

Effektmåling af de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019

Udarbejdet for The Trade Council, marts 2021



For mere information om publikationen eller generelt om IRIS Group, kontakt venligst:

IRIS Group
Jorcks Passage 1B, 4. sal
1162 København K

irisgroup@irisgroup.dk
irisgroup.dk

Indholdsfortegnelse

1. Resumé.....	4
2. Indledning.....	6
2.1 Erhvervsfremstørdordningens baggrund og formål.....	6
2.2 Tilskuddenes udmøntning og betydning.....	7
3. Umiddelbare effekter.....	11
3.1 Det samlede billede af de umiddelbare effekter	11
3.2 Forskelle på tværs af virksomhedssegmenter og markeder	12
4. Effekterne på kort sigt	21
4.1 Netværkseffekter	21
4.2 Etableringseffekter.....	23
4.3 Eksportudviklingen	26
4.4 Eksporteffekter.....	28
5. Effekterne på langt sigt.....	35
5.1 Forventet eksport i 2021	35
5.2 Forventninger til den langsigtede betydning.....	36
6. Metodebilag.....	40
6.1 Spørgeskemaundersøgelse	40
6.2 Interviews.....	43

1. Resumé

Dette afsnit indeholder et resumé af de vigtigste resultater fra effektmålingen af de 212 fælles erhvervsfremstød, som er blevet gennemført i 2018 og 2019 med støtte fra The Trade Council.

Effektmålingen er gennemført af IRIS Group i starten af 2021 og er baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt alle deltagerne samt interviews med udvalgte deltagere på de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019¹.

Følgende hovedkonklusioner kan fremhæves:

De fælles erhvervsfremstød har allerede på kort sigt skabt øget eksport

Effektmålingen viser, at den samlede kortsigtede eksporteffekt af de fælles erhvervsfremstød, som The Trade Council har støttet med i alt ca. 70 mio. kr. i 2018 og 2019, kan estimeres til 1,4 mia. kr. Det vil sige, at deltagende virksomheder på de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019 allerede året efter tilsammen vurderer at have øget deres eksport med 1,4 mia. kr. på grund af de fælles fremstød. Eksporteffekten året efter erhvervsfremstødene fordeler sig på 606 mio. kr. fra deltagerne i 2018 og 759 mio. kr. fra deltagerne i 2019².

De små og mellemstore virksomheder opnår de største eksporteffekter

Ud af de i alt 2.729 deltagere på de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019 udgjorde SMV'erne omkring 80 pct. og dermed langt størstedelen. Samtidig viser effektmålingen, at SMV'erne i gennemsnit opnår en større eksporteffekt året efter deltagelsen i det fælles erhvervsfremstød end de store virksomheder med over 250 ansatte. Samlet set tegner SMV'erne sig dermed for cirka 90 pct. (1.262 mio. kr.) af de samlede eksporteffekter på kort sigt.

Tabellen herunder viser den gennemsnitlige øgede eksport til det pågældende marked året efter fremstødet, som virksomhederne vurderer kan tilskrives deltagelsen i det fælles erhvervsfremstød. For SMV'erne er det i gennemsnit knap 1 mio. kr., og for de store virksomheder er det i gennemsnit knap 0,5 mio. kr.

Tablet 1.1. Eksporteffekter på kort sigt af de fælles fremstød – opdelt på virksomhedsstørrelse

	SMV	Store virksomheder	Total
Gns. øget eksport året efter pga. deltagelse i erhvervsfremstød	0,96 mio. kr.	0,47 mio. kr.	0,92 mio. kr.
Samlet eksporteffekt af erhvervsfremstødene året efter	1.262 mio. kr.	98 mio. kr.	1,4 mia. kr.

The Trade Councils tilskud har stor betydning for SMV'ernes deltagelse i erhvervsfremstød

Tilskuddet fra The Trade Council spiller især en stor rolle for SMV'ernes beslutning om at deltage i fælles erhvervsfremstød. 57 pct. af SMV'erne har således vurderet, at tilskuddet fra The Trade Council har haft en meget stor betydning, og en tredjedel har svaret nogen betydning. Kun tre pct. af SMV'erne har svaret, at tilskuddet ikke har haft nogen betydning for deres beslutning.

¹ Den seneste effektmåling blev afsluttet i slutningen af 2018 og omfattede deltagerne fra 2016 og 2017.

² For at kunne vurdere den isolerede betydning af erhvervsfremstødene og skabe sammenlignelighed er beregningen af eksporteffekterne for 2019 baseret på deltageres kontrafaktiske skøn over, hvordan deres samlede eksport til det pågældende marked ville have udviklet sig uden COVID-19-restriktioner i 2020.

Ni ud af ti deltagere får nye kontakter og styrket deres netværk gennem de fælles erhvervsfremstød

Eksporteffekten af de fælles erhvervsfremstød hænger i høj grad sammen med, at hele 92 pct. af deltagerne får skabt nye kontakter og netværk på de udenlandske markeder. Herunder især til potentielle kunder. Derudover fremhæver flere virksomheder, at de fælles fremstød også har styrket deres netværk og samarbejde med de øvrige danske deltagere, mens de officielle i højere grad styrker netværk med offentlige myndigheder.

Effektmålingen viser desuden, at en stor del af den umiddelbare kundekontakt på fremstødene også bliver omsat til længerevarende kunderelationer. 70 pct. af alle deltagerne har således vurderet, at de siden erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 og frem til i dag – dvs. starten af 2021 – i høj eller nogen grad har fået styrket deres kundenetværk på det pågældende marked.

Deltagerne opnår øget forståelse og indsigt i de udenlandske markedsforhold

Tre ud af fire (75 pct.) har vurderet, at erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad gav dem en større indsigt i det pågældende marked. Og næsten lige så mange (71 pct.) har oplevet, at erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad gav dem større indsigt i vigtige kundesegmenter. Samtidig viser effektmålingen, at en større andel af SMV'erne end de store virksomheder mener, at erhvervsfremstødet umiddelbart ledte til større forståelse og afklaring om eksportpotentialer til det pågældende marked.

Erhvervsfremstødene har stor indflydelse på virksomheders efterfølgende etablering

Langt størstedelen (knap 70 pct.) af de virksomheder, som ikke var etableret på markedet før erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019, har efterfølgende etableret sig eller forventer at gøre det inden for de næste 2-3 år. Og blandt disse virksomheder vurderer hele 80 pct., at deltagelsen i erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad har været udslagsgivende for deres realiserede eller forventede etablering på markedet. Det er kun et fåtal af virksomhederne (syv pct.), der vurderer, at erhvervsfremstødet ingen betydning har haft.

Især SMV'erne forventer langsigtede eksporteffekter af erhvervsfremstødene

Generelt er der en højere andel af SMV'erne end de store virksomheder, som forventer, at erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 også vil have betydning for deres eksport og tilstedeværelse på det pågældende marked om 3-5 år. Konkret vurderer cirka en tredjedel (31 pct.) af SMV'erne, at erhvervsfremstødet fremadrettet vil bidrage til yderligere eksport af eksisterende produkter og services, hvilket tilsvarende kun gør sig gældende for syv pct. af de store virksomheder.

Øget behov for traditionelle erhvervsfremstødsaktiviteter efter COVID-19-pandemien

Effektmålingen er gennemført i starten af 2021, hvor der blandt mange af virksomhederne stadig eksisterer en betydelig usikkerhed om COVID-19-pandemiens betydning for omfanget af deres eksport til de udenlandske markeder. Men effektmålingen tegner et billede af, at virksomhederne hverken oplever eller forventer, at COVID-19-situationen nu eller på længere sigt vil medføre væsentlige ændringer i deres eksportarbejde. Flere af de interviewede virksomheder giver derimod udtryk for, at de forventer et stigende behov for at deltage i traditionelle erhvervsfremstødsaktiviteter som fx messer og fysiske møder, når COVID-19-situationen igen tillader dette.

Effektmålingen indikerer med andre ord ikke, at interessen, behovet og efterspørgslen efter de fælles erhvervsfremstød vil være faldende på længere sigt som konsekvens af COVID-19. Tværtimod.

2. Indledning

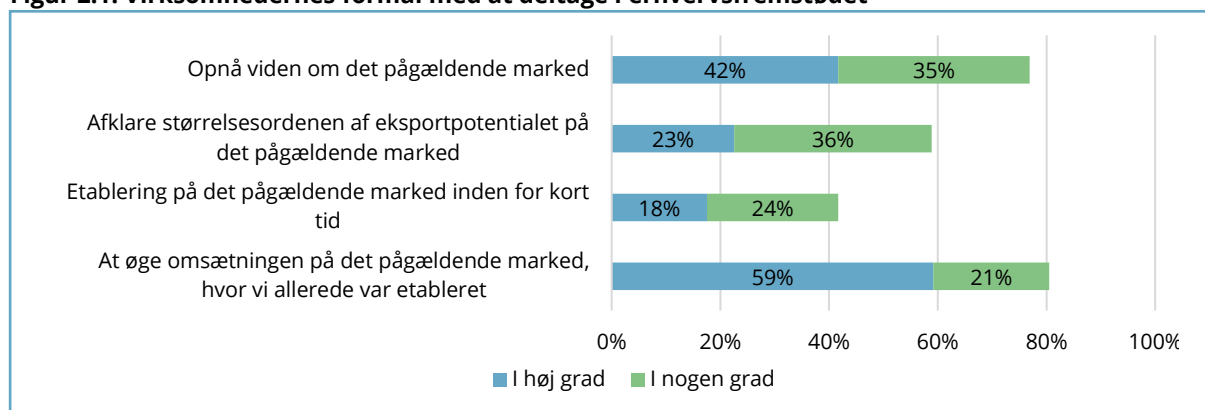
2.1 Erhvervsfremstøddordningens baggrund og formål

The Trade Council er den del af Udenrigsministeriet, der hjælper danske virksomheder med at få bedre adgang og fodfæste på udenlandske markeder til gavn for Danmarks eksport, innovation og vækst. Som en del af denne indsats yder The Trade Council hvert år tilskud til forberedelse og gennemførelse af en række fælles erhvervsfremstød, der understøtter danske virksomheders aktiviteter på markeder uden for Danmark. Formålet med erhvervsfremstødene er at bidrage til dansk erhvervslivs internationalisering ved at give de deltagende virksomheder større viden om markeds- og forretningsvilkår og skabe kontakter til forretnings- og samarbejdspartnere på eksportmarkederne. Derudover lægger The Trade Council vægt på, at erhvervsfremstødene består af fælles aktiviteter, der giver deltagende virksomheder mulighed for at udveksle og dele viden, ideer og erfaringer.

Erhvervsfremstødene kan bl.a. omfatte møder og besøg hos udenlandske virksomheder og potentielle samarbejdspartnere samt deltagelse i messer, seminarer, netværksarrangementer og omtale på det pågældende marked. Derudover gives også tilskud til delegationsbesøg til Danmark, som giver en gruppe af virksomheder mulighed for at invitere potentielle kunder og beslutningstagere fra eksportmarkederne på besøg.

Figuren herunder viser, hvad de adspurgte virksomheder har svaret var deres formål med at deltage på fælles erhvervsfremstød i 2018 eller 2019.

Figur 2.1. Virksomhedernes formål med at deltage i erhvervsfremstødet



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 576. Det sidste spørgsmål er kun opgjort for virksomheder, som allerede var etableret på det pågældende marked.

Som det fremgår af figur 2.1., deltager virksomhederne især med henblik på at opnå øget viden om det pågældende marked. Og blandt de virksomheder, som allerede var på det pågældende marked inden for erhvervsfremstødet, er det 80 pct., der enten i høj eller nogen grad deltager for at øge deres omsætning på markedet.

Virksomhedernes formål med at deltage i de fælles erhvervsfremstød handler således både om at få øget viden og omsætning på de udenlandske markeder.

2.2 Tilskuddenes udmøntning og betydning

The Trade Council har i 2018 og 2019 haft mulighed for at give op til 50 pct. i tilskud til fælles erhvervsfremstød. De resterende omkostninger har været dækket via egenbetaling fra de deltagende virksomheder. Den årlige tilskudspulje har i 2018 og 2019 været på knap 35 mio. kr.³

Der er i 2018 og 2019 blevet givet tilskud til i alt 212 erhvervsfremstød. Heraf har seks været såkaldte officielle erhvervsfremstød. Disse arrangeres af Udenrigsministeriet i partnerskab med relevante erhvervsorganisationer og gennemføres med deltagelse af det danske kongehus og en eller flere af regeringens ministre. Fordelingen af erhvervsfremstødene på de forskellige år og markeder fremgår af tabellen herunder.

Tabel 2.1. Erhvervsfremstød i 2018 og 2019

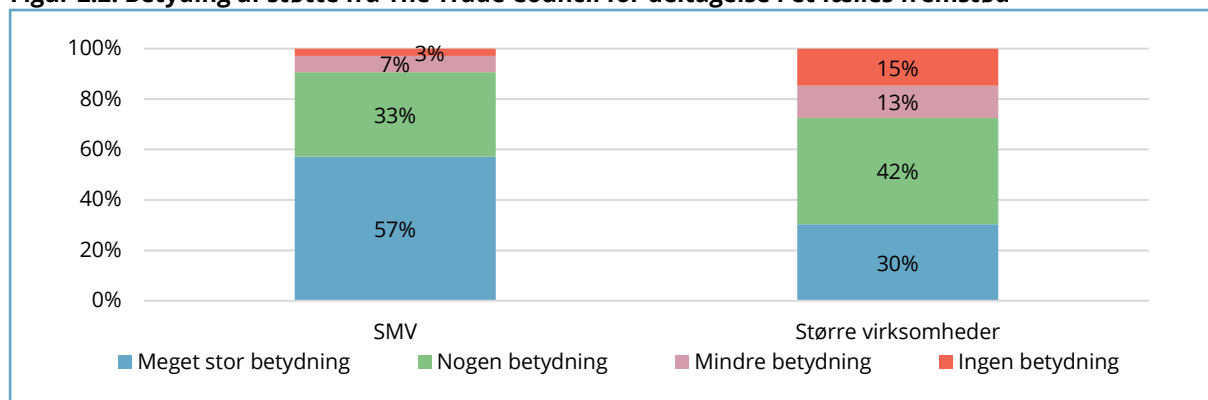
Land	2018	2019	Total
Tyskland	22	16	38
Kina	9	7	16
Storbritannien	7	6	13
USA	7	5	12
Sverige	7	4	11
Forenede Arabiske Emirater	6	4	10
Japan	5	2	7
Delegationsbesøg til DK	5	4	9
Øvrige Europa	20	24	44
Øvrige Asien	13	15	28
Øvrige (Afrika, Sydamerika, Nordamerika og Australien)	9	15	24
Total	110	102	212

Kilde: Dataudtræk over deltagere fra The Trade Council.

Tabel 2.1. viser bl.a., at der er givet tilskud til nogenlunde lige mange fremstød i 2018 og 2019, og at Tyskland er det enkelte land, som langt størstedelen af erhvervsfremstødene har været rettet mod. Der har i alt været 2.744 deltagere fra 1.375 forskellige virksomheder på fremstødene i 2018 og 2019.

Figur 2.2 viser virksomhedernes vurdering af, hvilken betydning tilskuddet fra The Trade Council havde for deres beslutning om at deltage i det fælles erhvervsfremstød.

Figur 2.2. Betydning af støtte fra The Trade Council for deltagelse i et fælles fremstød



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 467 (SMV'er - under 250 ansatte) og n= 108 (Store virksomheder). Virksomheder, der har svaret "ved ikke", indgår ikke i figuren.

³ På grund af COVID-19-krisen er tilskudsprocenten sidenhen øget til 75 pct. (fra 1. juni 2020), og den samlede tilskudspulje er i 2021 fordoblet til 69,3 mio. kr. Derudover er der bl.a. også blevet indført mulighed for at få tilskud til digitale erhvervsfremstød.

Samlet set viser figur 2.2, at tilskuddet fra The Trade Council spiller en stor rolle for virksomhedernes beslutning om at deltage i det fælles erhvervsfremstød. Det gælder især blandt de små- og mellemstore virksomheder⁴. Her vurderer 57 pct. af de adspurgte virksomheder, at tilskuddet fra The Trade Council har haft en meget stor betydning, en tredjedel svarer nogen betydning, og ti pct. har angivet, at tilskuddet enten har haft en mindre eller ingen betydning for deres beslutning om at deltage i det fælles erhvervsfremstød.

