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

DAMVAD Danmark A/S
Badstuestræde 20
DK-1209 Copenhagen K
Tel. + 45 33 15 75 54
info@damvad.com
damvad.com

Copyright 2012, DAMVAD Danmark

Indhold

1	Resumé	1
2	Effekter af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser i 2011	3
2.1	Udviklingen i Eksportrådets kunder og sager	4
2.2	Forventet effekt på omsætningen	5
2.3	Forventede effekter i forhold til produkttyper, regioner, sektorer og sagstyper	6
2.4	Eksporteffekt i forhold til købsbeløb	8
2.5	Forventede resultater af kundernes aktiviteter	9
2.6	Outliers betydning for eksporteffekterne	9
2.7	Værdien af eksportrådets ydelser	10
2.8	Samfundsøkonomiske effekter af betalingsbelagte ydelser	11
	Bilag: Populationer og metodegrundlag	13
	Introduktion til CRM-datagrundlaget	13
	Population og metodegrundlag for den CRM-baserede effektmåling	14

1 Resumé

I denne rapport præsenteres resultaterne af målingen af effekterne af Eksportrådets betalingsbelagte eksportfremmeydelser i 2011.

Målingen af effekter omfatter de betalingsbelagte ydelser, som er faktureret i 2011. Målingen omfatter ikke effekter af Eksportrådets handelspolitiske indsats, ligesom effekter af Eksportrådets gratis-ydelser og betalingsbelagte ydelser under tre timer ikke er omfattet af målingen.

Eksportrådet har gennemført effektmålinger af betalingsbelagte ydelser siden 2001. For årene 2001-2007 blev målingerne udført på basis af et omfattende spørgeskema til samtlige danske kunder.

For at forsimple proceduren, blev det i 2007 undersøgt, om tilsvarende resultater kunne indhentes på baggrund af de eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra de løbende kundetilfredshedsmålinger.

Resultatet af denne undersøgelse viste, at der var tilstrækkelig kongruens til at forsvare, at man overgik til den enklere procedure, som både omkostningsmæssigt og administrativt indebærer en række fordele.

Målingen af effekterne af eksportrådets betalingsbelagte ydelser baserer sig således på eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra de kundetilfredshedsmålinger.

Modsat effektmålingerne for 2007-2010, tager effektopgørelserne for 2011 ikke afsæt i kunder, som er juridisk etableret i Danmark (danske kunder), men derimod alle kunder af kommerciel dansk interesse, herunder også udenlandsk registrerede kunder. Dette skyldes en stigning i andelen af kun-

der, som betjenes på markederne (fra 25,2 pct. i 2009 til 29,9 pct. i 2011).

Det primære sigte med de årlige målinger er at etablere et grundlag for at kunne monitorere de samlede effekter over tid, og årets effekter sammenholdes med effekter opgjort for tidligere år.

Resultaterne for tidligere målinger er derfor genberegnet med brug af samme metodemæssige udgangspunkt som i effektmålingen for 2011-aktiviteterne.

Udviklingen i Eksportrådets ressourcer indgår ikke i analysen, og rapporten kan derfor ikke konkludere i forhold til forholdet mellem omfanget af Eksportrådets ressourcer og de opnåede effekter.

Hovedresultaterne fra analysen af effekterne af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser i 2011 er:

- At Eksportrådets ydelser i 2011 forventes at bidrage til en samlet omsætningsmæssig fremgang hos kunderne (både danske kunder og udenlandsk registrerede kunder) på 37,2 mia. DKK inden for de næste tre år.

Sammenlignet med de tilsvarende målinger for 2009 og 2010, svarer dette til et fald på 10,6 pct. i forhold til 2009-aktiviteterne og et fald på 2,9 pct. i forhold til 2010-aktiviteterne.

De udenlandsk registrerede kunders andel af kundegrundlaget er over perioden steget fra 25 pct. i 2009 til 30 pct. i 2011.

- At Eksportrådets kunder i gennemsnit forventer en øget omsætning i forbindelse med Eksportrådets ydelser i 2011 på 14,9 mio. DKK, mod 10,0 mio. i 2010 og 16,1 mio. DKK i 2009.

- At de kunder, der tilskriver Eksportrådets ydelser stor eller afgørende værdi samlet set forventer en eksportfremgang på 17,7 mia. DKK inden for de næste tre år. 2011-målingen viser dermed, at Eksportrådets ydelser har haft afgørende eller stor værdi for 47,6 pct. af den samlede forventede omsætningseffekt.

72 pct. af kunderne vurderer, at Eksportrådets ydelser har haft en stor eller helt afgørende værdi for, at de kan opnå det ønskede resultat af deres eksportaktivitet. Dette er en stigning i forhold til 2010 på 3 procentpoint.

- Analysen viser samtidig en positiv sammenhæng mellem effektens størrelse og kundens vurdering af Eksportrådets ydelse. Således forventer kunderne, der tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi en gennemsnitlig mereeksport på 16,6 mio. DKK, mens den gennemsnitlige forventede effekt for alle virksomheder som nævnt udgør 14,9 mio. DKK.
- Med afsæt i effektmålingen og i Danmarks Statistiks beregninger i den makroøkonomiske model ADAM er de samfundsøkonomiske effekter af betalingsbelagte ydelser beregnet.

Beregningerne viser, at den samlede *netto*-effekt som er Eksportrådets bidrag til den samlede forventede effekt af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser, forventes at bidrage til 7,5 mia. DKK i 2012, svarende til en forbedring i BNP på 0,33 pct.

En stigning i eksporten på 7,5 mia. DKK i 2012 betyder desuden en umiddelbar medbeskæftigelse på knap 7.000 fuldtidsbeskæftigede, hvilket igen vil medføre en forbedring af skattegrundlaget med 0,24 pct.

2 Effekter af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser i 2011

Eksportrådet er Udenrigsministeriets redskab til at fremme internationaliseringen af dansk erhvervsliv. Eksportrådets bistand, som kan være gratis eller mod betaling (med eller uden tilskud), vedrører både eksport, innovation og investeringer.

