er den højeste andel af deltagere med positiv kontakteffekt også opnået for deltagerne på messer, hvor knap 85 pct. af deltagerne har opnået øget kontakt med virksomheder og myndigheder, i ind- og udland.

TABEL 20

Kontakteffekten i forhold til typen af fremstød

Type	2010		2011	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*
Delegationsbesøg i DK	-	-	25	80,6 %
Messe	183	77,9 %	229	84,8 %
Seminar/kontaktmøder	29	63,0 %	71	80,0 %
Andet	6	30,0 %	-	-
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>72,1 %</b>	<b>326</b>	<b>83,4 %</b>

\*Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

## 6 Betydningen af tilskud

I dette afsnit ses nærmere på den betydning det havde for deltageres beslutning om at deltage i eksportfremstødet, at der blev ydet tilskud fra Eksportrådet.

Deltageres vurdering af tilskuddets betydning sættes i forhold til en række betydende faktorer som i afsnittene ovenfor, i form af:

- Virksomhedernes størrelse (6.1)
- Fremstødet sektorer (6.2)
- Fremstødet regioner (6.3)
- Officielle/ikke-officielle fremstød (6.4)
- Typen af fremstød (6.5)

### 6.1 Betydning af tilskud i forhold til virksomhedsstørrelse

For eksportfremstødene i 2010 viser tabellen, at tilskuddet betyder mere for SMV'er end for de større virksomheder, da SMV'erne angiver en gennemsnitlig betydning på 4,2, mens de større virksomheder

angiver en gennemsnitlig betydning på 3,6. Tabellen viser også, at især langt flere SMV'er tillægger tilskuddet meget stor betydning, end de større virksomheder.

For fremstødene i 2011 viser tabellen det tilsvarende billede: Tilskuddet fra Eksportrådet betyder mere for SMV'erne end det gør for de større virksomheder.

TABEL 21

Betydning af tilskuddet i forhold til virksomhedernes størrelse

Virksomhedsstørrelse	2010				2011			
	SMV'er		Større virksomheder		SMV'er		Større virksomheder	
	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Gns. betydning
Meget stor betydning	75	-	19	-	90	-	29	-
Stor betydning	37		24		57		41	
Nogen betydning	20		17		19		24	
Mindre betydning	9		8		6		9	
Ingen betydning	3		3		10		4	
Ved ikke	2		2		0		2	
<b>I alt</b>	<b>146</b>	<b>4,2</b>	<b>72</b>	<b>3,6</b>	<b>181</b>	<b>4,2</b>	<b>109</b>	<b>3,7</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

Den følgende tabel fordeler virksomhedernes angivelser af den betydning som tilskuddet har, samlet for de to år.

For SMV'erne har tilskuddet for ca. halvdelen af virksomhederne en meget stor betydning, mens knap 30 pct. angiver at tilskuddet havde stor betydning, for de opnåede effekter. Således har altså knap 80 pct. af SMV'erne angivet at tilskuddet havde stor eller meget stor betydning for deres beslutning om at deltage i fremstødet.

For de større virksomheder har tilskuddet i lidt mindre grad betydning for deres beslutning om at deltage. Dog ses det, at ca. 60 pct, af de større virksomheder angiver at tilskuddet havde stor eller meget stor betydning.

**TABEL 22**

Betydning af tilskuddet, virksomhedernes svarfordeling

Virksomhedsstørrelse	SMV'er		Større virksomheder		Alle virksomheder	
	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%	Antal respondenter	%
Meget stor betydning	165	50,6	48	27,0	213	42,3
Stor betydning	94	28,8	65	36,5	159	31,5
Nogen betydning	39	12,0	41	23,0	80	15,9
Mindre betydning	15	4,6	17	9,6	32	6,3
Ingen betydning	13	4,0	7	3,9	20	4,0
<b>I alt</b>	<b>326</b>	<b>100</b>	<b>178</b>	<b>100</b>	<b>504</b>	<b>100</b>

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

## 6.2 Betydningen af tilskud i forhold til sektor

Den følgende tabel sætter fokus på betydningen af tilskuddet som Eksportrådet yder, i forhold til fremstødets sektor, og undersøger dermed, om der er forskelle i opfattelsen af vigtigheden af tilskuddet, på tværs af sektorer.