Spørgeskemaundersøgelsen viser desuden, at 31 pct. af SMV'erne og 23 pct. af de store virksomheder, som har deltaget på erhvervsfremstødene, inden for de seneste par år også har gjort brug af The Trade Councils rådgivning eller analyser om det pågældende marked, jf. figur 2.3 herunder.

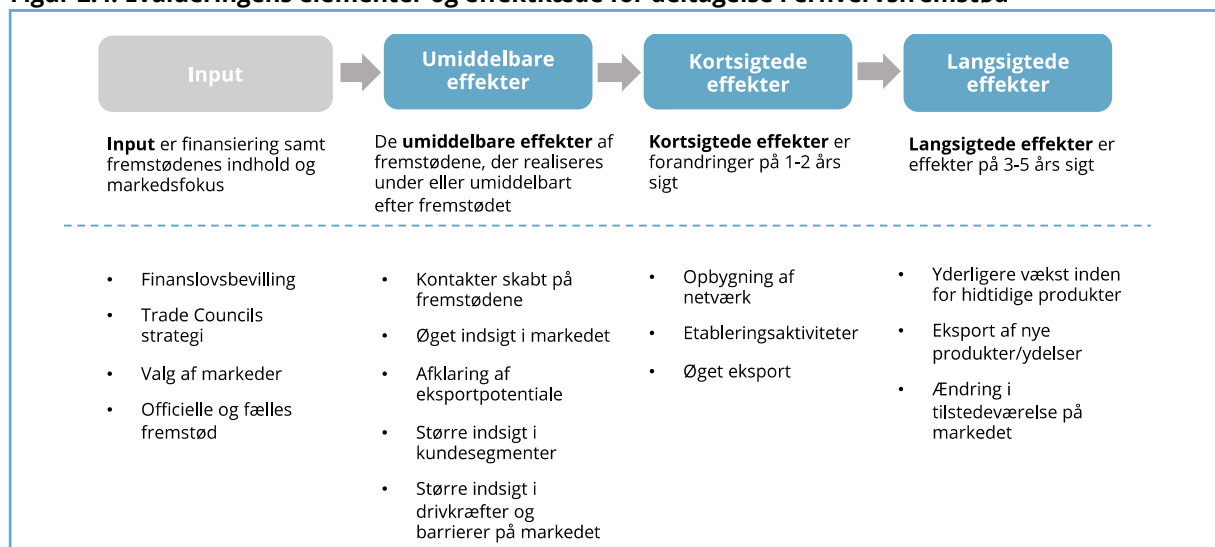
Figur 2.3. Andel deltagere, som har anvendt rådgivning eller analyser hos The Trade Council



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 462 (SMV'er – under 250 ansatte) og n= 108 (Store virksomheder).

Den nedenstående figur viser den anvendte evalueringsramme for analysen og illustrerer effektkæden for virksomhedernes deltagelse i erhvervsfremstødene. Evalueringen og selve rapporten er bygget op omkring evalueringsrammen. I kapitel 3 ser vi nærmere på de umiddelbare effekter for virksomhederne ved at deltage i erhvervsfremstødet. I kapitel 4 afdækkes de kortsigtede, realiserede effekter 1-2 år efter erhvervsfremstødet. Kapitel 5 fokuserer på de langsigtede, forventede effekter blandt de deltagende virksomheder.

Figur 2.4. Evalueringens elementer og effektkæde for deltagelse i erhvervsfremstød



Kilde: IRIS Group.

⁴ Små og mellemstore virksomheder er afgrænset til virksomheder med op til 250 ansatte. Definitionen af SMV'er adskiller sig fra de tidligere evalueringer af erhvervsfremmeordningen, hvor SMV'er er defineret som virksomheder med op til 100 ansatte.

⁵ Der er kun udsendt én invitation til hver unik deltager, selvom nogle personer har deltaget i mere end ét fremstød i 2018 og 2019.

Boks 1. Tilgang til effektmålingen

Effektmålingen er baseret på en spørgeskemaundersøgelse, der er sendt til alle personer, der har deltaget i et eller flere fælles erhvervsfremstød i 2018 og/eller 2019 på vegne af deres virksomhed. Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført i januar og februar 2021. I alt 1.547 personer har modtaget invitationen til spørgeskemaundersøgelsen³. Heraf har 626 svaret, hvilket giver en samlet svarprocent på 40 pct.

Derudover er der gennemført 16 kvalitative interviews med virksomheder, der både er forskellige med hensyn til sektor, størrelse og typen af erhvervsfremstød, de har deltaget i. Virksomhederne er udvalgt af IRIS Group. Formålet med de kvalitative interviews er at få en dybere forståelse af erhvervsfremstødene, og den betydning de har for virksomhederne.

Der er i effektmålingen skelnet mellem tre forskellige kategorier af effekter:

- **Umiddelbare effekter:** Det vil sige de effekter, som virksomhederne har oplevet og realiseret under selve erhvervsfremstødet eller umiddelbart efter.
- **Effekterne på kort sigt:** Omfatter de effekter, som virksomhederne har oplevet og realiseret fra deltagelsen i erhvervsfremstødet og frem til gennemførelsen af effektmålingen. Det vil sige cirka 1–2 år efter erhvervsfremstødet. For 2019 har virksomhederne angivet et kontrafaktisk skøn for deres eksportomsætning til det pågældende målmarked, hvis COVID-19 ikke var brudt ud.
- **Effekterne på længere sigt:** Handler om de effekter, som virksomhederne forventer, at deltagelsen i erhvervsfremstødet fremadrettet vil skabe. Det vil sige cirka 3-5 år efter deltagelsen. Her er der altså tale om et skøn fra virksomhedens side.

De følgende kapitler i rapporten er struktureret efter disse tre effekter. Der er som bilag vedlagt en uddybende beskrivelse af metoden og datagrundlaget bag effektmålingen.

IMA
Pavillon
Denmark

DAFA

DAFA
DAFA Universal
Tie Protector

DAFA Cable
Separator
Storage protection of power cables
in substations



The DAFA Cable Separator is a unique solution designed to protect power cables in substations. The DAFA Cable Separator can be used in substations to protect power cables from damage caused by rodents and other animals. It is made of high quality materials and is easy to install and maintain.



3. Umiddelbare effekter

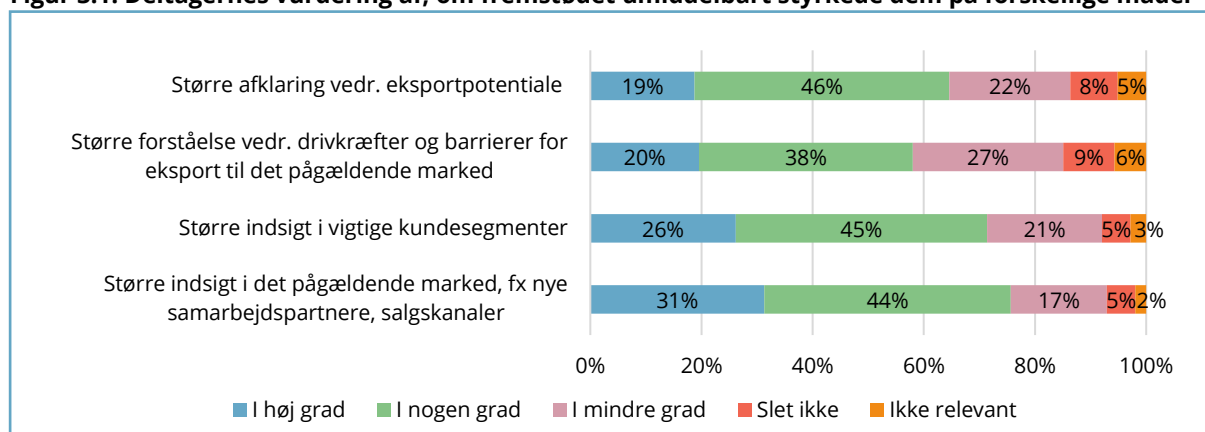
Dette kapitel handler om de umiddelbare effekter af erhvervsfremstødene. Det vil sige de effekter, som virksomhederne har oplevet og realiseret under selve erhvervsfremstødet eller umiddelbart efter i 2018 eller 2019.

Først bliver de samlede resultater af de umiddelbare effekter for deltagerne præsenteret, og dernæst bliver de mest interessante forskelle på tværs af virksomhedssegmenter og markeder fremhævet.

3.1 Det samlede billede af de umiddelbare effekter

Figuren herunder giver et samlet overblik over de adspurgte virksomheders vurdering af, om erhvervsfremstødet umiddelbart styrkede deres forståelse af eksportforhold og øgede deres markedsindsigt.

Figur 3.1. Deltagernes vurdering af, om fremstødet umiddelbart styrkede dem på forskellige måder

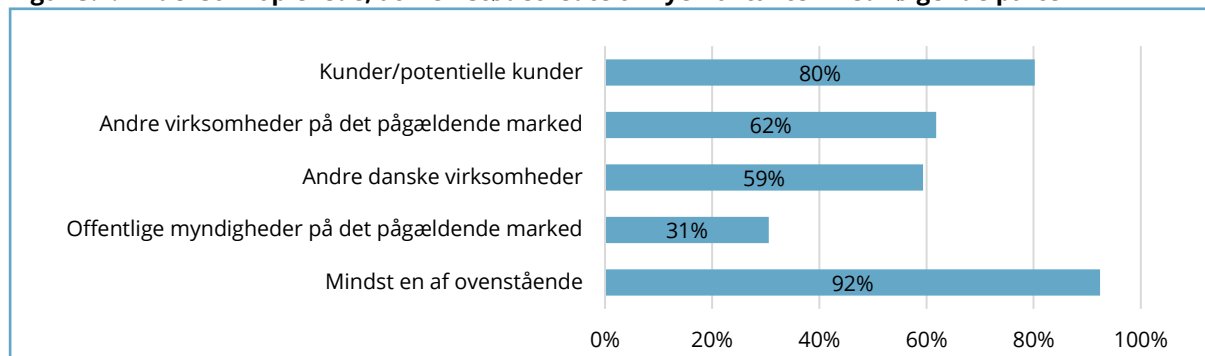


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 568. Virksomheder, der har svaret "ved ikke", indgår ikke i figuren.

Som det kan ses fra figuren, har tre ud af fire (75 pct.) af virksomhederne vurderet, at erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad gav dem en "Større indsigt i det pågældende marked". Det kan fx være i form af øget viden om nye samarbejdspartnere og salgskanaler. Og næsten lige så mange (71 pct.) har oplevet, at erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad gav dem "Større indsigt i vigtige kundesegmenter".

En central del af erhvervsfremstødene handler om at etablere nye netværk og kontakter til potentielle kunder, samarbejdspartnere og andre relevante aktører på det pågældende marked. Figur 3.2 viser i hvilket omfang, virksomhederne har vurderet, at deltagelsen i erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 ledte til nye kontakter enten under eller umiddelbart efter fremstødet.

Figur 3.2. Andel som oplevede, at fremstødet ledte til nye kontakter med følgende parter



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 566. Virksomheder, der har svaret "ved ikke", indgår ikke i figuren.

Det fremgår, at hele 92 pct. har oplevet, at erhvervsfremstødet ledte til en eller flere nye kontakter. Desuden viser målingen, at de mest udbredte umiddelbare effekter af erhvervsfremstødene især knytter sig til styrket kontakt til potentielle kunder efterfulgt af virksomheder på det pågældende marked og andre virksomheder fra Danmark.

Dette billede bekræftes også af de kvalitative virksomhedsinterviews. Mange af de interviewede deltagere fremhæver eksplicit, at det fælles erhvervsfremstød ikke kun skabte kontakt til nye kunder på det pågældende marked, men i høj grad også var med til at styrke deres netværk og samarbejde med de øvrige danske virksomheder, der deltog i erhvervsfremstødet.

Derudover viser interviewene bl.a., at der er stor forskel på, hvordan virksomhederne forbereder sig på erhvervsfremstødene og skaber kontakt til nye kunder. Fx har virksomheder på nichemarkeder – der er præget af relativt få og store potentielle kunder – typisk en bevidst strategi og plan for, hvem de gerne vil i kontakt med på det pågældende marked. Her kan rådgivning fra The Trade Council med afsæt i lokalt markeds-kendskab være med til at kvalificere og uddybe de danske virksomheders kontaktlister yderligere. For andre virksomheder – som fx har mange små potentielle kunder – handler erhvervsfremstødet i højere grad om at skabe de rette rammer for en mere spontan kontakt med relevante kunder.

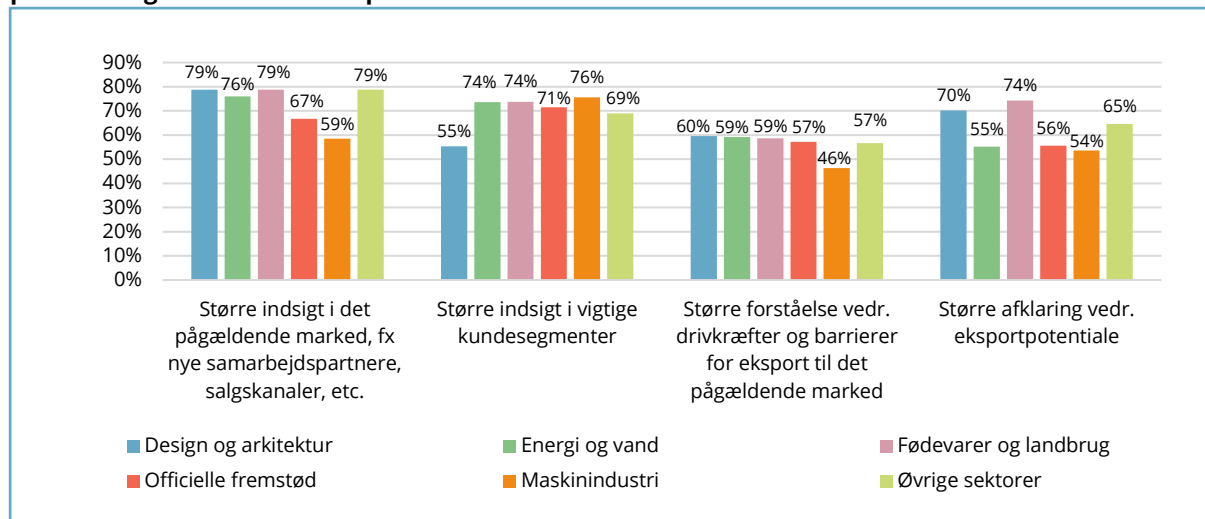
Samlet set viser effektmålingen således, at erhvervsfremstødene i udpræget grad giver virksomhederne en større markedsindsigt og leder til nye kontakter allerede under selve fremstødet eller umiddelbart herefter.

3.2 Forskelle på tværs af virksomhedssegmenter og markeder

Figuren neden for viser deltagernes vurdering af, om erhvervsfremstødet har styrket dem på forskellige måder opdelt efter de sektorer, som fremstødene primært er rettet mod. Derudover er der en særskilt kategori for de officielle fremstød, hvor det danske kongehus eller statsministeren har været repræsenteret⁶.

⁶ Øvrige sektorer dækker over fremstød målrettet følgende sektorer: Sundhed, forsvar, service, tech, flyindustrien samt fremstød målrettet flere sektorer.

Figur 3.3. Deltagernes vurdering af, om fremstødet i høj eller nogen grad umiddelbart styrkede dem på forskellige måder - fordelt på sektorer



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 179 (Fødevarer og landbrug), n= 125 (Energi og vand), n= 113 (Øvrige sektorer), n= 63 (officielle fremstød), n= 41 (Maskinindustri), n= 47 (Design og arkitektur).

For næsten alle sektorer har knap 80 pct. af deltagerne vurderet, at erhvervsfremstødet i høj eller nogen grad gav dem en "større indsigt i det pågældende marked". Der er en lidt mindre andel af deltagere på fremstød målrettet maskinindustrien samt officielle fremstød, som i høj eller nogen grad har vurderet, at fremstødet gav dem en større indsigt i det pågældende marked.