Eksportrådets bistand omfatter bl.a. konkret rådgivning til opstart eller ekspansion på markeder, hvor Eksportrådet opererer, fremme af gunstige internationale rammebetingelser for dansk erhvervsliv, deltagelse i internationale handelspolitiske forhandlinger mv.

Eksportrådet har gennemført effektmålinger af betalingsbelagte ydelser siden aktivitetsåret 2001. For aktivitetsårene 2001-2007 blev målingerne udført på basis af et omfattende spørgeskema til samtlige danske kunder.

For at forsimple proceduren blev det i 2007 undersøgt, om tilsvarende resultater kunne indhentes på baggrund af de eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra de løbende kundetilfredshedsmålinger.

Resultatet af denne undersøgelse viste, at der var tilstrækkelig kongruens til at forsvare, at man overgik til den enklere procedure, som både omkostningsmæssigt og administrativt indebærer en række fordele.

Målingen af effekterne af eksportrådets betalingsbelagte ydelser baserer sig således på eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra kundetilfredshedsmålingerne.

Modsat effektmålingerne for 2007-2010, tager effektopgørelserne for 2011 ikke kun afsæt i kunder, som er juridisk etableret i Danmark (danske kunder), men derimod alle kunder, herunder også udenlandsk registrerede kunder. Dette skyldes en stigning i andelen af kunder, som betjenes på markederne (fra 25,2 pct. i 2009 til 29,9 pct. i 2011).

I målingen anvendes betegnelsen *danske kunder* for den andel af Eksportrådets kundeportefølje, som juridisk er etableret i Danmark. Betegnelsen *udenlandsk registrerede kunder* anvendes som betegnelse for den andel af Eksportrådets kundeportefølje, der ikke er juridisk etableret i Danmark.

Det primære sigte med de årlige målinger er at etablere et grundlag for at kunne monitorere de samlede effekter over tid, og årets effekter sammenholdes med effekter opgjort for tidligere år.

Resultaterne for tidligere målinger er derfor omregnet med brug af samme metodemæssige udgangspunkt som i effektmålingen for 2011-aktiviteterne.

Udviklingen i de samlede forventede effekter af eksportrådets betalingsbelagte ydelser indregner ikke udviklingen i de ressourcer, som Eksportrådet anvender herpå. Målingerne kan dermed ikke konkludere i forhold til forholdet mellem omfanget af Eksportrådets ressourcer og de opnåede effekter.

2.1 Udviklingen i Eksportrådets kunder og sager

I 2011 ydede Eksportrådet betalingsbelagt rådgivning på tre timer eller derover til i alt 2.157 kunder, hvilket svarer til et lille fald i forhold til 2009 (på 3,2 pct), men en lille stigning i forhold til 2010 (på 1,1 pct.). Tabel 1 nedenfor viser udviklingen i Eksportrådets kunder og sager i perioden fra 2009 til 2011.

Der er i perioden sket en ændring i kundekompositionen fra 2009 til 2011, idet antallet af danske kunder er faldet med 9,2 pct., mens antallet af udenlandsk registrerede kunder er steget med 14,8 pct. Ydelserne gives således i stigende grad til kunderne på markederne.

Kundekompositionen er fra 2010 til 2011 også ændret som følge af en betydelig stigning i antallet af kunder, som har modtaget gratisydelser. I denne periode er antallet af gratiskunder således steget med ca. 24,9 pct. Fra 2010 til 2011 er udviklingen i det samlede kundeantal således positiv.

I tabel 1 ses også udviklingen i kundernes gennemsnitlige købsbeløb. Set over perioden fra 2009 til 2011, er det gennemsnitlige købsbeløb steget med 12,6 pct. Fra 2010 til 2011, er det gennemsnitlige købsbeløb dog faldet med 9,0 pct.

Fra 2010 til 2011 er det samlede antal angivelser af effekt på omsætningen faldet med 21,5 pct. Set over perioden fra 2009 til 2011 er det samlede antal angivelser af effekt på omsætningen faldet med 34,5 pct. Det bemærkes, at det fra juni 2010 blev muligt for kunderne at svare "ved ikke" på spørgsmålet om effekt på omsætningen.

For det samlede antal betalende kunder gennemførte Eksportrådet i 2011 i alt 3.838 sager, svarende til et fald på 6,1 pct. i det samlede antal betalingsbelagte sager over 3 timer i forhold til 2009. Udviklingen dækker over et fald på 7,2 pct. i 2010 i forhold til 2009, og herefter en stigning på 1,3 pct. i 2011 i forhold til 2010.

TABEL 1

Udviklingen i Eksportrådets kunder og sager, 2009-2011

	2009-ydelser	2010-ydelser	2011-ydelser
Samlet antal betalende kunder	2.228	2.134	2.157
Samlet antal betalende danske kunder	1.666	1.574	1.512
Samlet antal betalende udenlandsk registrerede kunder	562	560	645
Samlet antal angivelser af effekt på omsætning**	673(N/A)	562(974)	441(1.039)
Samlet antal danske kunder med angivelse af effekt på omsætning	608	495	383
Samlet antal sager for betalende kunder	4.086	3.790	3.838
Gennemsnitligt købsbeløb	DKK 20.955	DKK 25.924	DKK 23.596
Samlet antal sager under tre timer samt gratisydelser*	-	4.724	6.044

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

*Note: Gratisydelser blev indført i 2010, hvorfor opgørelsen ikke omfatter opgørelser heraf for 2009

**Note: Fra juni 2010 blev det muligt for respondenterne til hver sag at svare "ved ikke". Antallet af "ved ikke" svar er angivet i parentes.

2.2 Forventet effekt på omsætningen

I forlængelse af afslutningen på en sag fremsender Eksportrådet et tilfredshedsskema, og her spørges bl.a. til, hvilket økonomisk resultat kunderne forventer, at aktiviteterne vil bidrage til inden for de næste tre år. Kundernes økonomiske resultat er dermed udtryk for kombinationen af deres egen indsats og ydelsen fra Eksportrådet.