Den gennemsnitlige betydning af tilskuddet ses i kolonnen yderst til højre, for hvert af de to år. Her ses det, at betydningen af tilskuddet i 2010 vurderedes højest for virksomheder i sektorerne Andre og Health (Life Sciences), mens det i 2011 var virksomheder i sektorerne Andre, maskinindustrien og life sciences, som angav den største betydning. Tabellen viser også hvor stor en andel af deltagerne i hver sektor, som har angivet at tilskuddet har haft en positiv betydning. Det ses f.eks. at ca. 90

pct. af virksomhederne i såvel sektorerne Andre som Life Sciences i 2010 har angivet at tilskuddet havde stor eller meget stor betydning. For 2011, har mere end 80 pct. af virksomhederne i sektorerne Andre, maskinindustri, møbelindustri og Life Sciences angivet, at tilskuddet havde stor eller meget stor betydning.

TABEL 23

Betydning af tilskud i fht. fremstødets sektor

Sektor	2010			2011		
	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel**	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel**	Gns. betydning
Architecture, Engineering & Construction	6	46,2 %	3,4	13	61,9 %	3,9
Climate & Energy	46	68,7 %	3,9	70	64,8 %	3,7
Environment & Water	26	61,9 %	3,8	52	73,2 %	4,0
Food, Agriculture & Agro Business	49	69,0 %	3,9	67	76,1 %	4,0
Furniture, Design & Fashion, textiles	31	70,5 %	4,0	9	81,8 %	4,0
Health (Life Sciences)	16	88,9 %	4,4	34	81,0 %	4,3
Machine Industry	24	75,0 %	3,9	24	83,0 %	4,2
Other	10	90,9 %	4,5	17	85,0 %	4,6
Service	7	70,0 %	4,2	0	-	-
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>69,9 %</b>	<b>3,9</b>	<b>290</b>	<b>73,4 %</b>	<b>4,0</b>

Noter:

\*Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "Stor betydning". 5 = meget stor betydning, 1 = ingen betydning

\*\* Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv betydning af tilskuddet fra Eksportrådet

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

### 6.3 Betydningen af tilskud i forhold til marked

Den følgende tabel 24 viser betydningen af tilskuddet i forhold til fremstødets geografiske lokalisering. Opdelingen på geografi følger fordelingen fra ovenstående tabeller i rapporten.

Tabellen viser, at for eksportfremstødene i 2010 er det deltagerne i Amerika, som har angivet den højeste betydning af tilskuddet og også udviser den højeste andel af deltagere, som har angivet en positiv betydning af tilskuddet.

For fremstød afholdt i 2011, er den højeste andel af deltagere som tillægger tilskuddet stor eller meget stor betydning angivet blandt deltagere på fremstød i Mellemøsten, hvor dog kun få har deltaget.

Den laveste andel er her til gengæld blandt deltagerne i Amerika, og her er den gennemsnitlige betydning også faldet, i fht. deltagerne i 2010.

TABEL 24

Betydning af tilskud i fht. fremstødets region

Region	2010			2011		
	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel**	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel**	Gns. betydning
Amerika	23	79,3 %	4,1	35	64,8 %	3,7
Asien	37	71,2 %	3,9	58	69,9 %	3,9
Europa	150	68,5 %	3,9	163	78,0 %	4,1
Mellemøsten	-	-	-	9	81,8 %	4,1
Øvrige	-	-	-	25	65,8 %	3,7
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>69,9 %</b>	<b>3,9</b>	<b>290</b>	<b>73,4 %</b>	<b>4,0</b>

Noter:

\*Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "Stor betydning". 5 = meget stor betydning, 1 = ingen betydning

\*\* Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv betydning af tilskuddet fra Eksportrådet

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

## 6.4 Betydningen af tilskud i forhold til officielt/ikke-officielt fremstød

I det følgende sættes betydningen af tilskuddet fra Eksportrådet i forhold til om fremstødet er officielt eller ikke-officielt. Et officielt fremstød er som tidligere nævnt defineret ved at have deltagelse af en person fra kongehuset, eller en minister.

Tabel 25 viser, at tilskuddet i 2010 har haft en højere betydning for de virksomheder som har deltaget i de fremstød som ikke er officielle, hvor den gennemsnitlige betydning er angivet til 4,0 af 5, mens betydningen i gennemsnit er 3,6 for virksomhederne, som har deltaget i de officielle fremstød.