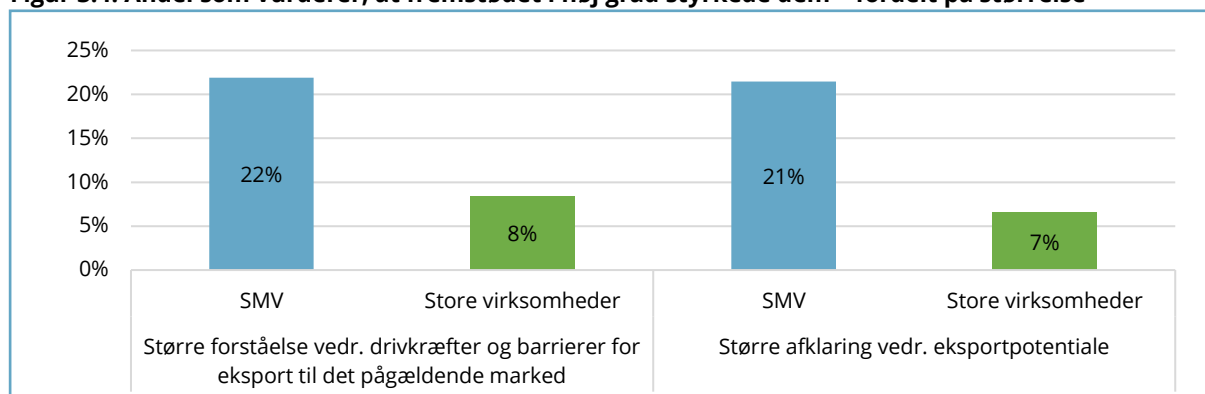
Ligeledes har omkring 70 pct. af deltagerne inden for næsten samtlige sektorer oplevet, at fremstødet i høj eller nogen grad gav en større indsigt i vigtige kundesegmenter. For erhvervsfremstød målrettet design og arkitektur er tallet dog lidt lavere. Her vurderer 55 pct. af deltagerne, at de i høj eller nogen grad har fået en større indsigt i vigtige kundesegmenter.

Knap 60 pct. af deltagerne på tværs af størstedelen af de forskellige sektorer vurderer, at de i høj eller nogen grad har opnået en større forståelse af drivkræfter og barrierer for eksport på markedet. Det er dog kun 46 pct. af deltagerne på fremstød målrettet maskinindustrien, som vurderer at de i nogen eller høj grad har fået en større forståelse for drivkræfter og barrierer.

I forhold til at opnå en større afklaring af eksportpotentialer vurderer 74 pct. af deltagerne på erhvervsfremstød målrettet fødevarer og landbrug, at de i høj eller nogen grad har fået en større afklaring på potentialer. Den tilsvarende andel af deltagere på fremstød målrettet maskinindustrien er 54 pct.

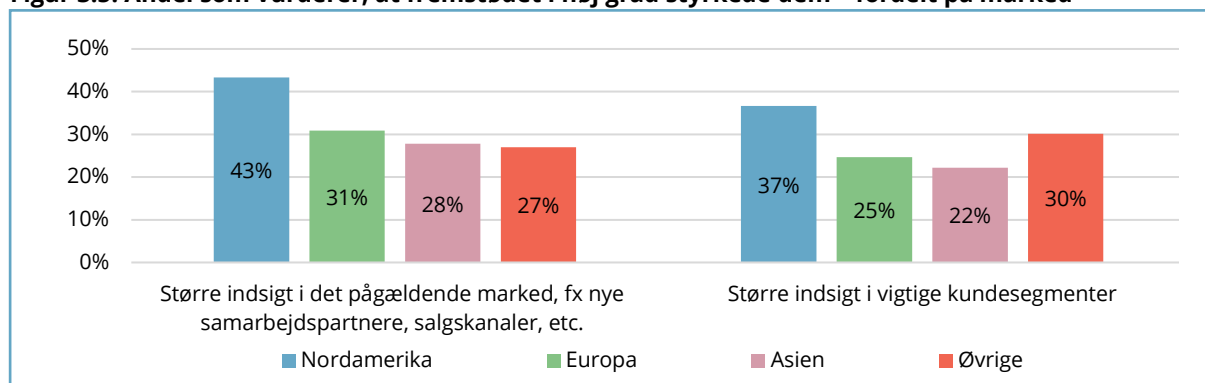
Figur 3.4 og 3.5 viser de væsentligste undtagelser med hensyn til fremstødernes betydning for virksomhedernes forståelse for eksportforhold og markedsindsigt.

Figur 3.4. Andel som vurderer, at fremstødet i høj grad styrkede dem – fordelt på størrelse



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 461 (SMV'er – under 250 ansatte) og n= 107 (Store virksomheder).

Figur 3.5. Andel som vurderer, at fremstødet i høj grad styrkede dem – fordelt på marked



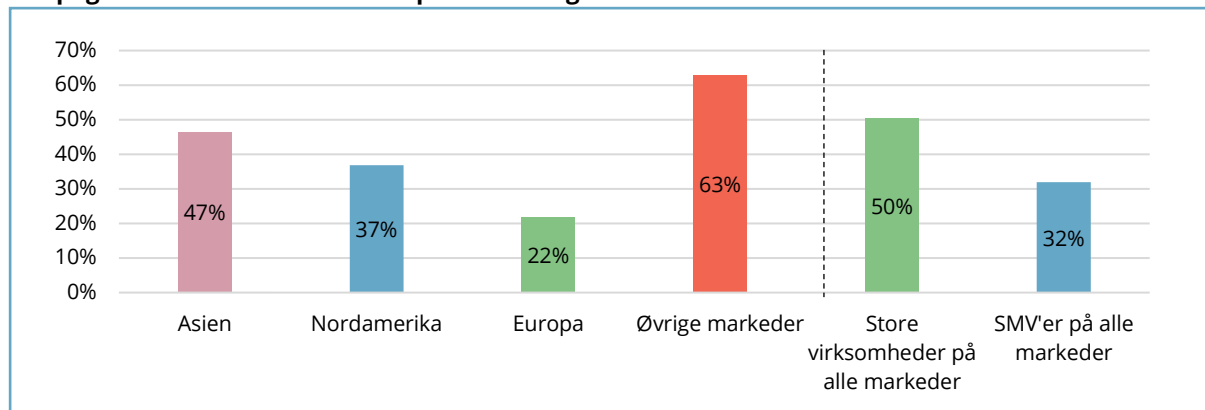
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 90 (Asien), n= 355 (Europa), n= 60 (Nordamerika) og n= 63 (Øvrige).

Det fremgår af figur 3.4, at en større andel af SMV'erne mener, at erhvervsfremstødet umiddelbart ledte til større forståelse og afklaring om eksportpotentialet til det pågældende marked. Cirka en fjerdedel af SMV'erne har svaret, at erhvervsfremstødet i høj grad ledte til en forståelse for eksportforhold og -potentia-ler, hvorimod det kun er under 10 pct. blandt de store virksomheder.

Derudover vurderer en højere andel af deltagerne på de nordamerikanske erhvervsfremstød, at fremstødet i høj grad styrkede deres indsigt i markedsforhold og kundesegmenter. Effektmålingens datagrundlag giver ikke mulighed for at konkludere, hvorvidt dette fx skyldes særlige karakteristika ved det nordamerikanske marked, de danske virksomheders forberedelse og forudsætninger eller erhvervsstødenes indhold og ka-rakter.

De største forskelle med hensyn til fremstødenes umiddelbare betydning for virksomhedernes netværk handler om kontakten til de offentlige myndigheder på det pågældende marked. Resultater fremgår af figu-ren herunder, som både viser forskellen på tværs af markeder og størrelsessegmenter.

Figur 3.6. Andel som oplevede, at fremstødet ledte til nye kontakter med offentlige myndigheder på det pågældende marked – fordelt på marked og størrelse



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 459 (SMV'er - under 250 ansatte) og n= 103 (Store virksomheder), n= 90 (Asien), n= 353 (Europa), n= 60 (Nordamerika), n= 63 (Øvrige).

Det er kun i forhold til kontakt til de offentlige myndigheder på det pågældende marked, at der kan ses en væsentlig variation mellem de forskellige størrelsessegmenter. Her har halvdelen af de store virksomheder – mod 32 pct. af SMV'erne – oplevet, at erhvervsfremstødet ledte til nye kontakter. Samtidig viser målingen, at det især er på fremstødene rettet mod Asien og den øvrige verden – herunder Afrika og Sydamerika – at der bliver skabt nye kontakter til offentlige myndigheder og institutioner.

Dette billede bekræftes også gennem de kvalitative interviews, som tegner et billede af, at de store virksomheder oftere har offentlige kunder på de udenlandske markeder, mens SMV'er i højere grad sælger til andre virksomheder på markederne. Interviewene viser desuden, at flere af de store virksomheder oplever, at erhvervsfremstød med officiel og synlig støtte fra The Trade Council styrker deres adgang til at komme i dialog med offentlige myndigheder især på de nye og uopdyrkede udenlandske markeder i fx Afrika, Mellemøsten og Asien.

Erhvervsfremstødene kan naturligvis også skabe nye kontakter til de offentlige myndigheder på nærmarkederne for de mindre danske virksomheder. Det viser case nr. 1 på næste side, som handler om en mindre dansk it-virksomhed, der gennem deltagelse i et erhvervsfremstød fik skabt kontakt til de offentlige myndigheder på det tyske marked.

Case nr. 1 – FrontDesk øger omsætningen på det tyske marked

Om FrontDesk

FrontDesk er en dansk virksomhed, som har udviklet et digitalt kø- og aftalesystem målrettet offentlige kunder. Deres softwareløsning bidrager til at minimere borgernes ventetid og forbedre serviceniveauet ved bl.a. at forudse spidsbelastninger, så det er muligt at planlægge bemanningen herefter. FrontDesk er markedsførende i Danmark, og deres løsning benyttes i dag i langt størstedelen af de danske kommuners borgerservice.

Baggrund for deltagelse i erhvervsfremstød

For tre år siden oplevede FrontDesk, at det danske offentlige marked var ved at blive mættet. Virksomheden besluttede derfor, at det var tid til at forsøge at eksportere deres løsning til offentlige myndigheder i udlandet, herunder i Tyskland.

Før de bevægede sig ind på det tyske marked, var det vigtigt for virksomheden at have en god forståelse for markedsprocesserne, da det kan være vanskeligt for en mindre virksomhed at samarbejde med offentlige myndigheder i andre lande. Derfor tog FrontDesk først kontakt til Den Danske Ambassade i Tyskland og The Trade Council, som hjalp med en grundig markedsresearch.

I 2018 blev FrontDesk inviteret af The Trade Council til at deltage i et officielt erhvervsfremstød til den tyske digitaliseringsmesse "Smart Country Convention", der bl.a. havde fokus på digitalisering af den offentlige sektor. FrontDesk besluttede at tage med på messen med det formål at opbygge nye kontakter og relationer på det tyske marked.



Danmark var partnerland på messen, og daværende statsminister Lars Løkke Rasmussen deltog. Selve messen var inddelt i tre dage, hvor den første dag primært fokuserede på digitale løsninger relateret til borgerservice.

Værdien og effekterne af erhvervsfremstødet

Den største værdi for FrontDesk ved at deltage i erhvervsfremstødet var de nye kontakter, som virksomheden fik opbygget på markedet. Virksomheden oplevede en stor opmærksomhed omkring deres softwareløsning, og mødte flere nye potentielle kunder. I den relation var den indledende markedsresearch vigtig, da virksomheden på forhånd havde en god forståelse for det tyske marked, herunder hvordan offentlige kunder kan indkøbe nye it-systemer.

FrontDesk var en del af en større dansk stand på messen bestående af flere virksomheder. Det var en stor fordel for FrontDesk at deltage i den fælles danske stand, da Danmark er verdensførende inden for offentlig digitalisering og har et meget stærkt internationalt brand.

"For os har deltagelsen i det officielle erhvervsfremstød været ekstremt vigtig. Vi havde ikke stået så godt på det tyske marked, hvis vi ikke havde deltaget i messen. Det har givet os en stor indsigt i det tyske marked, da man får unik viden om markedet og møder potentielle kunder, som normalt vil være meget svære at komme i dialog med" COO Nicolas Larsen.

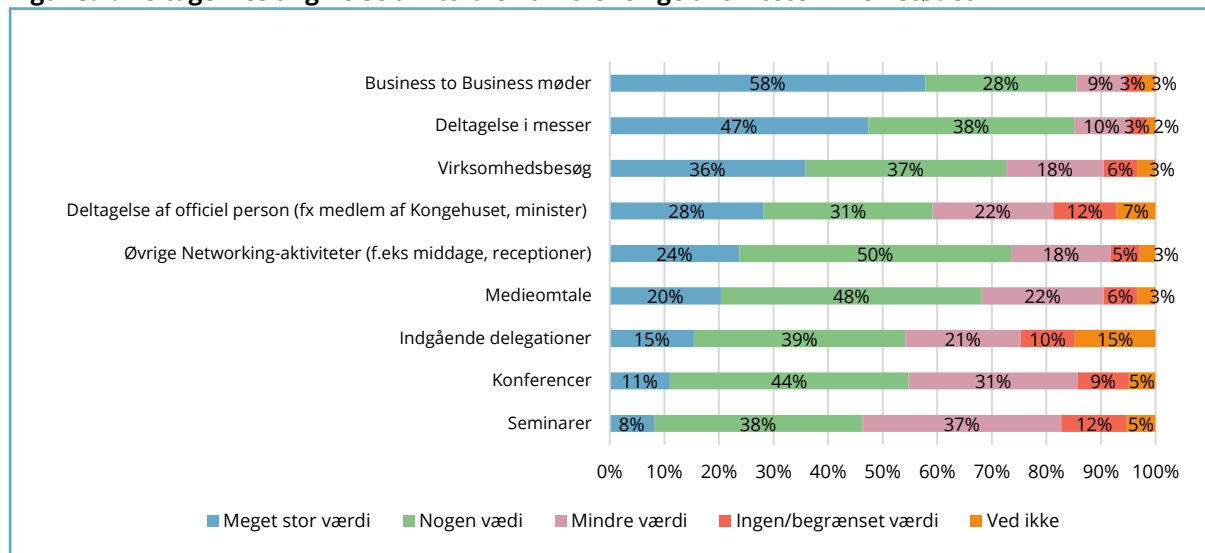
Deltagelsen i det officielle erhvervsfremstød har haft stor betydning for virksomhedens efterfølgende eksport til det tyske marked. Der blev skabt kontakt til flere offentlige myndigheder i Tyskland på messen, herunder deres nuværende største kunde i Tyskland.

I øjeblikket har FrontDesk samarbejdsrelationer med omkring ti offentlige myndigheder i Tyskland og forventer fremadrettet at fortsætte væksten på det tyske marked.

Kilde: Interview med FrontDesk.

Generelt kan erhvervsfremstødene bestå af flere forskellige slags aktiviteter. Udover messedeltagelse kan det fx være virksomhedsbesøg og øvrige netværksaktiviteter. Deltagerne er derfor også blevet bedt om at angive værdien af de forskellige aktiviteter. Resultaterne kan ses af figur 3.7.

Figur 3.7. Deltagernes angivelse af værdien af forskellige aktiviteter i fremstødet

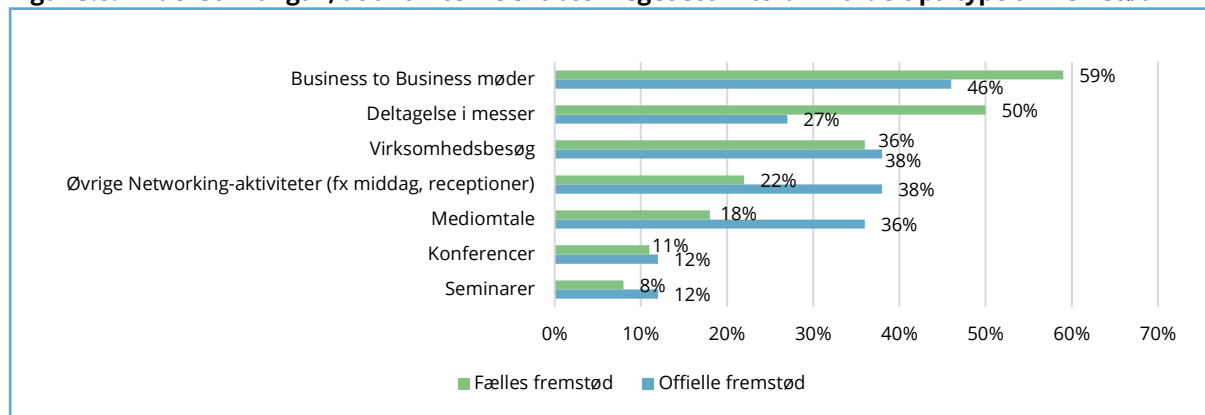


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 560. Virksomheder, der har angivet at aktiviteten "ikke var en del af fremstødet", indgår ikke i figuren

58 pct. af de adspurgte virksomheder har svaret, at business to business-møder skaber meget stor værdi. Det er dermed den aktivitet, som den højeste andel af virksomhederne oplever som meget værdiskabende. Herefter følger deltagelse i messer, hvor knap halvdelen (47 pct.) har angivet, at dette giver meget stor værdi, og kun tre pct. har svaret ingen eller begrænset værdi af messedeltagelse. Seminarer og konferencer er derimod de aktiviteter, der opleves som mindst værdiskabende.