Som det fremgår af tabellen nedenfor, forventes Eksportrådets ydelser i 2011 at bidrage til en samlet omsætningsmæssig fremgang hos kunderne på 37,2 mia. DKK inden for de næste tre år. Sammenlignet med de tilsvarende målinger for 2009 og 2010, svarer dette til et fald på 10,6 pct. i forhold til 2009 og et fald på 2,9 pct. i forhold til 2010.

Bemærk, at det ikke er muligt at sammenligne nedenstående resultater med tidligere effektopgørelser, idet disse alene omfatter effekter for Eksportrådets danske kunder. Samtidig er der foretaget ændring i opregningsmetoden, hvad angår grænseværdier for outliers, jf. afsnit 2.6.

Set over hele perioden fra 2009 til 2011 kan faldet overvejende henføres til en nedgang i de samlede forventninger blandt de kunder, der køber ydelser for mellem 5.000 DKK og 49.999 DKK, herunder særligt blandt de kunder, der køber ydelser for mellem 5.000 DKK og 9.999 DKK.

Omvendt kan der i denne periode identificeres en opgang i de samlede forventninger blandt de kunder, der køber ydelser for mellem 2.400 DKK og 4.999 DKK, ligesom der kan identificeres en opgang i de samlede forventninger blandt de kunder, der køber ydelser for mere end 50.000 DKK.

Som det også fremgår af tabellen, forventer Eksportrådets kunder i gennemsnit en øget omsætning i forbindelse med Eksportrådets ydelser i 2011 på 14,9 mio. DKK, svarende til et fald på 7,5 pct. i forhold til 2009, men en stigning på 49,0 pct. i forhold til 2010.

Fordelingen i antallet af kunder er også præsenteret i tabellen. Som det fremgår stiger andelen af udenlandske kunder over tid. I 2009 udgjorde de udenlandske kunder 25 pct. af det samlede antal kunder, men andelen er steget til knap 30 pct. i 2011.

TABEL 2

Gennemsnitlig og samlet forventet effekt blandt Eksportrådets kunder i 2009-2011

Alle kunder	2009	2010	2011
Gennemsnitlig forventet effekt	16,1 mio. DKK	10,0 mio. DKK	14,9 mio. DKK
Samlet forventet effekt	41,6 mia. DKK	38,3 mia. DKK	37,2 mia. DKK

Fordeling af antallet af danske og udenlandske kunder	2009	2010	2011
Danske kunder	74,9 %	73,7 %	70,1 %
Udenlandsk registrerede kunder	25,1 %	26,3 %	29,9 %

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

2.3 Forventede effekter i forhold til produkttyper, regioner, sektorer og sagstyper

Tabel 3 nedenfor viser de samlede forventede effekter af Eksportrådets ydelser i 2011, fordelt på produkttyper, regioner, sektorer og sagstyper.

Tabellen viser også andelen af Eksportrådets samlede omsætning fra de betalingsbelagte ydelser i 2011 for de forskellige produkter, regioner, sektorer og sagstyper.

Opgørelserne tager her afsæt i, at Eksportrådets samlede omsætning fra de betalingsbelagte ydelser i 2011 udgjorde 104,8 mio. DKK.

I forhold til omsætningen dominerer de vesteuropæiske, nordamerikanske og nordøstasiatiske markeder. Set i forhold til andel af omsætningen har det nordøstasiatiske marked (Kina, Japan, Mongoliet, Nordkorea, Sydkorea og Taiwan) den største andel (24,2 pct.).

TABEL 3

Forventede effekter i 2011 i forhold til produkttyper, regioner, sektorer og sagstyper

Regioner	Andel af omsætn.	Andel af effekter
Vesteuropa	34,4 %	18,6 %
Rusland og SNG	6,7 %	11,2 %
Nordafrika/Mellemøsten	3,8 %	20,5 %
Nordamerika	10,7 %	2,8 %
Latinamerika	6,0 %	4,7 %
Nordøstasien	22,3 %	24,2 %
ASEAN	6,5 %	7,9 %
Sydasien	5,9 %	10,0 %
Australasien	2,1 %	0,2 %
Afrika	1,5 %	N/A

Sektorer	Andel af omsætn.	Andel af effekter
Architecture, Engineering & Construction	7,7 %	5,9 %
Climate & Energy	18,4 %	68,0 %
Defence	1,8 %	1,4 %
Environment & Water	6,6 %	3,9 %
Food, Agriculture & Agro Business	11,8 %	2,7 %
Furniture, Design & Fashion, Textiles	11,4 %	2,1 %
Health (Life Sciences)	13,8 %	6,1 %
ICT, Electronics & Software	11,0 %	2,3 %
Machine Industry	6,1 %	1,5 %
Service	8,7 %	4,1 %
Transport & Logistics (Maritime)	2,7 %	2,0 %

Produkttyper	Andel af omsætn.	Andel af effekter
General Public Affairs	10,5 %	60,2 %
Kommercielle besøg og mødeprogrammer	11,6 %	4,4 %
Markedsanalyser	9,2 %	1,3 %
Partnersøgninger	15,2 %	1,5 %
Ansættelse og public relations	13,6 %	7,7 %
Øvrig kommerciel assistance	16,7 %	11,3 %
Innovationservice	7,7 %	2,4 %
Øvrige produkter	15,5 %	11,3 %

Sagstyper	Andel af omsætn.	Andel af effekter
Eksportstart pakker		2,0 %
Eksportstart pakker		1,0 %
Eksportstart Vækst pakker		1,0 %
Øvrige sager		98,0 %

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

Ydelserne til kunder vedr. det nordafrikanske marked og Mellemøsten udgør en mindre del af omsætningen, men en relativ stor del af de samlede forventede effekter (20,5 pct. imod en andel af omsætningen på 3,8 pct).

Set i forhold til sektorer, kan en betydelig andel af 2011-omsætningen henføres til sager for kunder inden for klima og energi, kunder inden for sundhed (Life Sciences), ligesom kunder inden for landbrug, møbel, design, tekstil og IKT samlet set andrager en betydelig del af omsætningen fra 2011-ydelserne. Set i forhold til de samlede forventede effekter, udgør ydelserne vedr. klima og energi, den absolut største andel (68,0 pct.).