For deltagerne på fremstød i 2011, er den gennemsnitlige betydning af tilskuddet på de officielle fremstød faldet, mens den er steget marginalt for de ikke-officielle. Således er det igen for de ikke-officielle, at den største gennemsnitlige betydning af tilskuddet fra Eksportrådet findes.

TABEL 25

Betydningen af tilskud i fht. om fremstødet er officielt eller ej

Type	2010			2011		
	Antal deltagere som har angivet om tilskuddet har betydning	Andel	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet om tilskuddet har betydning	Andel	Gns. betydning
Officielt	7	50,0 %	3,6	25	50,0 %	3,4
Ikke-officielt	211	70,8 %	4,0	265	76,8 %	4,1
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>69,9 %</b>	<b>4,0</b>	<b>290</b>	<b>73,4 %</b>	<b>4,0</b>

Noter: \*Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "Stor betydning". 5 = meget stor betydning, 1 = ingen betydning

\*\* Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv betydning af tilskuddet fra Eksportrådet

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse

## 6.5 Betydningen af tilskud i forhold til typen af fremstød

Endeligt fordeles deltagernes besvarelser for tilskuddets betydning på hvilken type fremstødet var, og den nedenstående tabel viser dette. Fremstødene afholdes typisk som delegationsbesøg af udenlandske gæster i Danmark, messer eller seminar/kontaktmøder.

For eksportfremstødene i 2010 er det de deltagere, som har deltaget i fremstød afholdt som andet end messer, seminar/kontaktmøder eller delegationsbesøg, som har angivet den højeste betydning af tilskuddet fra Eksportrådet, ligesom også den højeste andel (ca. 82 pct.) har angivet positiv betydning.

For 2011, angives den største gennemsnitlige betydning af tilskuddet blandt deltagerne på messer, og også den højeste andel af deltagere med angivelse af positiv betydning af tilskuddet, findes for denne gruppe.

TABEL 26

Betydningen af tilskud i fht. typen af fremstød

Type	2010			2011		
	Antal deltagere som har angivet om tilskuddet har betydning	Andel	Gns. betydning	Antal deltagere som har angivet om tilskuddet har betydning	Andel	Gns. betydning
Delegationsbesøg i DK	-	-	-	19	61,3 %	3,7
Messe	169	71,6 %	4,0	212	77,9 %	4,1
Seminar/kontaktmøder	26	56,5 %	3,6	57	63,3 %	3,7
Andet	19	82,6 %	4,4	-	-	-
<b>Total</b>	<b>218</b>	<b>69,9 %</b>	<b>4,0</b>	<b>290</b>	<b>73,4 %</b>	<b>4,0</b>

Noter:

\*Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "Stor betydning". 5 = meget stor betydning, 1 = ingen betydning

\*\* Andelen udtrykker andelen af deltagere som har angivet en positiv betydning af tilskuddet fra Eksportrådet

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af data fra Eksportrådet og spørgeskemaundersøgelse



## 7 Bilag: Populationer og metodegrundlag

Grundpopulationen for målingen udgøres af de virksomheder og personer, som har deltaget i eksportfremstød medfinansieret af Eksportrådet, via ordningen for fælles eksportfremstød, fra 1. januar 2010 til 31. december 2011, og dækker derfor en toårig periode. Det samlede antal deltagere for denne periode udgør 2.711 deltagere.

Respondenterne er inviteret til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen via e-mail, hvor respondenterne har fået en invitation med oplysning om formålet med undersøgelsen og en specifikation af hvilket fremstød der var tale om, på hvilke datoer fremstødet foregik, samt navnet på den arrangerende virksomhed. Spørgeskemaundersøgelsen blev igangsat 21. marts 2012 og der blev herefter udsendt påmindelser til de respondenter, som endnu ikke havde deltaget. Spørgeskemaundersøgelsen blev afsluttet onsdag d. 11. april 2010.

Blandt de 2.711 deltagere, returneredes 292 e-mail invitationer, fordi e-mail adressen enten var inaktiv, forkert eller på anden vis ikke kunne leveres til modtageren. Således udgør stikprøven i alt 2.419 deltagende virksomheder, svarende til ca. 90 pct. af grundpopulationen.

I alt gennemførte 706 deltagere fra virksomhederne spørgeskemaet, resulterende i en svarprocent på 30 pct.