Figuren neden for viser andelen af deltagere fordelt på officielle og fælles fremstød, der har angivet, at aktiviteten skabte meget stor værdi.

Figur 3.8. Andel som angav, at aktiviteterne skabte meget stor værdi - fordelt på type af fremstød



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 61 (officielle fremstød), n=499 (Fælles fremstød). Virksomheder, der har angivet, at aktiviteten "ikke var en del af fremstødet", indgår ikke i figuren.

Det fremgår, at en højere andel af deltagere på de officielle fremstød vurderer medieomtale og networking som meget værdiskabende aktiviteter, og at messerne omvendt spiller en større rolle for deltagerne på fælles erhvervsfremstød. På tværs af både de officielle og fælles fremstød er business to business-møder stadig den aktivitet, som skaber størst værdi for virksomhederne.

De interviewede virksomheder fremhæver også, at messer spiller en vigtig rolle både i forhold til at opbygge relationer til nye potentielle kunder og pleje eksisterende netværk på markedet. Og det skyldes i høj grad, at messerne typisk giver virksomhederne god mulighed for at vise deres produktportefølje til kunderne og udbygge deres eksisterende relationer i forholdsvis afslappede og uformelle rammer.

Samlet set tegner effektmålingen et billede af, at der blandt SMV'erne er en smule mere udbredt oplevelse af, at erhvervsfremstødene skaber større forståelse for eksportforhold og markedsindsigt, samt at erhvervsfremstødene til fjernmarkeder i mere udbredt grad skaber nye kontakter til offentlige myndigheder og institutioner på det pågældende marked. Derudover er der kun mindre forskelle på tværs af virksomhedsstørrelser, sektorer og markeder i forhold til de øvrige umiddelbare effekter af erhvervsfremstødene.

Case nr. 2 på næste side beskriver et eksempel på en dansk fremstillingsvirksomhed, der fik kontakt til nye samarbejdspartnere gennem det fælles erhvervsfremstød og messedeltagelse, hvilket efterfølgende har skabt stor værdi og øget omsætning for virksomheden.

Case nr. 2 – AM Værktøj fik skabt nye kunderelationer og øget omsætning

Om AM Værktøj

AM Værktøj er en dansk fremstillingsvirksomhed, der blev grundlagt på Fyn i 1973, hvor virksomheden stadig har alle sine aktiviteter. Virksomheden beskæftiger cirka 73 personer og producerer specialfremstillede maskiner og værktøj.

Produkterne afsættes til en bred vifte af kunder både i Danmark og udlandet. Cirka halvdelen af virksomhedens omsætning kommer fra eksport, hvor bilindustrien og det tyske marked udgør langt størstedelen. AM Værktøj forsøger at konkurrere på at levere unikke produkter af høj kvalitet, selvom prisen ofte også er en afgørende parameter i branchen.

Baggrund for deltagelse i erhvervsfremstød

AM Værktøj deltog i januar 2018 på Nortec-messen i Hamborg gennem et fælles eksportfremstød sammen med cirka ti andre virksomheder, der var arrangeret af Center For Underleverandører (CFU, nu Eksportforeningen).

Virksomheden havde også deltaget på messen i 2016 gennem CFU. Messen i 2016 skabte bl.a. kontakt til en ny stor tysk kunde, og AM Værktøj sagde derfor ja tak til invitationen fra CFU om at komme med igen i 2018. For AM Værktøj var det en klar fordel at være med på et fælles erhvervsfremstød, da det kollektive aspekt gjorde ressourceforbruget både i forhold til planlægning og messedeltagelse blev mere overkommeligt.

På selve messen i Hamborg stod de danske virksomheder ved en fælles stand, hvor hver virksomhed havde mulighed for at lave en individuel indretning på 12 kvadratmeter. CFU havde ved siden af messeaktiviteterne planlagt nogle netværksmiddage mellem de danske deltagere, og den danske ambassadør fra Berlin og SMV-Danmark kom også forbi den danske stand i løbet af de fire dage, messen varede.



Værdien og effekterne af erhvervsfremstødet

Den største umiddelbare effekt har været de nye kontakter og netværk, som AM Værktøj fik skabt via det fælles erhvervsfremstød. Det gælder både i forhold til de andre danske deltagere og de nye kunder på det tyske marked.

Helt konkret fik AM Værktøj kontakt til tre nye tyske kunder på messen i 2018, som efterfølgende har skabt en årlig meromsætning på cirka 2 mio. kr. Virksomheden kendte ikke de tre kunder i forvejen, og kontakten kan fuldt ud tilskrives messedeltagelsen. Fremadrettet forventer AM Værktøj, at de tre kunder vil generere en betydelig årlig meromsætning. Der er således etableret en længerevarende samarbejdsrelation.

AM Værktøj har efterfølgende også haft nytte af den direkte kontakt til Den Danske Ambassade i Berlin, som blev skabt på det fælles erhvervsfremstød i 2018. Konkret har ambassaden efterfølgende formidlet kontakt mellem AM Værktøj og en ny, potentiel kunde på det tyske marked.

Det fælles erhvervsfremstød har især skabt stor værdi, fordi AM Værktøj afsætter sine produkter til mange forskellige kunder og samtidig konkurrerer på at levere skræddersyet kvalitet fremfor pris. Det er derfor vigtigt for virksomheden at deltage på messer og i fælles erhvervsfremstød, da det er herigennem, AM Værktøj kan komme i kontakt med nye kunder og fremvise deres løsninger.

Selvom AM Værktøj har opprioriteret deres digitale salg og markedsføring gennem COVID-19-krisen, forventer virksomheden i høj grad, at de fysiske messer og fælles erhvervsfremstød i løbet af 2021 igen vil komme til at få en afgørende betydning i forhold til at skabe nye kunderelationer og fortsætte væksten på det tyske marked.

Kilde: Interview med AM Værktøj.

 **ROYAL DANISH EMBASSY**
The Trade Council

Wascit

Nase

ROCKWOOL

Негорючие
теплоизоляционные
решения ROCKWOOL



kamstrup

4. Effekterne på kort sigt

Dette kapitel handler om effekterne for de deltagende virksomheder på kort sigt. Det vil sige de effekter, som virksomhederne har oplevet pga. deltagelsen i erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 og frem til gennemførelsen af effektmålingen primo 2021.

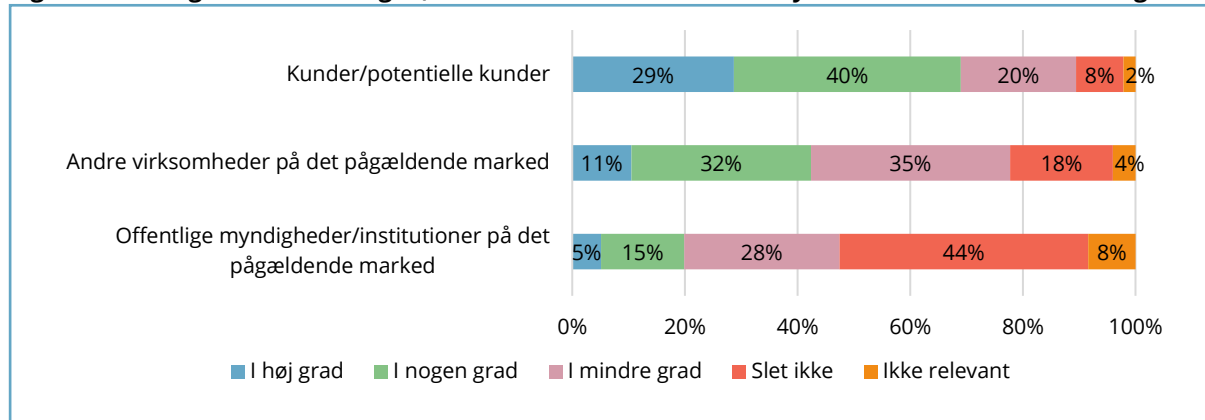
Det første og andet afsnit fokuserer på henholdsvis netværks- og etableringseffekter, og det tredje afsnit belyser deltagernes samlede eksportudvikling på det pågældende marked. Det fjerde afsnit handler om den ekstra vækst i deltagernes eksport, der kan tilskrives de fælles erhvervsfremstød – dvs. eksporteffekten.

4.1 Netværkseffekter

For de danske virksomheder handler de fælles erhvervsfremstød i høj grad om at opbygge nye netværk med kunder og samarbejdspartnere på de udenlandske markeder, som også består efter den umiddelbare kontakt i forbindelse med selve fremstødet, jf. kapitel 2.

Figuren herunder viser derfor deltagernes samlede vurdering af, om virksomheden siden deltagelsen i erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 og frem til starten af 2021 har styrket sine forretningsmæssige relationer og netværk med en række forskellige parter på det pågældende marked.

Figur 4.1. Deltagernes vurdering af, om de efter fremstødet har styrket deres netværk med følgende

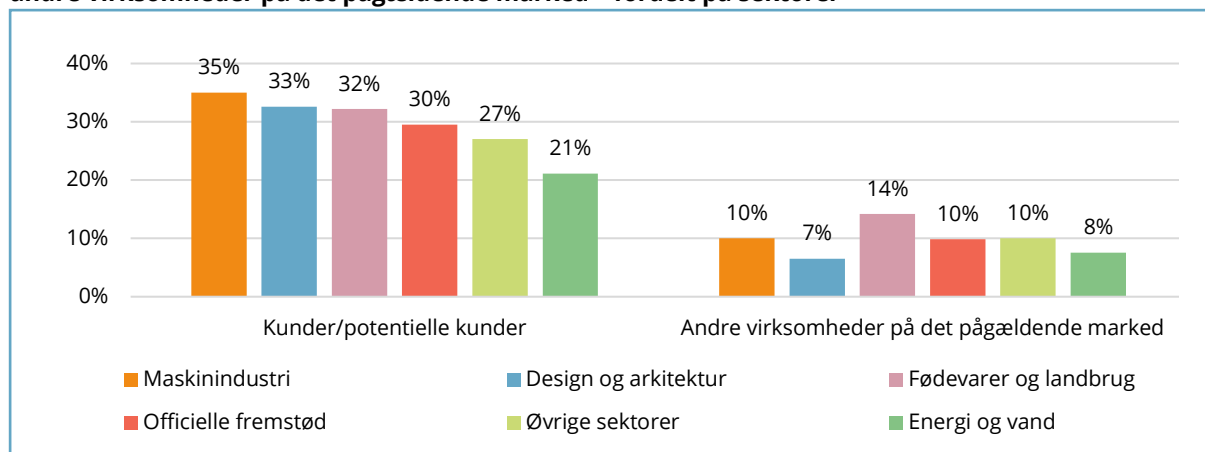


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 563. Virksomheder, der har svaret "ved ikke", indgår ikke i figuren.

Effektmålingen viser, at knap 70 pct. af alle deltagere vurderer, at de i høj eller nogen grad har styrket deres kundenetværk på det pågældende marked siden erhvervsfremstødet. Det tyder således på, at en stor del af den umiddelbare kundekontakt i forbindelse med fremstødene (jf. kapitel 2) også bliver omsat til længerevarende og faste kunderelationer. Det er derimod en væsentligt lavere andel, som vurderer, at deres forretningsmæssige relationer og netværk med andre virksomheder og offentlige myndigheder på det gældende marked efterfølgende er blevet styrket. Resultaterne flugter i høj grad med tidligere effektmålinger af de fælles erhvervsfremstød, der ligeledes finder, at omkring 70 pct. af virksomhederne har fået styrket deres netværk på markedet efter fremstødet.

Figuren neden for viser deltagernes vurdering af, om deltagelsen har styrket deres forretningsmæssige relationer og netværk opdelt efter de sektorer, som fremstødene primært er rettet mod.

Figur 4.2. Andel som har angivet, at fremstødet i høj grad har styrket deres netværk med kunder og andre virksomheder på det pågældende marked – fordelt på sektorer



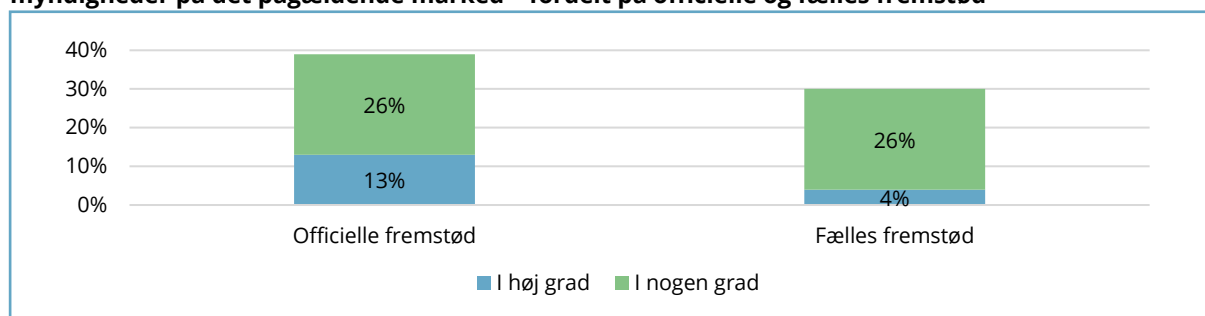
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om erhvervsfremstød. Note: n= 177 (Fødevarer og landbrug), n= 125 (Energi og vand), n= 113 (Øvrige sektorer), n= 61 (officielle fremstød), n= 40 (Maskinindustri), n= 47 (Design og arkitektur).

Figuren viser, at knap en tredjedel af deltagerne på tværs af sektorerne vurderer, at de i høj grad har styrket deres kundenetværk på det pågældende marked. Der er dog en lidt mindre andel af deltagere på erhvervsfremstød målrettet energi og vand, som vurderer, at deres kundenetværk i høj grad er styrket end blandt de øvrige deltagere. En af forklaringerne kan bl.a. være, at de store virksomheder udgør en relativt høj andel af deltagerne på fremstød målrettet energi og vand. Og store virksomheder oplever i lidt mindre grad end SMV'erne, at deres netværksrelationer til kunder på markedet styrkes ved at deltage i fremstødet. Det hænger sammen med, at de store virksomheder typisk allerede er etableret på det pågældende marked, når de deltager i et erhvervsfremstød og har forretningsmæssige relationer med flere af deres kunder gennem fx lokale salgskontorer.

Omkring 10 pct. af deltagerne inden for størstedelen af sektorerne vurderer, at deres forretningsmæssige relationer og netværk med andre virksomheder på det pågældende marked i høj grad er styrket siden erhvervsfremstødet. Der er en lidt højere andel af deltagere på erhvervsfremstød inden for fødevarer- og landbrugssektoren, som vurderer, at de i høj grad har styrket deres relationer til andre virksomheder.

Med hensyn til styrkelse af netværk til de offentlige myndigheder kan der ses en væsentlig variation i forhold til, om det er et officielt eller et almindeligt fremstød. Figur 4.3. viser andelen af deltagere fordelt på officielle fremstød og fælles fremstød, der har svaret, at deltagelsen i høj eller nogen grad har styrket deres netværk med offentlige myndigheder på det pågældende marked.

Figur 4.3. Andel som har oplevet, at fremstødet har styrket deres netværk med offentlige myndigheder på det pågældende marked – fordelt på officielle og fælles fremstød



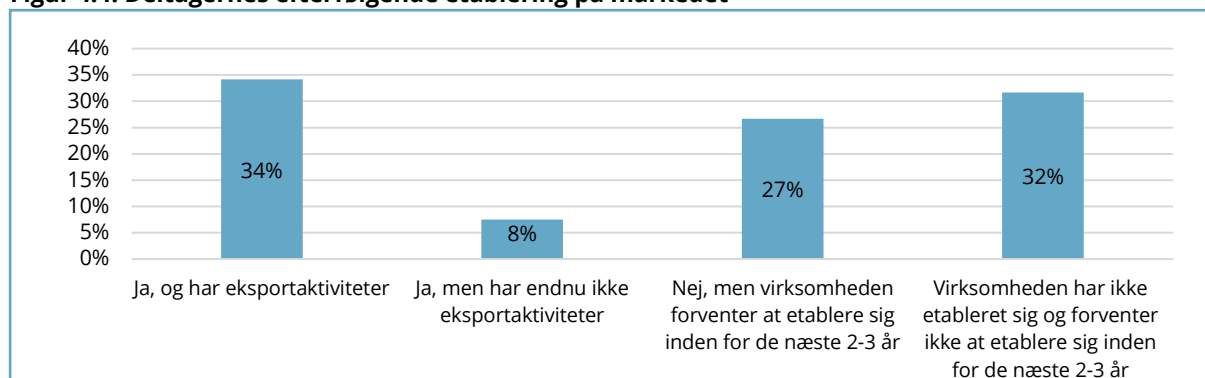
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om erhvervsfremstød. Note: n= 61 (Officielle fremstød), n= 502 (Fælles fremstød).