Som det også fremgår af tabellen, står opgaver inden for Global Public Affairs (bl.a. myndighedskontakt herunder sager inden for handelshindringer) for 60,2 pct. af den samlede effekt, mod en omsætningsandel på 10,5 pct. Omvendt tegner partnersøgninger sig for 15,2 pct. af 2011-omsætningen, men blot for 1,5 pct. af effekten.

Indholdet af opgaverne og kundegrundlaget varierer meget på tværs af sektorer, regioner og produkter. Således udføres en typisk Global Public Affairs-opgave i højere grad for virksomheder, der allerede er etableret på et marked, mens partnersøgninger typisk ydes til mindre virksomheder, som endnu ikke er etableret på markedet, og hvor størrelsen på den forventede effekt alt andet lige vil være mindre.

Ligeledes er der markeder, hvor andelen af små og mellemstore virksomheder (SMV'er) er store, mens andre markeder domineres af større spillere. Også inden for sektorer er der forskelle i SMV-andelen, idet de store kunder i højere grad dominerer inden for Klima og Energi end inden for ek-

sempelvis "Furniture, Design & Fashion", hvor der er relativt mange SMV'er.

Eksportstartpakker tilbydes kun til SMV'er, og formålet er, som navnet indikerer, at hjælpe virksomheder i gang på markedet. Størrelsen af effekten for Eksportstartpakker skal derfor ses i det perspektiv.

Der er i målingen ikke foretaget opgørelser af omsætningen for tidligere år, hvorfor der i målingen ikke er foretaget sammenligninger med tidligere år.

2.4 Eksporteffekt i forhold til købsbeløb

Figuren nedenfor viser at de gennemsnitlige forventede effekter af eksportsatsningerne blandt Eksportrådets kunder i 2011 generelt er stigende med købsbeløbet.

Blandt de kunder, der har købt enkeltvis ydelser for mindre end 5.000 DKK er effekten således 4,1 mio. DKK i gennemsnit, mens den for de kunder, der har købt enkeltvis ydelser for mere end 50.000 DKK, er 39,9 mio. DKK i gennemsnit.

Som det ses trækker sager med et købsbeløb på mere end 50.000 DKK den gennemsnitlige forventede effekt op. Det er også blandt disse kunder, at det største bidrag til den samlede omsætningseffekt kommer. Den samlede forventede omsætningseffekt er som nævnt på 37,2 mia. DKK over

de næste 3 år. Herfra kommer de 18,0 mia. DKK fra de kunder, der har købt ydelser for mere end 50.000 DKK.

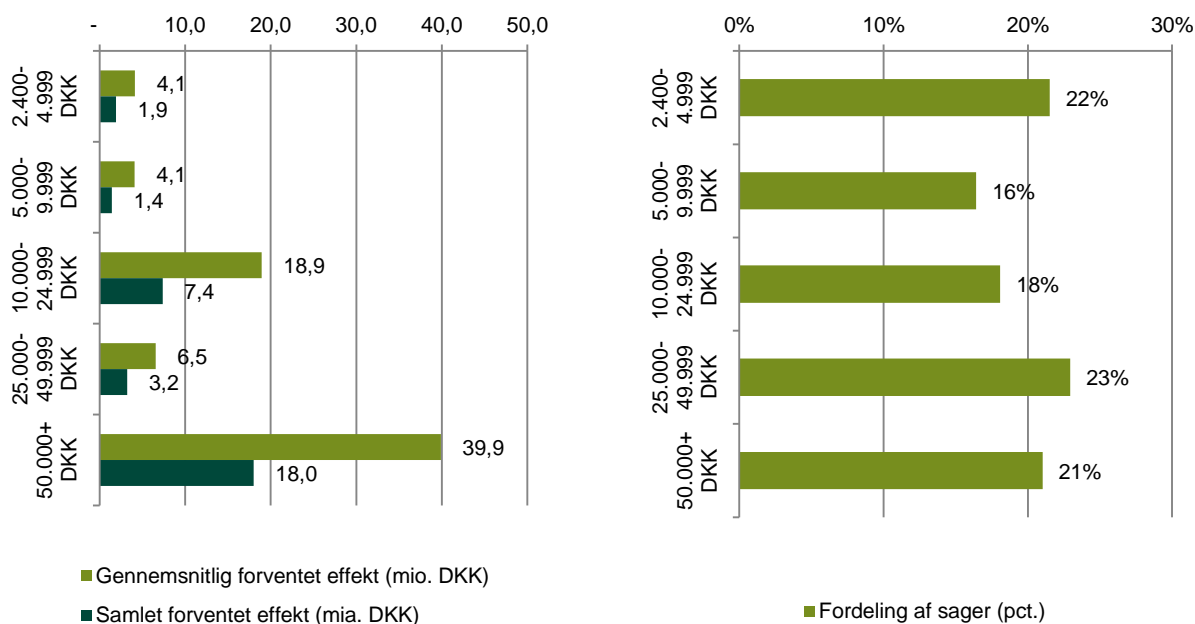
Figuren nedenfor viser også, at Eksportrådets sager i 2011 er fordelt nogenlunde jævnt på de forskellige intervaller for købsbeløb.

Set over perioden fra 2009 til 2011, er andelen af sager med et købsbeløb på mellem 2.400 DKK og 4.999 DKK steget med ca. 3 procentpoint, ligesom andelen af sager med et købsbeløb på mere end 50.000 DKK er steget med ca. 3 procentpoint.

For de øvrige intervaller er andelen af sager faldet. Dette gælder især for sager på mellem 5.000 DKK og 9.999 DKK, hvor andelen er faldet med ca. 3 procentpoint.

FIGUR 1

Forventede effekter blandt Eksportrådets kunder i 2011, fordelt på købsbeløb (enkeltvis køb) samt fordeling af sager i forhold til købsbeløb



Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

2.5 Forventede resultater af kundernes aktiviteter

I tilfredshedsskemaet bedes kunderne også angive deres forventninger til resultaterne af deres samlede aktiviteter.

I 2011 var de tre mest forventede resultater af kundernes aktivitet som følge af Eksportrådets bistand "øget eksport" med 66,1 pct., "Generel viden" med 43,3 pct. samt at skabe "kontakter" med 28,6 pct. Disse typer af resultater har også været de mest dominerende i de foregående år.

Set over en treårig periode er andelen af kunder, som forventer øget eksport, faldet med 25,1 pct. Til gengæld er andelen af kunder, som forventer at aktiviteterne vil skabe kontakter, steget med 26,2 pct.

2.6 Outliers betydning for eksporteffekterne

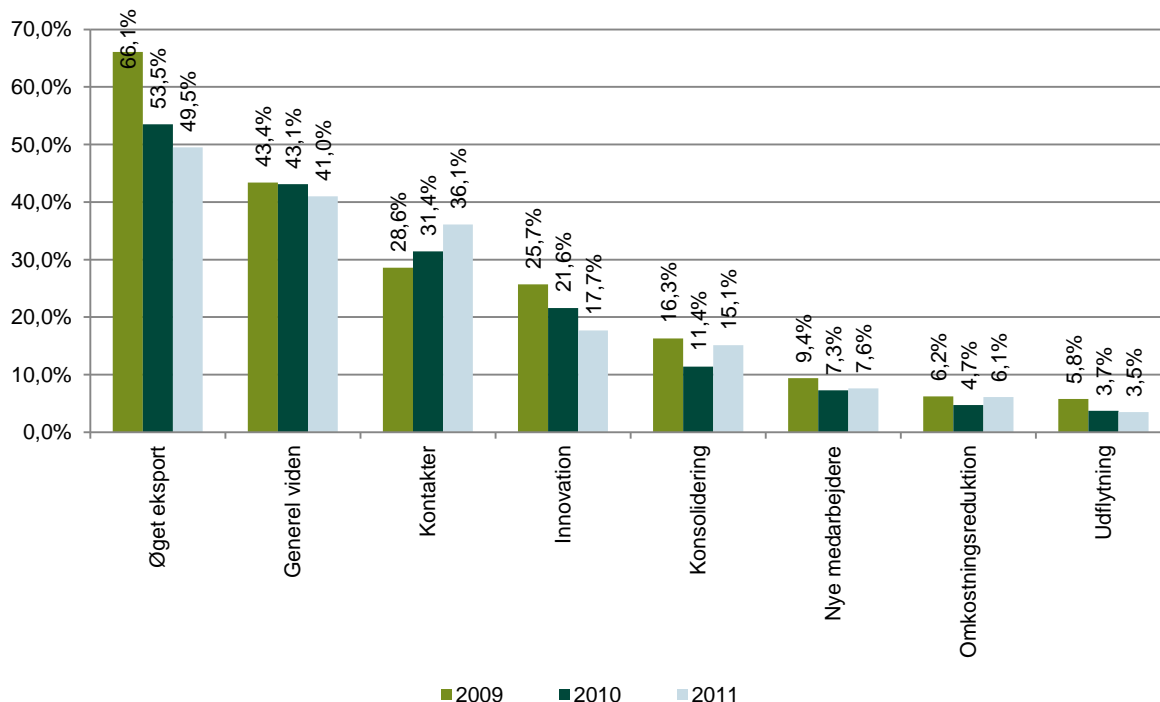
Outliers er i målingen defineret som sager, hvor den angivne effekt ligger mere end tre standardafvigelser fra gennemsnittet. Outliers indgår således ikke i opregningen af effekterne af gennemsnittet.

I denne rapport beregnes outlierværdierne på baggrund af data fra det aktuelle år og to tidligere år. Dermed anvendes data fra en treårig periode til at definere grænseværdier for de enkelte købsstrata.

Metoden er taget i anvendelse med henblik på at sikre mere robuste og ensartede grænseværdier og dermed sikre mere robuste og sammenlignelige resultater på tværs af årene.

FIGUR 2

Forventede resultater blandt Eksportrådets kunder, 2009, 2010 og 2011



Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

Såfremt de forventede effekter fra en given outlier vurderes at være realistiske, lægges effekten fra denne outlier dog efterfølgende til den samlede effekt efter opregning. Effekten fra disse outliers indgår dermed i de samlede og endeligt opgjorte forventede effekter.

I 2011-målingen udgør effekten fra outliers 14,1 pct. af de samlede forventede effekter, svarende til 5,3 mia. DKK. Til sammenligning udgjorde effekten fra outliers i 2010-målingen 16,9 mia. DKK (svarende til 44,3 pct. af 2010-effekterne), mens effekten fra outliers i 2009-målingen udgjorde 5,8 mia. DKK (svarende til 14,0 pct. af 2009-effekterne).

Outliers har dermed mindre betydning for total-effekterne i 2011-målingen, end det er tilfældet i 2010-målingen, mens betydningen i 2011-målingen er på niveau med betydningen i 2009-målingen.

2.7 Værdien af eksportrådets ydelser

I Eksportrådets kundetilfredshedsundersøgelse anmodes kunderne om at vurdere værdien af Eksportrådets ydelser i forhold til deres muligheder for at opnå de forventede resultater.

Tidligere års angivelser peger i retning af, at Eksportrådets ydelser generelt har en ganske stor betydning. Således viste resultaterne fra 2009 og 2010 for de danske kunder, at omkring to tredjedele af kunderne mente, at Eksportrådets ydelser havde afgørende eller stor værdi.

For 2011 viser tabellen nedenfor, at 72 pct. af kunderne vurderer, at Eksportrådets ydelser har haft en stor eller helt afgørende værdi for, at de kan opnå det ønskede resultat af deres eksportaktivitet. Tilsvarende viser tabellen, at 2 pct. mener, at Eksportrådets ydelse ikke har haft en værdi.

Med afsæt i disse oplysninger fra Eksportrådets kunder er det muligt at foretage en opgørelse af omfanget af de forventede økonomiske resultater inden for de næste tre år, for de kunder, som tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi for mulighederne for, at opnå de forventede resultater.