Som det fremgår af figuren, viser effektmålingen, at de officielle fremstød i højere grad end de almindelige fælles fremstød er med til at styrke de danske virksomheders netværk og relationer til de offentlige myndigheder og institutioner på det pågældende marked.

4.2 Etableringseffekter

Størstedelen (knap 80 pct.) af de virksomheder, som deltog i et erhvervsfremstød i 2018 eller 2019, var allerede forinden etableret på det pågældende marked og har derfor ønsket at få styrket og kvalificeret deres markedsposition yderligere gennem erhvervsfremstødet. Det vil sige at cirka en femtedel af deltagerne ikke var etableret på det pågældende marked inden fremstødet. Figuren herunder viser hvor stor en andel af disse virksomheder, der efterfølgende har etableret sig på det pågældende marked.

Figur 4.4. Deltagernes efterfølgende etablering på markedet



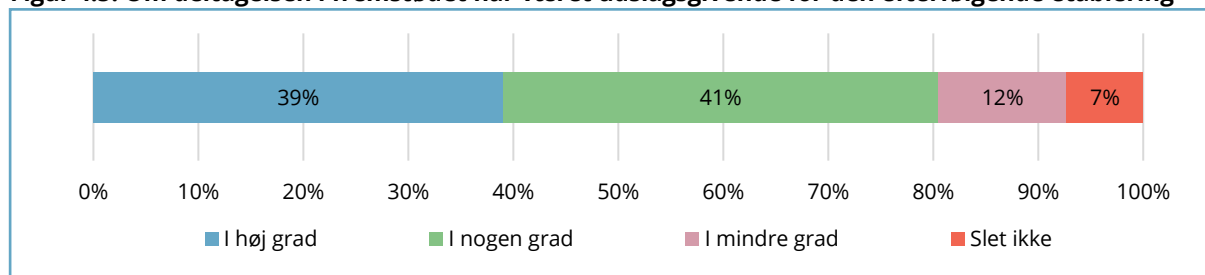
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om erhvervsfremstød. Note: n= 125. Spørgsmålet er kun stillet til virksomheder, der ikke var etableret på markedet før deltagelsen i erhvervsfremstødet.

Over en tredjedel (34 pct.) af virksomhederne, som ikke var etableret på markedet før erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019, har efterfølgende etableret sig og gennemført konkrete eksportaktiviteter. Derudover har otte pct. etableret sig men endnu ikke igangsat eksportaktiviteter, og lidt over en fjerdedel (27 pct.) forventer at etablere sig inden for de næste 2-3 år. Under en tredjedel (32 pct.) forventer ikke at etablere sig på det pågældende marked inden for de kommende 2-3 år.

Langt størstedelen af virksomhederne har således enten etableret sig på markedet eller forventer at gøre det inden for de næste 2-3 år.

Disse virksomheder er også blevet spurgt om, i hvilken grad deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for deres efterfølgende etablering på markedet. Resultaterne er vist i figuren herunder.

Figur 4.5. Om deltagelsen i fremstødet har været udslagsgivende for den efterfølgende etablering



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 82. Spørgsmålet er kun stillet til virksomheder, der har etableret sig efterfølgende på markedet eller forventer at gøre det.

Det kan ses, at 80 pct. af virksomhederne i høj eller nogen grad vurderer, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for deres realiserede eller forventede etablering på markedet. Det er kun et fåtal af virksomhederne (syv pct.), der vurderer, at erhvervsfremstødet ingen betydning har haft. Resultatet harmonerer med de tidligere effektmålinger, som også viste, at fremstødene har stor betydning for deltageres efterfølgende etablering på markedet.

Case nr. 3 på næste side beskriver et eksempel på en dansk produktionsvirksomhed inden for vandsektoren, der gennem erhvervsfremstødet fik skabt et solidt fundament for den efterfølgende etablering på det amerikanske marked med yderligere hjælp fra The Trade Council.

Case nr. 3 – Stjernholm A/S etablerer sig på det amerikanske marked

Om Stjernholm A/S

Stjernholm A/S er en produktionsvirksomhed, der er specialiseret inden for vandsektoren. Virksomheden tilbyder bl.a. en række forskellige løsninger til rensning af spildevand, herunder produkter til slambehandling, sand-vaskere, overløbsriste, etc. Stjernholm har hovedkvarter i Ringkøbing med smedeværksted i Randers og beskæftiger i dag omkring 20 medarbejdere. De sælger deres produkter til en bred vifte af virksomheder inden for industrien, landbruget samt til den offentlige sektor.

Baggrund for deltagelse i erhvervsfremstød

I 2018 besluttede Stjernholm at fokusere yderligere på deres eksportaktiviteter. De havde på daværende tidspunkt et behov for at opbygge nye kontakter og relationer på de udenlandske markeder. Stjernholm igangsatte derfor et samarbejde med The Trade Council og blev en del af Water Technology Alliance (WTA) i USA. WTA er et eksportprogram, som er målrettet løsninger inden for vandteknologi og er et samarbejde mellem The Trade Council og en række danske virksomheder inden for vandsektoren.

Samarbejdet gav anledning til at Stjernholm i september 2019 besluttede at deltage i et fælles erhvervsfremstød på WEFTEC-messen i Chicago, der er en af verdens største messer for vandteknologi med omkring 20.000 gæster. På selve messen var Stjernholm en del af en fælles stand med ti andre danske virksomheder. Erhvervsfremstødet var arrangeret af Eksportforeningen med deltagelse af miljøminister Lea Wermelin, der besøgte den danske stand.



Værdien og effekterne af erhvervsfremstødet

Gennem deltagelsen i erhvervsfremstødet fik Stjernholm etableret en række nye kontakter og styrket deres netværk med potentielle kunder på det amerikanske marked. I forhold til opbygningen af nye kontakter på markedet fremhæver eksportdirektør Ulrik Folkmann, at det var en stor fordel at være del af en fælles dansk messestand.

Det danske brand er stærkt inden for vandområdet, hvilket giver en stor troværdighed og tillid til de produkter, som fremvises på den danske stand. I den relation fungerede det godt, at miljøministeren deltog i erhvervsfremstødet og var forbi den danske messe. Det gav en øget opmærksomhed omkring den danske stand og højnede troværdigheden yderligere. Deltagelsen i erhvervsfremstødet lagde fundamentet for Stjernholms relationer og netværk på det amerikanske marked.

Efter erhvervsfremstødet fortsatte Stjernholm sit samarbejde med The Trade Council i Nordamerika, der hjalp med at følge op på de nye kunderelationer, som de havde skabt på messen. The Trade Council understøttede bl.a. Stjernholm i forhold til at sætte møder op med relevante kunder og rådgav om lokale forretningsvilkår. Deltagelsen i messen kombineret med det efterfølgende samarbejde med The Trade Council har været helt afgørende for Stjernholms etablering i USA.

"Det var ikke lykkedes for os at etablere os på det amerikanske marked, hvis det ikke havde været for deltagelsen i erhvervsfremstødet og det efterfølgende samarbejde med The Trade Council. Den troværdighed og autoritet, som The Trade Council kommer med, er helt afgørende i forhold til at få opbygget en tillid til nye potentielle kunder". Eksportdirektør Ulrik Folkmann

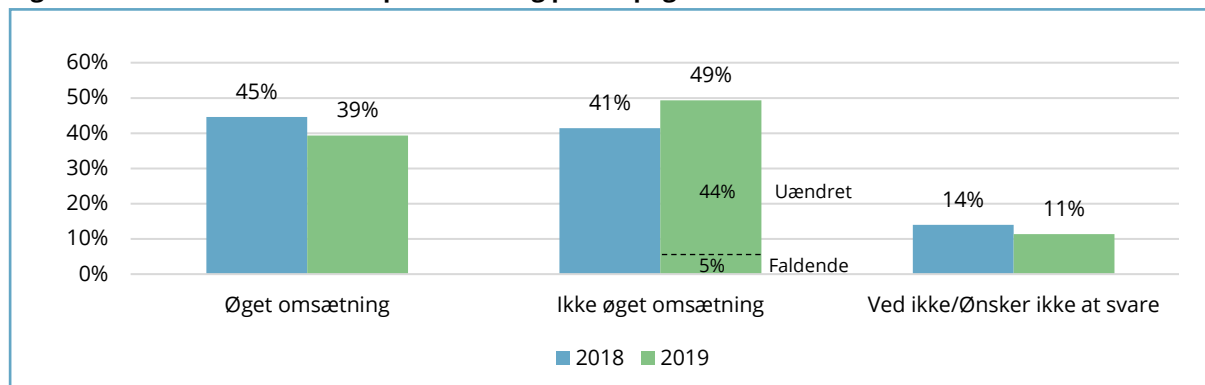
Stjernholm har efter erhvervsfremstødet etableret sig på det amerikanske marked og har oprettet eget datterselskab i USA. De har indgået aftaler med en række kunder på det amerikanske marked og har nu en omsætning på mere end 4 mio. kr. Stjernholm forventer, at omsætningen på det amerikanske marked vil vokse yderligere over de næste år og fremadrettet vil ligge på et niveau omkring 10 mio. kr. årligt.

Kilde: Interview med Stjernholm A/S.

4.3 Eksportudviklingen

Effektmålingen belyser også, hvordan virksomhedernes samlede omsætning på de pågældende markeder har udviklet sig i året efter erhvervsfremstødene. For deltagerne i 2018 vil det sige fra 2018 til 2019, og for deltagerne i 2019 vil det sige fra 2019 til 2020. Resultatet fra spørgeskemaundersøgelsen fremgår af figuren herunder.

Figur 4.6. Virksomhedernes eksportudvikling på det pågældende marked i året efter fremstødet



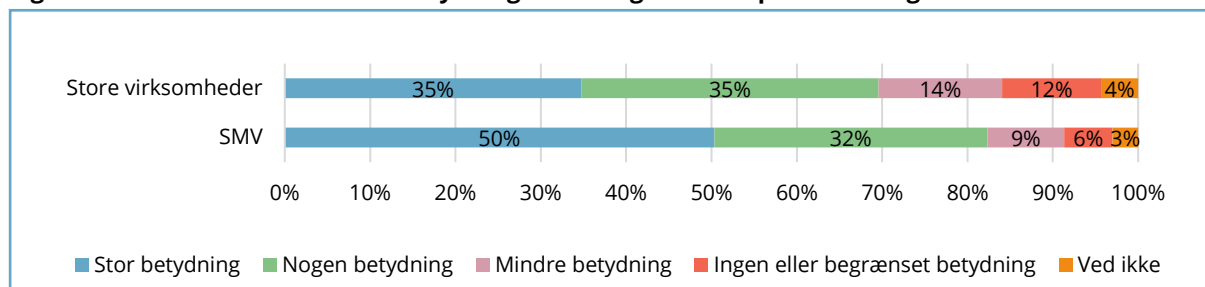
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 193 (2018), n= 369 (2019).

Blandt deltagerne i 2018 fik 45 pct. øget omsætning på det pågældende marked året efter fremstødet. For deltagerne i 2019 ligger den tilsvarende andel en smule lavere, hvilket i nogen grad må tilskrives COVID-19-situationen i 2020 og de deraf følgende ændrede markedsvilkår. Herunder ændret efterspørgsel, forsyningsusikkerhed og begrænset mulighed for salgsaktiviteter på mange udenlandske markeder.

På trods af COVID-19-situationen opnåede 39 pct. af deltagerne på erhvervsfremstød i 2019 en øget samlet eksport til det pågældende marked i 2020, 44 pct. havde uændret omsætning og kun fem pct. oplevede en egentlig faldende omsætning⁷.

Figuren neden for viser, hvordan deltagerne på fremstødene i 2019 vurderer COVID-19-udbruddets betydning for udviklingen i deres eksport til det pågældende marked i 2020.

Figur 4.7. COVID-19-situationens betydning for deltageres eksportudvikling fra 2019 til 2020



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n = 117 Store virksomheder, n = 252 SMV'er (under 250 ansatte).

82 pct. af SMV'erne og 70 pct. af de store virksomheder vurderer, at COVID-19-situationen har haft stor eller nogen betydning for udviklingen i deres eksport til det pågældende marked fra 2019 til 2020. Kun henholdsvis tolv og seks pct. har svaret, at COVID-19-situationen ikke har haft nogen betydning for deres eksport i 2020.

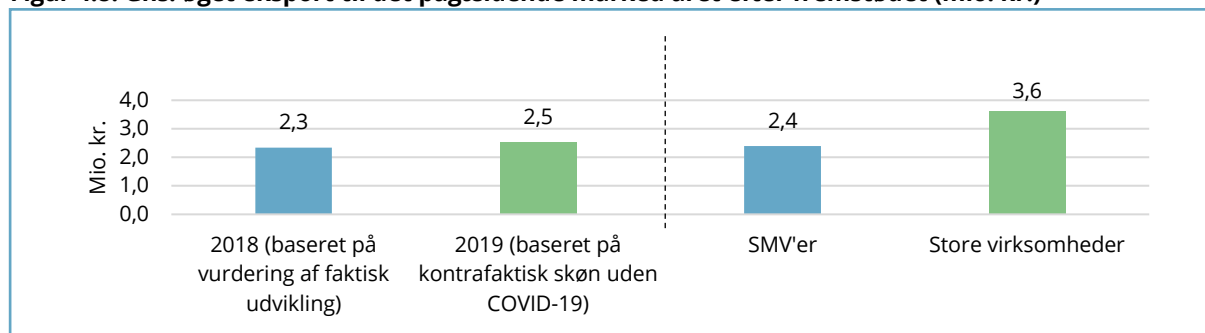
⁷ Det er kun deltagerne i 2019, som er blevet spurgt om, hvorvidt deres omsætning er uændret eller faldet i året efter fremstødet.

Samlet set tegner effektmålingen dermed et billede af, at COVID-19-situationen har haft en væsentlig betydning for eksportudviklingen blandt deltagerne fra 2019 til 2020, men at det primært kommer til udtryk som en manglende eller mere begrænset eksportvækst til det pågældende marked fremfor et egentligt fald.

For at kunne vurdere den isolerede betydning af deltagelsen i erhvervsfremstødet og øge sammenligneligheden mellem 2018 og 2019, er de virksomheder, der deltog på et fremstød i 2019, derfor blevet spurgt kontrafaktisk om, hvad de skønner, at deres omsætning ville være øget med i året efter deltagelsen, hvis COVID-19-pandemien ikke var brudt ud. Og de virksomheder, som deltog på et fremstød i 2018, er blevet spurgt om, hvor meget de rent faktisk øgede deres omsætning på det pågældende marked i året efter deltagelsen (dvs. 2019).

Resultaterne fremgår af figuren herunder, som viser den gennemsnitlige eksportvækst blandt SMV'erne og de store virksomheder samt blandt deltagerne i 2018 og 2019.

Figur 4.8. Gns. øget eksport til det pågældende marked året efter fremstødet (mio. kr.)



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 268 (SMV – under 250 ansatte), n= 21 (Store virksomheder), n= 66 (2018) og n= 226 (2019). Beregningen er kun baseret på virksomheder, der har angivet en stigende omsætning på markedet året efter deltagelse i erhvervsfremstødet. Den gennemsnitlige øget eksport er beregnet uden outliers (virksomheder med 12+ millioner i øget omsætning)

Blandt alle de adspurgte deltagere på erhvervsstød i 2018 vurderes det, at deres eksport til det pågældende marked i gennemsnit er steget 2,3 mio. kr. året efter. Og deltagerne i 2019 har i gennemsnit skønnet, at deres omsætning på markedet ville være steget med 2,5 mio. kr. uden COVID-19-pandemien i 2020.

Figur 4.8 viser desuden, at den årlige omsætning på det pågældende marked i gennemsnit er øget med 2,4 mio. kr. for SMV'erne og 3,6 mio. kr. for de store virksomheder året efter deltagelsen i erhvervsfremstødet.