TABEL 4

Værdien af Eksportrådets ydelser for kunderne, 2009-2011

Værdi	Andel, 2009	Andel, 2010	Andel, 2011
Afgørende værdi	18,5 %	21,3 %	26,3 %
Stor værdi	47,4 %	47,3 %	45,7 %
Nogen værdi	24,2 %	25,1 %	21,1 %
Mindre værdi	7,3 %	4,0 %	4,9 %
Ingen værdi	2,6 %	2,4 %	2,0 %

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

Beregningerne heraf viser, at den gennemsnitlige forventede effekt for kunderne, der tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi, er markant større end gennemsnittet.

Således forventer kunderne, der tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi en gennemsnitlig mereeksport på 16,6 mio. DKK. Til sammenligning er den gennemsnitlige forventede effekt for alle virksomheder 14,9 mio. DKK. De gennemsnitlige forventede effekter er altså ca. 12 pct. højere for kunderne, der tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi.

De kunder, der tilskriver Eksportrådets ydelser afgørende eller stor værdi, står også for en ganske betydelig del af den samlede forventede effekt. Således forventer disse kunder en samlet effekt på 17,7 mia. DKK.

2.8 Samfundsøkonomiske effekter af betalingsbelagte ydelser

Denne del af analysen præsenterer den samfundsøkonomiske effekt af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser. Beregningerne er foretaget gennem Danmarks Statistiks makroøkonomiske model ADAM i tæt samarbejde med Danmarks Statistik.

Som det fremgår af tabellen nedenfor, forventes den samlede *netto*-effekt, som er Eksportrådets bidrag til den samlede forventede effekt af Eksportrådets betalingsbelagte ydelser, at bidrage til 7,5 mia. DKK i 2012.

Opgørelsen er baseret på en række væsentlige forhold:

- **For det første** skal den samlede effekt i 2012 ses i lyset af, at målingerne af de forventede effekter af de betalingsbelagte ydelser på kundernes omsætning opgøres over en treårig periode.
- **For det andet** – og som følge af ovenstående – skal den samlede forventede effekt i 2012 ses i lyset af effektopgørelserne for de betalingsbelagte ydelser i 2009 og 2010.

Det samlede bidrag fra Eksportrådet er således opgjort ved at sammenlægge de tidligere effektopgørelser (målinger af effekter fra ydelser i 2009 og 2010) med den aktuelle effektopgørelse for 2012.

I alle opgørelser anvendes det metodegrundlag, som ligger til grund for den aktuelle måling.

- **For det tredje** skal den samlede forventede effekt i 2012 ses i forhold til Eksportrådets bidrag til den samlede forventede effekt (nettoeffekt).

Eksportrådets bidrag til den samlede forventede effekt er opgjort ud fra kundernes angivelser af værdien af Eksportrådets ydelser i forhold til de forventede resultater.

Ved "afgørende værdi" antages Eksportrådets bidrag at udgøre 50 pct. af den forventede effekt. Ved "stor værdi" antages Eksportrådets bidrag at udgøre 25 pct. af den forventede effekt. Ved øvrige angivelser antages Eksportrådets bidrag at udgøre 0 pct.

Med afsæt i disse opgørelser og Danmarks Statistiks beregninger i den makroøkonomiske model ADAM, medfører en stigning i eksporten på 7,5 mia. DKK, umiddelbart en forbedring i BNP på 0,33 pct., svarende til 5,2 mia. DKK.

En stigning i eksporten på 7,5 mia. DKK, betyder herudover umiddelbart en merbeskæftigelse på knap 7.000 personer, hvilket er med til at øge skattegrundlaget med 0,24 pct. Det er i målingen ikke undersøgt, om ovenstående svarer til en stigning eller et fald i forhold til tidligere.

Det bør i denne sammenhæng bemærkes, at virksomhedernes køb af ydelser ikke er modregnet i de samfundsøkonomiske beregninger. I 2011 købte virksomhederne ydelser for ca. 105 mio. DKK. Eftersom der i effektberegningerne ikke skelnes mellem danske og udenlandske kunder, kan de samfundsmæssige effekter korrigeres for de købte ydelser for ca. 105 mio. DKK. Konsekvensen i forhold til BNP betyder, at den samfundsmæssige effekt bliver ca. 105 mio. DKK mindre.

Det er derimod vanskeligere at sige noget om den konkrete effekt på beskæftigelsesniveau. Det skyldes, at det er vanskeligt at omsætte 105 mio. DKK til beskæftigede, da det vil være forskelligt fra sektor til sektor og fra virksomhed til virksomhed. Usikkerheden om konsekvensen for beskæftigelsen betyder, at det også er usikkert at sige noget om konsekvensen på skatteprovenu.

Endvidere bemærkes, at de samfundsøkonomiske beregninger antager, at respondenternes angivelser af omsætningseffekter udelukkende vedrører eksport, selvom virksomhedernes angivelser går på forventninger til øget omsætning, som følge af ydelserne fra eksportrådet.

TABEL 5

Samfundsøkonomiske effekter i 2012 af betalingsbelagte ydelser fra 2011, faste priser (2005 - priser)

	2009-ydelser	2010-ydelser	2011-ydelser	I alt
Samlet forventet effekt	41,6 mia. DKK	38,3 mia. DKK	37,2 mia. DKK	117,1 mia. DKK
Eksportrådets <i>netto</i> -bidrag til den samlede forventede effekt	5,8 mia. DKK	8,3 mia. DKK	8,3 mia. DKK	22,4 mia. DKK (7,5 mia. DKK i 2012)
Øget BNP i 2012	-	-	-	5,2 mia. DKK (0,33 %)
Øget beskæftigelse i 2012	-	-	-	6.957 personer (0,26 %)
Øget skatteprovenu i 2012	-	-	-	1,9 mia. DKK (0,24 %)

DAMVAD, 2012 på baggrund af beregninger hos Danmarks Statistik

Bilag: Populationer og metodegrundlag

Introduktion til CRM-datagrundlaget

Eksportrådet har gennemført effektmålinger af betalingsbelagte ydelser siden aktivitetsåret 2001. For aktivitetsårene 2001-2007 blev målingerne udført på basis af et omfattende spørgeskema til samtlige danske kunder.

For at forsimple proceduren, blev det i 2007 undersøgt, om tilsvarende resultater kunne indhentes på baggrund af de eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra de løbende kundetilfredshedsmålinger. Resultatet af denne undersøgelse viste, at der var tilstrækkelig kongruens til at forsvare, at man overgik til den enklere procedure, som både omkostningsmæssigt og administrativt indebærer en række fordele.

Målingen af effekterne af eksportrådets betalingsbelagte ydelser baserer sig således på eksisterende data i Eksportrådets kundestyringssystem (CRM) og eksisterende tilbagemeldinger fra de kundetilfredshedsmålinger.

I forlængelse af afslutningen på en sag, spørges Eksportrådets kunder om deres forventninger til resultaterne af virksomhedens aktiviteter, som har til formål at øge eksporten. Kundetilfredsheds-skemaet forholder sig både til en angivelse af *hvilket* resultat der forventes, samt *hvor stort* resultatet forventes at være omsætningsmæssigt i de følgende tre år.

Virksomhedernes besvarelser lagres i Eksportrådets CRM-database, der således indeholder informationer om alle eksportrådets kunder, de enkelte sager og virksomhedernes angivelser af forventningerne til resultaterne af virksomhedens aktiviteter.

CRM-databasens opbygning og strukturen i kundetilfredsheds-skemaet medfører en række ramme-sættende forhold for CRM-baserede effektmålinger:

- Samme virksomhed kan have modtaget mere end én ydelse inden for en måleperiode. Samme virksomhed kan derfor optræde med flere sager i databasen, hvorfor samme virksomhed også kan have modtaget og besvaret mere end ét kundetilfredsheds-skema.
- Den enkelte sag kan være sammensat af flere ydelser. Således kan nogle sager indeholde flere ydelser, mens andre sager blot kan indeholde én ydelse.
- Eventuelle kreditnotaer optræder som selvstændige sager. Således findes der ingen direkte kobling mellem en sag og en given kreditnota.
- Værdien af ydelsen opgøres på ydelsesniveau, hvor virksomhederne angiver effekten af ydelsen på en skala fra "Ingen værdi" til "Afgørende værdi".
- Virksomhederne kan unklare at besvare kundetilfredsheds-skemaet. CRM-databasen kan derfor indeholde sager uden besvarelser af kundetilfredsheds-skemaet.
- Strukturen i kundetilfredsheds-skemaet medfører, at det samlede forventede økonomiske resultat i form af øget omsætning angives på virksomhedsniveau, mens det forventede resultat af virksomhedens aktiviteter samt værdien af ydelsen for virksomheden angives på sagsniveau.

I den CRM-baserede effektmåling opgøres effekten af Eksportrådets eksportfremmeindsats som det samlede *forventede* økonomiske resultat i form af øget omsætning inden for de næste tre år, som følge af kundernes aktiviteter i året før målingstidspunktet.

Grundet det begrænsede antal observationer i CRM-databasen stratificeres data for virksomheder udelukkende på baggrund af købsbeløb. På baggrund af de gennemsnitlige effekter inden for den enkelte kategori af købsbeløb opregnes effekten på omsætningen for virksomheder til populationsniveau på baggrund af antallet af virksomheder i populationen i den pågældende kategori.

I CRM-baserede effektmålinger opgøres endvidere den gennemsnitlige forventede effekt pr. virksomhed. De angivne effekter på omsætningen aggregeres på virksomhedsniveau, hvorefter den gennemsnitlige angivne effekt pr. virksomhed, kan fordeles på forskellige kategorier af købsbeløb.

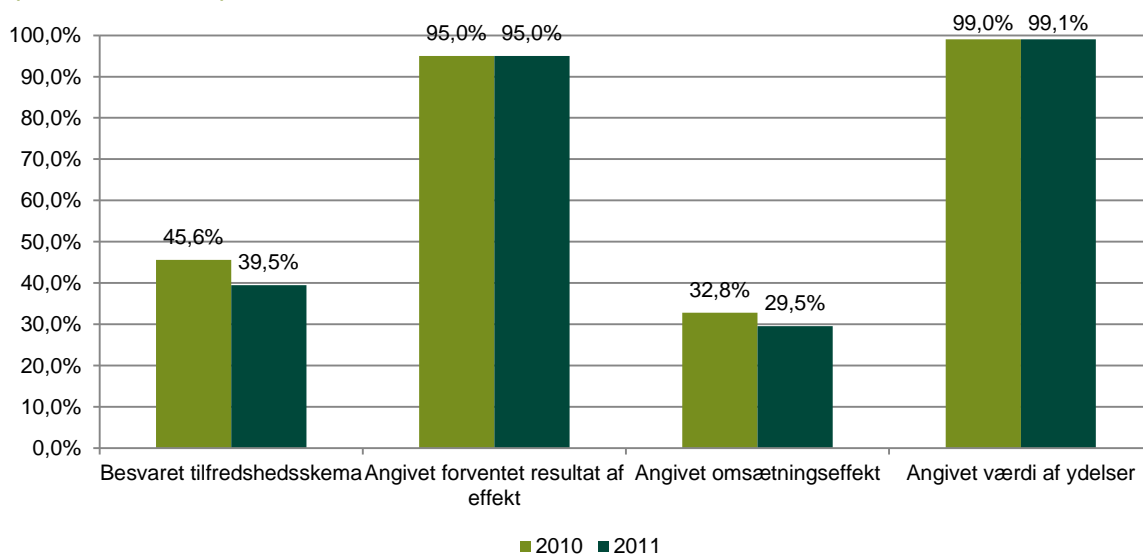
Population og metodegrundlag for den CRM-baserede effektmåling

Antallet af kunder og sager for danske og udenlandske kunder udgør hovedpopulationer for effektmålingerne. Nedenfor gives et overblik over målingernes øvrige populationer, herunder antallet af udsendte og besvarede tilfredshedsskemaer, samt antallet af besvarelser på udvalgte spørgsmål.