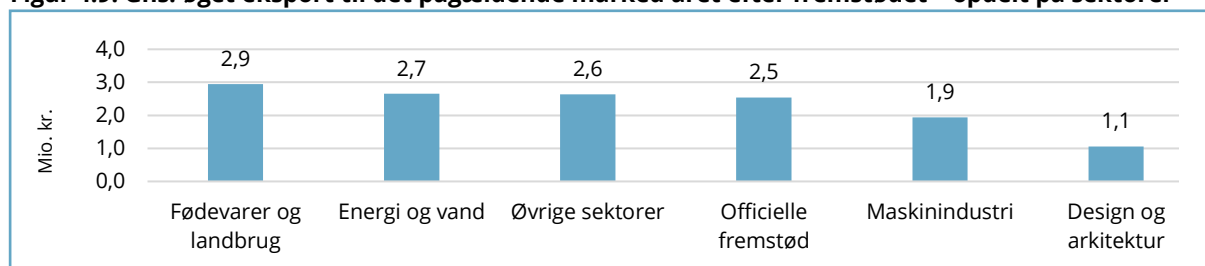
Med afsæt i svarene på spørgeskemaundersøgelsen har vi også opgjort den samlede eksportudvikling for alle deltagere i fremstødene i 2018 og 2019. I opgørelsen har vi antaget, at de gennemsnitlige eksporteffekter (herunder andelen der ikke opnår mereksport) for alle deltagere svarer til effekterne blandt de virksomheder, der ikke har svaret på spørgeskemaet. Den samlede eksportudvikling er i opgørelsen opgjort til ca. 3,5 mia. året efter deltagelsen for alle de virksomheder, der har deltaget i 2018 og 2019.

Til sammenligning blev eksportudviklingen i den senest gennemførte måling⁸ for fremstødene i 2016 og 2017 opgjort til 4,6 mia. kr.

Figuren neden for viser deltagerenes gennemsnitlige øgede eksport til det pågældende marked året efter erhvervsfremstødet opdelt efter de sektorer, som fremstødene primært er rettet mod. Opgørelsen er både baseret på 2018-deltageres vurdering af den faktiske udvikling og 2019-deltageres kontrafaktiske skøn.

⁸ Forskellen skyldes, at opgørelsen i den senest gennemførte måling estimerede eksportudviklingen blandt de virksomheder, der ikke havde besvaret spørgeskemaet tilsvarende den gruppe, der havde angivet at opnå en mereksport efter fremstødet.

Figur 4.9. Gns. øget eksport til det pågældende marked året efter fremstødet – opdelt på sektorer



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 103 (Fødevarer og landbrug), n= 53 (Energi og vand), n= 62 (Øvrige sektorer), n= 14 (officielle fremstød), n= 26 (Maskinindustri), n= 34 (Design og arkitektur). Den gennemsnitlige øget eksport er beregnet uden outliers (virksomheder med 12+ millioner i øget omsætning)

Sektoropdelingen viser, at deltagerne på fremstød inden for fødevarer og landbrugsområdet med 2,9 mio. kr. i gennemsnit har haft den største vækst i eksporten til det pågældende marked i året efter erhvervsfremstødet. Deltagerne på de officielle fremstød har i gennemsnit oplevet en eksportvækst på 2,5 mio. kr., og den laveste gennemsnitlige vækst året efter findes blandt deltagerne på fremstød inden for design og arkitektur.

Det skal understreges, at den gennemsnitlige øgede eksport inden for sektorerne i høj grad hænger sammen med andelen af store virksomheder, da de naturligvis typisk har en større absolut eksportvækst end SMV'erne. Andelen af store virksomheder er størst inden for fødevarer og landbrug samt energi og vand, mens der kun er meget få store virksomheder inden for maskinindustrien samt design og arkitektur.

Derudover fremhæver flere af de interviewede virksomheder, at det ofte kan tage et par år, fra der skabes nye kontakter på erhvervsfremstødet, til der gennemføres egentlige eksportaktiviteter. Det gælder særligt, hvis virksomheden ikke er til stede på markedet inden fremstødet, eller hvis produktet kræver flere forskellige myndighedstilladelser, som fx inden for sundhedsområdet.

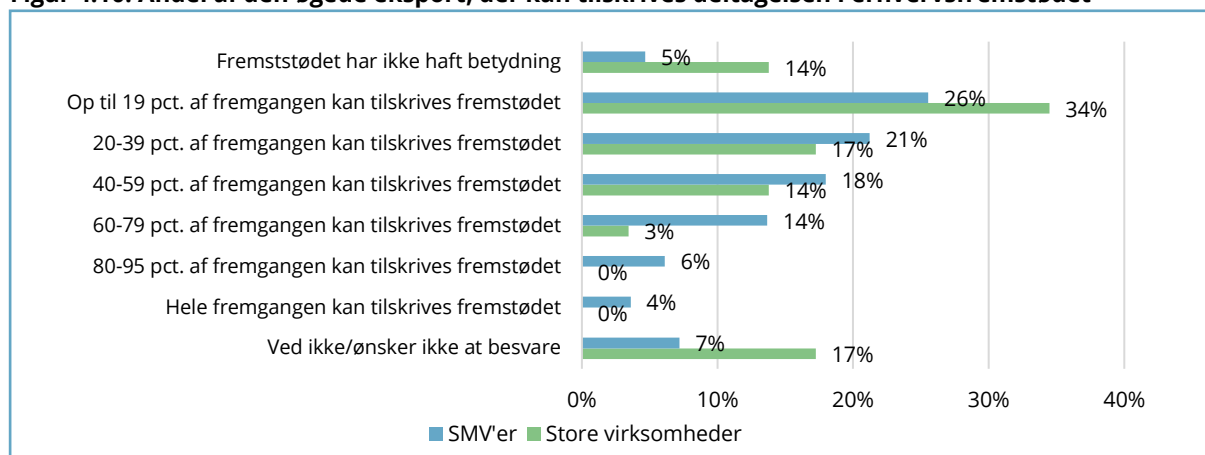
4.4 Eksporteffekter

Afsnit 4.2 har belyst virksomhedernes eksportudvikling på de pågældende markeder efter erhvervsfremstødet. Men udover erhvervsfremstødet er der mange forskellige interne og eksterne forhold, der påvirker udviklingen i virksomheders eksport. Det kan være COVID-19-situationen, de generelle økonomiske konjunkturer eller virksomhedernes øvrige tiltag, som også sigter på at fremme eksporten på det pågældende marked. Det er med andre ord ikke meningsfyldt at tilskrive hele eksportfremgangen til virksomhedernes deltagelse i erhvervsfremstødet.

Dette afsnit handler derfor om, hvor meget af eksportvæksten der kan tilskrives de fælles erhvervsfremstød, som er blevet støttet af The Trade Council.

Figur 4.10 viser virksomhedernes vurdering af, hvor meget af deres eksportfremgang, der alene kan tilskrives erhvervsfremstødet.

Figur 4.10. Andel af den øgede eksport, der kan tilskrives deltagelsen i erhvervsfremstødet



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 278 (SMV – under 250 ansatte), n= 29 (Store virksomheder). Figuren er baseret på alle virksomhedsbesvarelser fra både 2018 og 2019. Figuren er kun baseret på virksomheder, der har angivet en stigende omsætning på markedet året efter deltagelse i erhvervsfremstødet.

Figuren viser, at 41 pct. af SMV'erne og 17 pct. af de store virksomheder vurderer, at 40 pct. eller derover af deres eksportfremgang kan tilskrives erhvervsfremstødet. Der kan dermed ses en generel tendens til, at SMV'erne oplever en relativt større eksporteffekt af erhvervsfremstødene end de store virksomheder.

Størstedelen af deltagerne – både store virksomheder og SMV'er – vurderer, at op til 19 pct. af deres eksportfremgang kan tilskrives erhvervsfremstødet. Det er kun fem pct. af SMV'erne og 14 pct. af de store virksomheder, der har tilkendegivet, at fremstødet ikke har haft nogen betydning for deres eksportfremgang.

I det følgende afsnit er den samlede eksporteffekt blevet beregnet. Med eksporteffekt forstås den øgede eksport på markedet, som skyldes virksomhedernes deltagelse i erhvervsfremstødet. Metoden bag beregningerne og sammenligneligheden til tidligere evalueringer er beskrevet nærmere i nedenstående boks.

Boks 1. Beregning af samlede eksporteffekter

De samlede eksporteffekter er defineret som den øgede eksport på markederne, som alene skyldes virksomhedernes deltagelse i erhvervsfremstødet. De samlede eksporteffekter er altså et udtryk for den danske mereeksport, som direkte kan tilskrives erhvervsfremstødene.

Beregningen af eksporteffekten sker i tre trin:

- I det første trin opgøres den gennemsnitlige eksportudvikling på det pågældende marked for de deltagende virksomheder. Beregningen af den øgede omsætning er kun baseret på virksomheder, der har angivet en stigende omsætning på markedet.
- I det andet trin beregnes, hvor stor en del af eksportudviklingen der kan tilskrives deltagelsen i erhvervsfremstødet. Beregningen er baseret på middelværdien af det angivne interval, som virksomhederne har angivet kan tilskrives deltagelsen i fremstødet (vist i figur 4.10.). På den baggrund beregnes den gennemsnitlige eksportudvikling, der kan tilskrives deltagelsen i fremstødet.

- I det sidste trin beregnes eksporteffekten for den samlede population af deltagere i erhvervsfremstødene. Dette gøres ved at gange den gennemsnitlige eksportudvikling, der kan tilskrives deltagelsen i fremstødet på den samlede population af virksomheder, der har øget deres eksport til det pågældende marked⁹.

Definitionen af eksporteffekter adskiller sig fra de tidligere målinger af erhvervsfremstødene, som kun har opgjort den samlede eksportvækst for virksomhederne. De tidligere målinger har således ikke set på, hvor meget af den øgede eksport, der kan tilskrives deltagelsen i erhvervsfremstødene. Det betyder, at det, der omtales som eksporteffekterne i de tidligere målinger, reelt er et udtryk for virksomhedernes samlede eksportudvikling. De tidligere målinger viser derfor noget større "eksporteffekter" og kan sammenlignes med denne rapport's "eksportudvikling" i afsnit 4.2, men er ikke direkte sammenlignelige med "eksporteffekten" fra denne effektmåling.

I tabellen nedenunder er den samlede eksporteffekt af erhvervsfremstødene i 2018 og 2019 beregnet. Det skal understreges, at beregningen for 2018 er baseret på virksomhedernes vurdering af den faktiske eksportudvikling i året efter fremstødet, og at beregningen for 2019 er baseret på virksomhedernes kontrafaktiske skøn over, hvor meget deres eksport ville være vokset i 2020 uden COVID-19-pandemien.

Tabel 4.1. Eksporteffekter på kort sigt af de fælles fremstød – opdelt på år for deltagelse

	2018	2019	Total
Gns. øget eksport året efter deltagelse i erhvervsfremstød	2,3 mio. kr.	2,5 mio. kr.	2,4 mio. kr.
Gns. øget eksport året efter pga. deltagelse i erhvervsfremstød	0,93 mio. kr.	0,91 mio. kr.	0,92 mio. kr.
Samlet antal deltagere på erhvervsfremstødene	1.456	1.273	2.729
Andel med øget eksport til det pågældende marked	45 %	65 %	54 %
Samlet eksporteffekt af erhvervsfremstødene året efter	606 mio. kr.	759 mio. kr.	1,4 mia. kr.

Kilde: IRIS Groups beregning på baggrund af spørgeskemaundersøgelse. Note: n= 61 (2018) og n= 207 (2019). Den gennemsnitlige øget eksport er beregnet uden outliers (virksomheder med 12+ millioner i øget omsætning).

Det kan ses, at virksomhederne året efter fremstødet i gennemsnit har øget deres eksport til det pågældende marked med knap 1 mio. kr. (henholdsvis 0,93 mio. kr. og 0,91 mio. kr.) på grund af deres deltagelse i det fælles erhvervsfremstød. For at opregne eksporteffekten til populationen ganges den gennemsnitlige eksporteffekt på samlede population af virksomheder, der har angivet en øget eksport til det pågældende marked.

Effektmålingen viser, at den samlede kortsigtede eksporteffekt af de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019 kan estimeres til 1,4 mia. kr. De 1,4 mia. kr. er altså den samlede øgede eksport blandt danske virksomheder, der kan siges at være direkte afledt af deres deltagelse i fremstødene. Det fordeler sig på 606 mio. kr. i eksporteffekt året efter fra erhvervsfremstødene i 2018, og 759 mio. kr. i eksporteffekt året efter fra erhvervsfremstødene i 2019.

Tabel 4.2 viser beregningen af den kortsigtede eksporteffekt af erhvervsfremstøde i 2018 og 2019 fordelt på SMV'er og store virksomheder.

⁹ Beregningen er baseret på middelværdien af intervallerne for andelen af eksportudviklingen, der kan tilskrives erhvervsfremstødet, multipliceret med virksomhedernes eksportudvikling og dernæst opregnet til den samlede population af virksomheder, der har øget deres eksport til det pågældende marked (dvs. det samlede antal deltagere x andel med øget eksport). For en nærmere gennemgang af beregningstilgangen henvises til bilag.

Tabel 4.2. Eksporteffekter på kort sigt af de fælles fremstød – opdelt på virksomhedsstørrelse

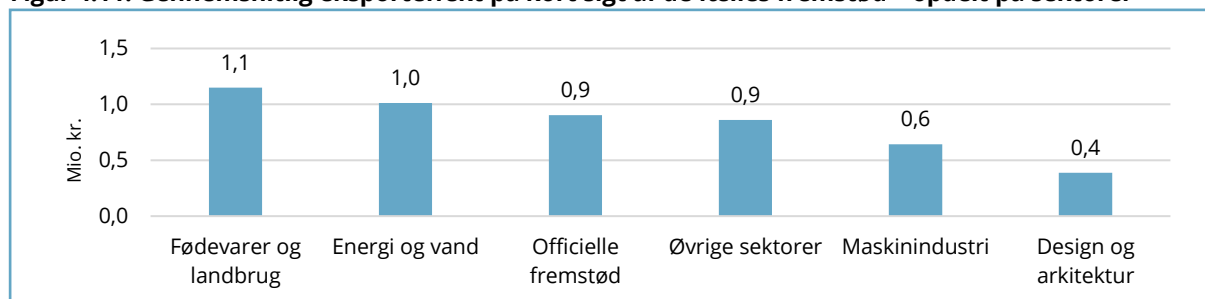
	SMV	Store virksomheder	Total
Gns. øget eksport året efter deltagelse i erhvervsfremstød	2,4 mio. kr.	3,6 mio. kr.	2,5 mio. kr.
Gns. øget eksport året efter pga. deltagelse i erhvervsfremstød	0,96 mio. kr.	0,47 mio. kr.	0,92 mio. kr.
Samlet antal deltagere på erhvervsfremstødene	2183	546	2.729
Andel med øget eksport til det pågældende marked	60 %	38 %	54 %
Samlet eksporteffekt af erhvervsfremstødene året efter	1.262 mio. kr.	98 mio. kr.	1.4 mia. kr.

Kilde: IRIS Groups beregning på baggrund af spørgeskemaundersøgelse. Note: n= 248 (SMV – under 250 ansatte), n= 20 (Store virksomheder). Den gennemsnitlige øget eksport er beregnet uden outliers (virksomheder med 12+ millioner i øget omsætning).

Tabel 4.2 viser, at SMV'erne i gennemsnit opnår en større eksporteffekt året efter deltagelsen i det fælles erhvervsfremstød. Desuden kan det ses, at SMV'erne tegner sig for cirka 90 pct. (1.262 mio. kr.) af de samlede eksporteffekter på kort sigt, hvilket naturligvis også hænger sammen med, at SMV'er udgør langt størstedelen af deltagerne på de fælles erhvervsfremstød¹⁰. Samtidig tilskriver SMV'erne en større del af deres eksportvækst til deltagelsen i erhvervsfremstødet end de store virksomheder, jf. figur 4.10.

Dette billede understøttes i de kvalitative interviews, hvor særligt SMV'erne lægger vægt på, at deltagelsen i fremstødet har haft stor betydning for eksportudviklingen. For de store virksomheder spiller fremstødene også en vigtig rolle, men de er typisk allerede etableret i mange lande med lokale salgskontorer og markedsføring, hvilket betyder, at de er mere tilbageholdne med at tilskrive en stor del af eksportvæksten til en enkel faktor, som deltagelsen i fremstødet.

Figuren neden for viser de fælles erhvervsfremstøds gennemsnitlige eksporteffekt for deltagerne året efter fordelt på officielle fremstød og de forskellige sektorer, som de øvrige erhvervsfremstød primært har været rettet mod.

Figur 4.11. Gennemsnitlig eksporteffekt på kort sigt af de fælles fremstød – opdelt på sektorer


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n = 96 (Fødevarer og landbrug), n = 50 (Energi og vand), n = 22 (Officielle fremstød), n = 43 (Øvrige sektorer), n = 23 (Maskinindustri), n = 34 (Design og arkitektur). Den gennemsnitlige eksporteffekt er beregnet uden outliers (virksomheder med 12+ millioner i øget omsætning)

Deltagerne på erhvervsfremstød inden for fødevarer- og landbrugssektoren har i gennemsnit oplevet den største eksporteffekt i absolutte tal. Konkret viser effektmålingen, at de i gennemsnit opnår en øget vækst i deres eksport til det pågældende marked på 1,1 mio. kr. året efter erhvervsfremstødet. Dernæst følger energi og vand, og deltagerne på de officielle fremstød oplever i gennemsnit en eksporteffekt på 0,9 mio. kr.

¹⁰ SMV'er udgør omkring 80 pct. af deltagerne på de fælles erhvervsfremstød i 2018 og 2019. Dette er en højere andel end i de tidligere målinger, hvilket skyldes at SMV'er tidligere var afgrænset som virksomheder med op til 100 ansatte. Det medfører, at SMV'er står for en større del af den samlede eksporteffekt i nærværende effektmåling.

året efter. Deltagerne på fremstød inden for design og arkitektur oplever i gennemsnit de mindste eksport-effekter i absolutte tal.

Det skal understreges, at de gennemsnitlige eksporteffekter, der vises i figur 4.11, i høj grad hænger sammen med virksomhedernes samlede eksportvækst til det pågældende marked, og at resultaterne dermed ikke kan tolkes som et udtryk for kvaliteten og indholdet på erhvervsfremstødene inden for de forskellige sektorer. Resultatet afspejler derimod en lang række forskellige faktorer vedrørende deltagernes egne eksportstrategier og tiltag samt de generelle vilkår og markedssituationen inden for sektorerne.

Case nr. 4 på næste side beskriver et eksempel på en mellemstor dansk fødevarer virksomhed, som oplevede stor værdi af at deltage på et officielt dansk fremstød på det asiatiske marked.

Case nr. 4 – Mette Munk A/S oplever stor værdi af officielt dansk fremstød på det asiatiske marked

Om Mette Munk A/S

Mette Munk producerer og sælger forskellige bake off-produkter som fx wienerbrød, tebirkes og tærter. Virksomheden blev etableret i Odense i 1962 og har i dag omkring 80 ansatte. Deres produkter afsættes både på det danske marked og til udenlandske kunder.

Baggrund for deltagelse i erhvervsfremstød

Mette Munk har over de seneste år haft et øget fokus på deres eksportaktiviteter og har tidligere deltaget i andre fælles erhvervsfremstød. De eksporterer til flere forskellige lande, men har haft et særligt fokus på det asiatiske marked, hvor de ser store udviklingsmuligheder. Derfor besluttede virksomheden i 2019 at deltage i et fælles officielt erhvervsfremstød til Sydkorea med deltagelse af kronprinsparret.

På daværende tidspunkt havde virksomheden allerede eksportaktiviteter på det sydkoreanske marked gennem lokale forhandlere. De havde dog et ønske om at promovere deres produkter yderligere samt at få et dybere kendskab til markedet. Som forberedelse til erhvervsfremstødet havde virksomheden derfor taget kontakt til The Trade Council for at få rådgivning og sparring omkring markedsvilkårene og mulighederne.

Erhvervsfremstødet var arrangeret af Den Danske Ambassade i Sydkorea, og udover Mette Munk deltog omkring 50 andre danske virksomheder. Erhvervsfremstødet var organiseret omkring flere forskellige fokusområder, hvoraf fødevarer og livsstil var en af disse. Som en del af erhvervsfremstødet var der bl.a. arrangeret en middag med kronprinsparret, en række danskere fra delegationen samt sydkoreanske virksomheder.

Værdien og effekterne

Deltagelsen i erhvervsfremstødet har bidraget til at styrke virksomhedens netværk og relationer på det sydkoreanske marked. Det gælder både i forhold til de kunder, som virksomheden allerede havde på markedet, samt nye potentielle kunder og andre sydkoreanske virksomheder.

Udover de styrkede relationer fik Mette Munk også et mere dybdegående indblik i kulturen og kundeforholdene på markedet. Helt konkret fik virksomheden en bedre forståelse for, hvor vigtig en salgskanal tv-shopping er i Sydkorea. De fik også et bedre indblik i rammebetingelserne for deres kundesegmenter i markedet. Det har givet anledning til overvejelser om at videreudvikle og tilpasse deres produkter yderligere til det sydkoreanske marked.



Mette Munk vurderer, at kronprinsparrets deltagelse bidrog til at forbedre udbyttet af fremstødet, blandt andet i forhold til at understøtte opbygningen af nye netværk. Den officielle deltagelse af medlemmer fra Kongehuset er med til at skabe et godt rum for dialog med nye kontakter. Dertil er deltagelsen af kronprinsparret med til at skabe mere opmærksomhed og mediedækning omkring selve fremstødet.

Deltagelsen af kronprinsparret spiller også en rolle i forhold til at understøtte og promovere det danske brand. Mette Munk sælger udelukkende danskproducerede produkter på det sydkoreanske marked, og det er en afgørende konkurrencefaktor, at deres produkter er danske. De peger på, at deltagelse af medlemmer fra Kongehuset er med til at øge kendskabet til Danmark og fremhæve de danske høj kvalitetsprodukter.

Mette Munk har over de seneste år haft en vækst i omsætningen på det sydkoreanske marked og forventer en fortsat vækst på de asiatiske markeder. Den øgede omsætning kan ikke alene tilskrives erhvervsfremstødet, men Mette Munk vurderer dog, at fremstødet har haft en vis betydning for udviklingen.

Kilde: Interview med Mette Munk A/S.



Danish Design

Oi Soi Oi
COPENHAGEN

OI SOI OI APS
HOME ACCESSORIES
HALL 4
F 111

COP

DANISH DESIGN

STI

5. Effekterne på langt sigt

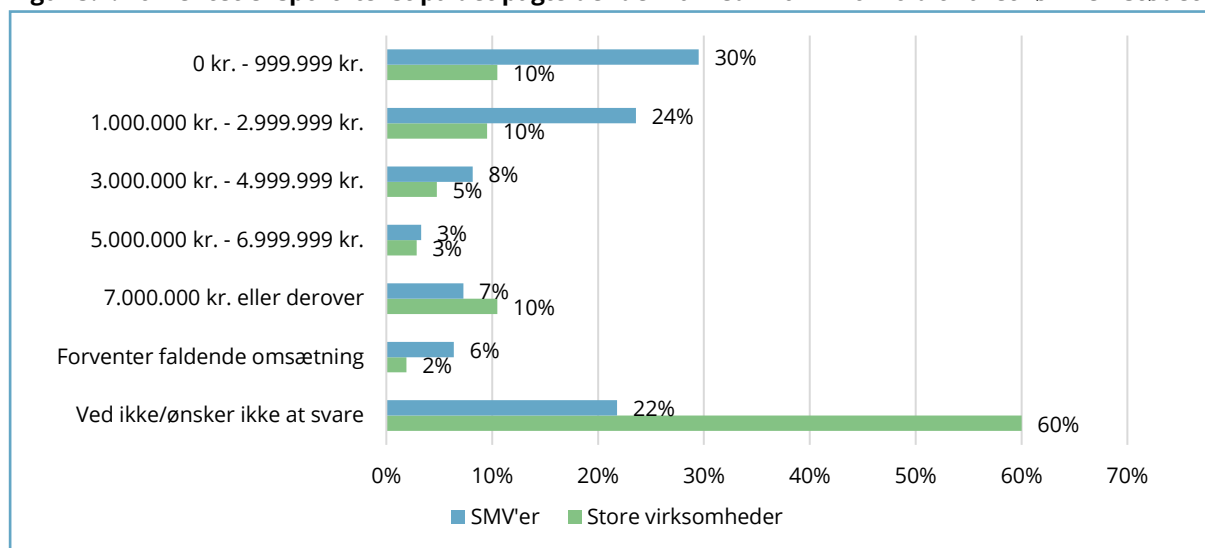
Dette kapitel handler om de effekter, som deltagerne fra 2018 og 2019 forventer, at erhvervsfremstødet fremadrettet vil skabe.

Først bliver der set på deltageres forventninger til eksporten i 2021, og dernæst bliver virksomhedernes forventninger til erhvervsfremstødets betydning om 3-5 år nærmere belyst.

5.1 Forventet eksport i 2021

Som en del af effektmålingen er virksomhederne også blevet spurgt om, hvor meget de forventer at øge eksporten til det pågældende marked i 2021 set i forhold til året op til deltagelsen i erhvervsfremstødet. Resultatet kan ses i figuren herunder.

Figur 5.1. Forventet eksportvækst på det pågældende marked i 2021 i forhold til året før fremstødet



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 454 (SMV – under 250 ansatte), n= 105 (Store virksomheder). Virksomhederne er blevet bedt om at vurdere den forventede eksportudvikling med udgangspunkt i et scenarie, hvor verdensøkonomien og efterspørgslen i 2021 genfinder niveauet fra før COVID-19-pandemien i løbet af 1. halvår i 2021.

Samlet set indikerer både figuren og de gennemførte interviews, at virksomhederne oplever relativt stor usikkerhed om eksporten i 2021, hvilket i høj grad kan tilskrives uvisheden om COVID-19-pandemiens udvikling og betydning for markedssituationen. Over halvdelen (60 pct.) af de store virksomheder har svaret, "Ved ikke" (eller ønsker ikke at svare på), hvordan de forventer, at deres eksport til det pågældende marked vil udvikle sig i 2021. Den tilsvarende andel for SMV'erne er 22 pct.

Derudover viser figur 5.1, at 61 pct. af SMV'erne og 25 pct. af de store virksomheder forventer en eksportvækst på under 3 mio. kr. i 2021. Derimod er der omvendt en højere andel af de store virksomheder end SMV'erne, som forventer en øget eksport på 3 mio. kr. eller derover på det pågældende marked i 2021.

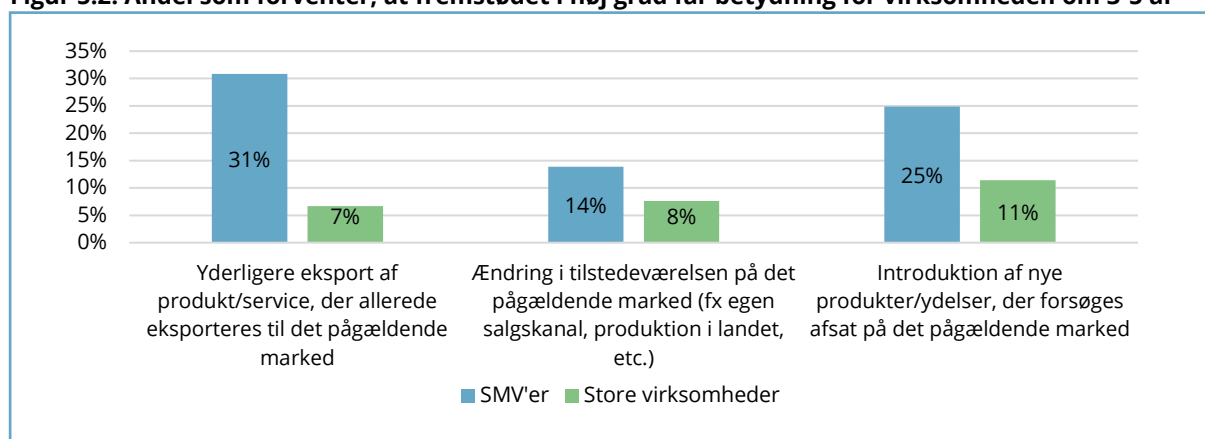
Det er kun en relativt lille andel af virksomhederne (henholdsvis to pct. og seks pct.), der forventer faldende omsætning på trods af usikkerheden forbundet med COVID-19-pandemien.

Generelt tegner de kvalitative interviews et billede af, at virksomhederne hverken oplever eller forventer, at COVID-19-situationen nu eller på længere sigt vil medføre væsentlige ændringer i deres eksportarbejde. Tværtimod giver flere af de interviewede virksomheder udtryk for, at de forventer et stigende behov for at deltage i traditionelle erhvervsfremstøddaktiviteter som fx messer og fysiske møder med nye samarbejdspartnere på de udenlandske markeder, når COVID-19-situationen igen tillader dette. Effektmålingen indikerer med andre ord ikke, at interessen og efterspørgslen efter de fælles erhvervsfremstød vil være faldende på længere sigt som konsekvens af COVID-19. Case nr. 5 om SP Medical beskriver bl.a. dette.

5.2 Forventninger til den langsigtede betydning

Deltagerne er også blevet spurgt om, hvilken betydning erhvervsfremstødet forventes at have for virksomheden om 3-5 år på en række forskellige parametre i forhold til det pågældende marked. Resultatet fremgår af figur 5.2, som viser andelen af virksomheder, der har svaret, at erhvervsfremstødet i høj grad forventes at få betydning.

Figur 5.2. Andel som forventer, at fremstødet i høj grad får betydning for virksomheden om 3-5 år

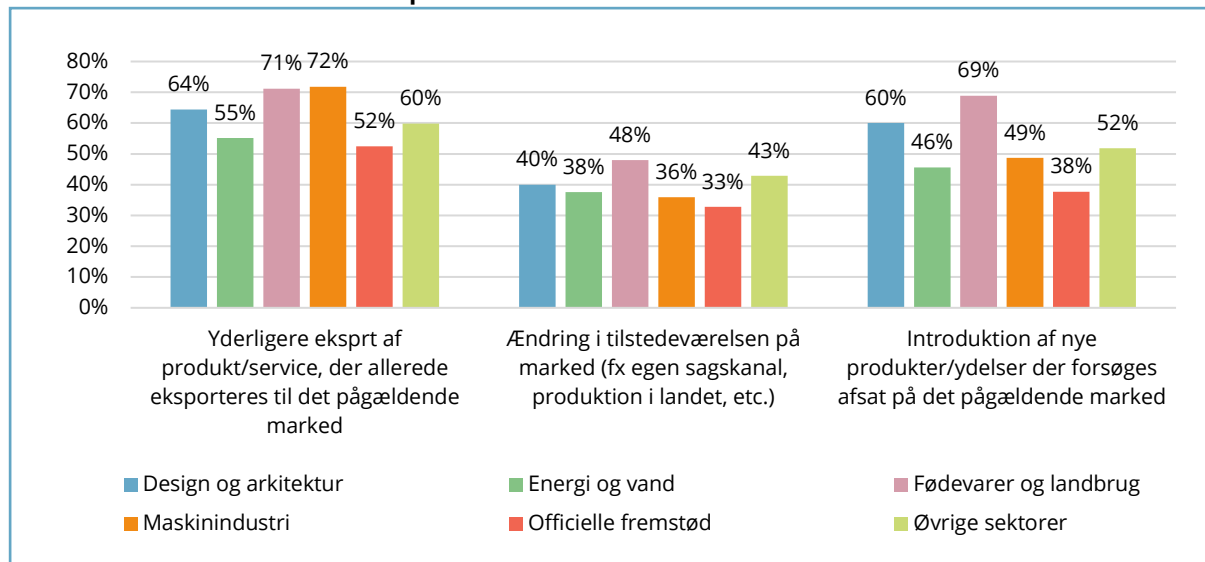


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n= 454 (SMV – under 250 ansatte), n= 105 (Store virksomheder).

Generelt er det en højere andel af SMV'erne end de store virksomheder, som forventer, at erhvervsfremstødet i 2018 eller 2019 også vil have betydning for deres virksomheds eksport og tilstedeværelse på det pågældende marked om 3-5 år. Konkret vurderer cirka en tredjedel (31 pct.) af SMV'erne, at erhvervsfremstødet fremadrettet forventes at bidrage til yderligere eksport af de produkter og services, som de allerede afsætter på det pågældende marked. Og en fjerdedel vurderer, at fremstødet på længere sigt også vil have en positiv betydning i forhold til at introducere nye produkter på markedet.

Figuren neden for viser deltagernes vurdering af, hvilken betydning erhvervsfremstødet forventes at have for virksomheden om 3-5 år fordelt på sektorer.

Figur 5.3. Andel som forventer, at erhvervsfremstødet i høj grad eller nogen grad får betydning for virksomheden om 3-5 år - fordelt på sektorer



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: n = 177 (Fødevarer og landbrug), n = 125 (Energi og vand), n = 61 (Officielle fremstød), n = 112 (Øvrige sektorer), n = 39 (Maskinindustri), n = 45 (Design og arkitektur).