I 2010 blev der udsendt tilfredshedsskemaer til 99,2 pct. af sagerne, mens det tilsvarende tal for 2011 udgjorde 98,6 pct., svarende til et fald på 0,6 procentpoint. I 2011 blev der opnået en svarprocent på 39,5 pct. på de tilfredshedsskemaer, der blev udsendt til Eksportrådets kunder, hvilket vises i figuren nedenfor. I 2010 blev der opnået en svarprocent på 45,6 pct. Der er således sket et mindre fald i besvarelsesprocenten sammenlignet med 2010.

FIGUR 3

Svarprocenter for Eksportrådets kunder i 2011



Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet

Omfanget af angivelser i tilfredshedsskemaet af effekt på omsætningen har stor betydning for målingens grundlag. I 2011 var der i alt 441 angivelser på sager for Eksportrådets kunder. Sammenlignet med 2010 er det et markant fald, da der i 2010 var i alt 585 angivelser på sager for Eksportrådets kunder.

Tabellen nedenfor viser en oversigt over udvalgte delpopulationer i 2011-målingen. Tabellen viser, at der i alt er 3.838 sager fordelt på 2.157 kunder. Blandt de godt 3.838 sager er der udsendt 3.783 tilfredshedsskemaer, som er det denne måling bygger på. Det betyder også, at der er 55 sager, hvor der ikke er udsendt et tilfredshedsskema.

Tabellen viser desuden antallet af besvarelser, der angiver forventet resultat af ydelsen, effekt på omsætning og værdien af ydelsen. Opgørelserne af delpopulationerne omfatter sager efter datarensning og omfatter outliers.

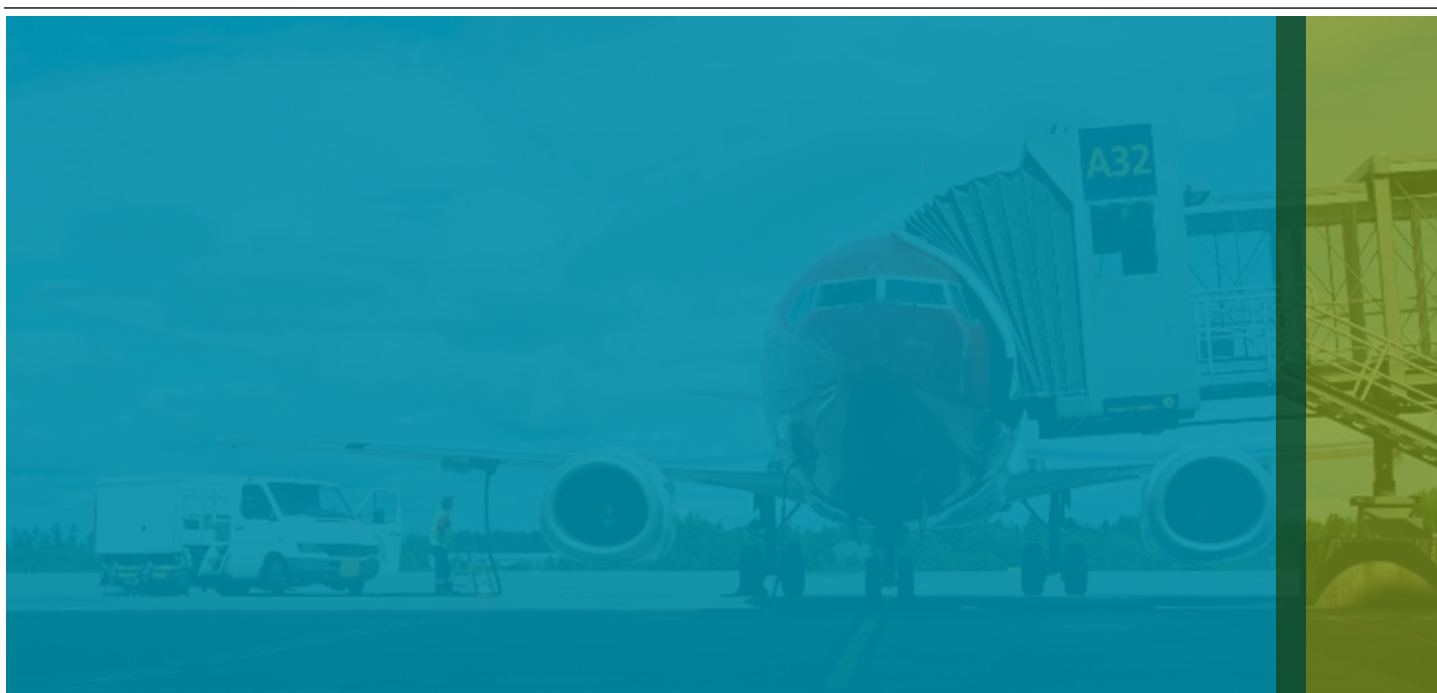
Summen af antallet af kunder, der har modtaget hhv. ikke modtaget tilfredsskema, overstiger opgørelsen af det unikke antal kunder, da den enkelte kunde kan have flere sager, og da det kan fravælges at udsende et tilfredshedsskema på den enkelte sag. For nogle kunder gælder derfor, at de både har modtaget og ikke har modtaget et tilfredshedsskema.

TABEL 6

Udvalgte delpopulationer for 2011 målingen

	Antal kunder	Antal sager
Antal	2.157	3.838
Ikke tilsendt tilfredshedsskema	46	55
Tilsendt tilfredshedsskema	2.134	3.783
Besvaret tilfredshedsskema	998	1.494
Angivet forventet resultat af aktiviteter	962	1.419
Angivet effekt på omsætning	372	441
Angivet værdi af ydelser	998	1.480

Kilde: DAMVAD 2012, på baggrund af beregninger på data fra Eksportrådet



DAMVAD
OSLO . COPENHAGEN . DAMVAD.COM

Badstuestræde 20
DK-1209 Copenhagen K
Tel. +45 3315 7554

Essendrops gate 3
N-0368 Oslo
Tel. +47 970 43 859