Sektoropdelingen viser, at særligt deltagere på erhvervsfremstød målrettet maskinindustrien samt fødevarer og landbrug forventer yderligere eksport af produkter eller services, som de allerede nu afsætter på markedet. En lidt mindre andel af deltagere på de officielle fremstød samt fremstød målrettet energi og vand forventer øget eksport af eksisterende produkter eller services.

Der er også mindre forskelle mellem sektorerne i forhold deres vurdering af, hvorvidt fremstødet på længere sigt forventes at have en betydning i forhold til introduktionen af nye produkter eller services på markedet. Her vurderer henholdsvis 69 pct. og 60 pct. af deltagerne inden for fødevarer og landbrug samt design og arkitektur, at deltagelsen i høj eller nogen grad vil få betydning. En mindre andel (38 pct.) af deltagerne på officielle fremstød vurderer, at deltagelsen i høj eller nogen grad vil få betydning for introduktionen af nye produkter eller services.

Der ses kun en mindre forskel mellem sektorerne i forhold til, hvor stor en andel, der vurderer, at erhvervsfremstødet på længere sigt vil få en betydning for deres tilstedeværelse på det gældende marked.

Samlet set tegner effektmålingen et billede af, at erhvervsfremstødene skaber en række umiddelbare effekter i form af nye kontakter og indsigter, som allerede efter 1-2 år bliver omsat til konkrete etableringsaktiviteter og øget eksport blandt deltagerne. Samtidig forventer især SMV'erne, at erhvervsfremstødene også på længere sigt vil styrke deres eksportgrundlag. Endvidere viser effektmålingen, at tilskuddet fra The Trade Council spiller en afgørende rolle for virksomhedernes deltagelse, og at efterspørgslen efter traditionelle, fælles erhvervsfremstød forventes at stige efter COVID-19-pandemien.

Case nr. 5 – SP Medical forventer stort behov for traditionelle erhvervsfremstød efter COVID-19

Om SP Medical

SP Medical er en dansk virksomhed, der udvikler og fremstiller plast- og overfladeløsninger til den globale lægemiddel- og medicinalindustri. De sælger bl.a. guidewires (en ledetråd, der føres ind i blodårerne og benyttes til forskellige behandlinger som ballon- eller stentudvidelser) til medico-industrien og er blandt de største producenter i Europa.

Virksomheden er beliggende i Karise med produktionsfaciliteter i Polen og Danmark og beskæftiger mere end 200 medarbejdere. Deres produkter afsættes i høj grad på udenlandske markeder, og mere end 95 pct. af deres omsætning stammer fra eksport.

Baggrund for deltagelse i erhvervsfremstød

Deltagelse i erhvervsfremstød og messer rundt omkring i verden er en fast del af virksomhedens eksportstrategi. Hvert år deltager de på flere forskellige messer og har over de seneste år også deltaget i flere erhvervsfremstød støttet af The Trade Council. SP Medical deltog bl.a. i 2018 i et fælles erhvervsfremstød til Dubai på messen "Arab Health", der var arrangeret af Eksportforeningen.

SP Medical var på det tidspunkt allerede etableret på det mellemøstlige marked og deltog derfor primært i fremstødet for at styrke deres netværk og derved øge deres omsætning på markedet. De var en del af en fælles stand på messen sammen med 13 andre danske virksomheder inden for sundhedssektoren.

SP Medical vurderer, at det var en stor fordel at være en del af den danske fælles stand, da det bl.a. betød, at deres ressourceforbrug i forhold til planlægning og opsætning af messestand blev reduceret.



Værdien og effekterne

Den største værdi for SP Medical ved at deltage i erhvervsfremstødet var, at deres forretningsmæssige relationer og netværk blev styrket. Det gælder både i forhold til at pleje relationer til eksisterende kunder på markedet men også i forhold til at etablere nye kontakter. Messen danner ifølge SP Medical en god ramme for at udbygge sit brand og marked, da man har mulighed for at mødes med størstedelen af sine kunder på selve messen.

SP Medical fremhæver samtidig, at erhvervsfremstødene spiller en helt central rolle i forhold til at møde nye, potentielle kunder. Det gælder særligt for fjernmarkeder som det mellemøstlige. Virksomheden afsætter deres produkter til mange forskellige kunder, og på messerne er det muligt at fremvise produkterne til en bred vifte af interessenter. Dertil får man ifølge SP Medical en styrket indsigt og forståelse for de forskellige segmenter af markedet, da man i løbet af messen møder mange mennesker, der besidder en unik viden om netop deres lokale forhold.

SP Medical giver også udtryk for, at messerne er en god mulighed for at opbygge netværksrelationer med andre danske virksomheder. Dette kan være en stor fordel, da man kan udveksle erfaringer omkring markedet og henvise potentielle kunder til hinanden.

Siden deltagelsen i erhvervsfremstødet har SP Medical oplevet et mindre fald i deres eksportaktiviteter grundet COVID-19-pandemien. Det skyldes, at hospitalsvæsnet i mange lande er fokuseret på bekæmpelsen af COVID-19 og derfor har udsat planlagte operationer og behandlinger.

SP Medical forventer i høj grad, at de fysiske messer fremadrettet vil få stor betydning i forhold til deres eksportaktiviteter rundt omkring i verden, når COVID-19-pandemien er ovre. Det at kunne mødes fysisk og skabe nye relationer på messerne kommer til at spille en vigtig rolle for den fortsatte vækst på de udenlandske markeder.

Kilde: Interview med SP Medical

of
rk

you meet. Exhibitors · 您可以遇见展商。

plier

New materials, composites, raw materials & supplies and material processing

新材料、复合材料、原材料和用品以及材料加工

DAFA A/S
Hempel (China) Management Co., Ltd.
Vink Plastic

Installation

(ex. vessels, cranes, construction, ports, 安装 (船舶、起重机、建筑、港口等))

DAFA A/S
Eltronic Wind Solutions
Liftra

Planning & project development

(ex. surveyor, engineering, consulting etc.) 规划和项目开发 (例如测量、工程、咨询等)

APQWind
DAFA A/S
Eltronic Wind Solutions
EMD International A/S
K2 Management
Liftra
Nerwind
Svendborg Building & Industry A/S
Vink Plastic

Services

(training, human resources, management, certification, associations etc.) 服务 (培训、人力资源、管理、认证、协会等)

APQWind
Eltronic Wind Solutions
FORC Technology
Nerwind
Svendborg Brokes

Energy storage

储能

Svendborg

Operation & maintenance

EN A/S
Technology
for Energy
Wind Solutions

meet
today
遇见未来。

Pavilion of
Denmark

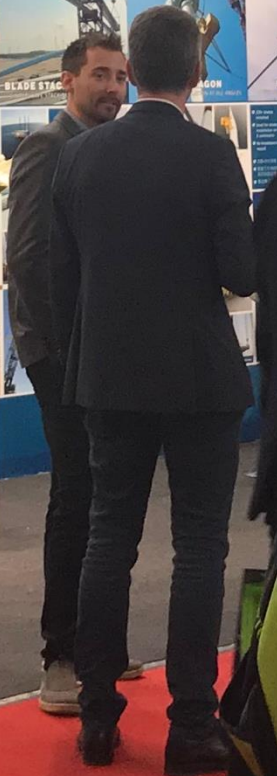
Pavilion of
Denmark

Liftra



Pavilion of
Denmark

DWEA



6. Metodebilag

Evalueringen er primært baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt virksomheder, der har deltaget i et erhvervsfremstød i perioden 2018-19 samt en række interviews. I dette kapitel gennemgås metoden bag spørgeskemaundersøgelsen og de gennemførte interviews.

Det første afsnit fokuserer på spørgeskemaundersøgelsen, og det andet afsnit handler om de gennemførte virksomhedsinterviews.

6.1 Spørgeskemaundersøgelse

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført blandt personer og virksomheder, som har deltaget i et erhvervsfremstød i 2018 og 2019. I perioden har The Trade Council medfinansieret 212 erhvervsfremstød, hvor der samlet set har været 2.729 deltagende virksomheder. Blandt deltagerne er der lidt over 440 personer, der i perioden har deltaget i mere end ét erhvervsfremstød på vegne af deres virksomheder.

Størstedelen af disse har typisk deltaget i to erhvervsfremstød, men der er enkelte personer, som har deltaget i flere fremstød. Personer, som har deltaget i mere end ét erhvervsfremstød i perioden har kun modtaget én invitationsmail, hvorefter de er blevet bedt om alene at besvare undersøgelsen for det fremstød, som de husker bedst. Det betyder, at det samlede antal personer, som vi har udsendt spørgeskemaundersøgelsen til, er lavere end den samlede population af deltagere. Samlet set er spørgeskemaet udsendt til 2.004 personer, jf. tabel 6.1.

Ud af den samlede population er 457 frafaldet undersøgelsen. Deltagerne er primært frafaldet, da e-mail-adressen enten var forkert eller ikke kunne leveres. Dertil er et mindre antal af deltagerne frafaldet, da den person, som deltog i erhvervsfremstødet, ikke længere er ansat i virksomheden. Vi har kun udsendt invitationsmailen til e-mailadressen på kontaktpersoner, der har deltaget i selve fremstødet, da det kun er muligt at besvare spørgeskemaet, hvis man reelt har deltaget i fremstødet.

Således består den samlede respondentpopulation af 1.547 deltagere. Heraf har 626 besvaret skemaet.

Respondenterne blev inviteret til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen via e-mail, og der er blevet udsendt tre påmindelser samt gennemført telefonisk opfølgning over for respondenter, som ikke har svaret.

Tabel 6.1. Population og besvarelser for spørgeskemaundersøgelse

	Antal
Udsendte spørgeskemaer	2.004
Frafaldne respondenter	457
Samlet respondentpopulation	1.547
Besvarelser (heraf 67 delvist)	626
Svarprocent	40 pct.

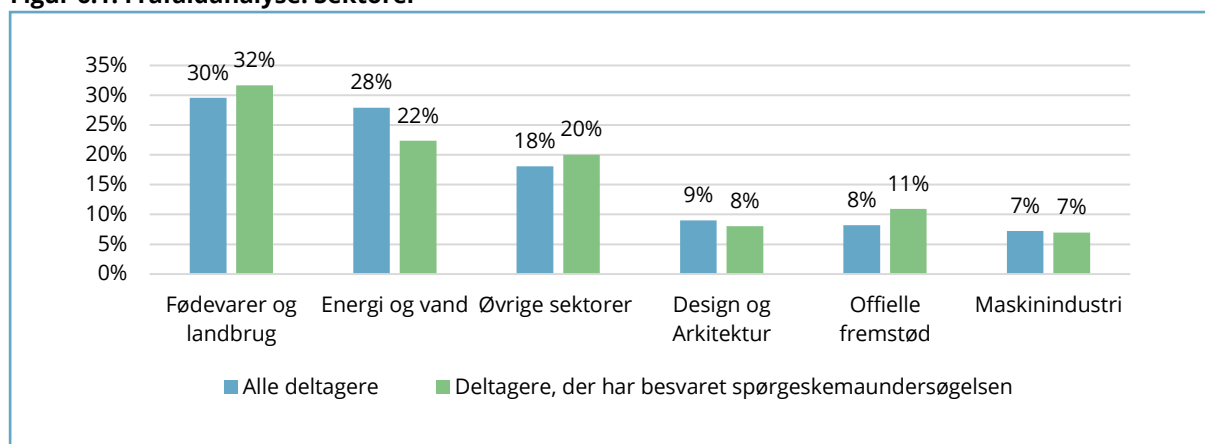
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød.

For at vurdere, om besvarelserne kan betragtes som repræsentative for hele populationen, er der gennemført en frafaldsanalyse. Frafallsanalysen har undersøgt, om besvarelserne afviger fra den samlede population af deltagere på en række baggrundsplysninger, som størrelse, region, sektor, branche, etc.

Frafaldsanalysen viser, at der ikke er systematiske forskelle mellem den samlede population af virksomheder og besvarelserne fra spørgeskemaundersøgelsen. IRIS Group vurderer derfor, at besvarelserne er repræsentative for den samlede population af deltagere.

I de to nedenstående figurer vises fordelingen af deltagere på sektorer og størrelse for den samlede population og deltagerne, som har besvaret spørgeskemaundersøgelsen. Det kan ses, at fordelingen mellem de to grupper er meget ens, og at der ikke er systematiske forskelle mellem disse.

Figur 6.1. Frafaldanalyse: Sektorer

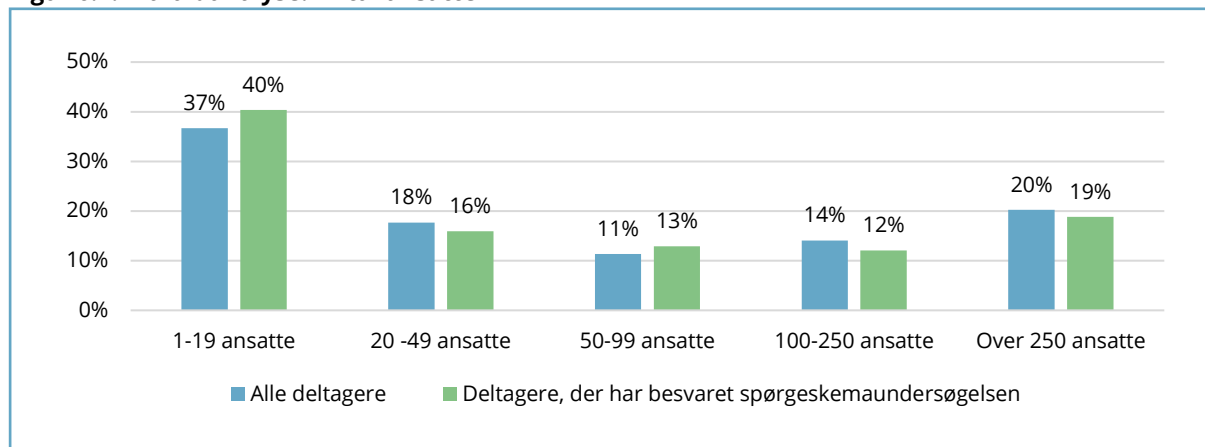


Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød. Note: Øvrige sektorer dækker over fremstød målrettet følgende sektorer: Sundhed, forsvar, service, tech, flyindustrien samt fremstød målrettet flere sektorer.

Officielle fremstød dækker over fremstød, der er arrangeret af de danske ambassader, med officiel deltagelse af kongehuset og/eller ministre. Der er været afholdt seks officielle fremstød i perioden 2018-19:

- Officielt erhvervsfremstød i Argentina d. 18.-19. marts 2019 ifm. statsbesøg
- Officielt erhvervsfremstød i Sydkorea d. 20.-22. maj 2019 med D.K.H. Kronprinsparret
- Officielt erhvervsfremstød i Frankrig d. 6.-8. oktober 2019 med D.K.H. Kronprinsparret
- Officielt erhvervsfremstød i Italien d. 6.-8. november 2018 med D.K.H. Kronprinsparret
- Officielt erhvervsfremstød i Finland d. 13.-14. september 2018 med H.K.H. Kronprinsessen
- Officielt erhvervsfremstød i Tyskland "Smart Country Convention" d. 20.-22. november 2018 med statsministeren.

Figur 6.2. Frafaldanalyse: Antal ansatte



Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød.

I gennem rapporten afrapporteres effekterne for små- og mellemstore virksomheder (SMV) samt store virksomheder. En SMV er i evalueringen afgrænset som en virksomhed, der har op til 250 ansatte¹¹. Afgrænsningen afviger fra tidligere evalueringer, hvor SMV'er er defineret som virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning. The Trade Council overgik til at benytte denne definition i 2017 med effekt for fremstødsordningen pr. 1. januar 2018. Implikationen af denne ændring er, at andelen af de deltagende virksomheder, der klassificeres som SMV'er, øges, da den nu også omfatter virksomheder med mellem 100-250 ansatte.

Tabellen neden for viser fordelingen mellem store virksomheder og SMV'er inden for sektorer. Som det kan ses, udgør SMV'er næsten samtlige deltagere på fremstød målrettet design og arkitektur samt maskinindustrien.

Tablet 6.2. Fordelingen mellem store virksomheder og SMV'er

Sektorer	SMV'er	Store virksomheder
Design og arkitektur	98%	2%
Maskinindustri	95%	5%
Fødevarer og landbrug	87%	14%
Energi og vand	74%	26%
Øvrige sektorer	79%	21%
Officielle fremstød	60%	40%
Total	81%	19%

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse om fælles erhvervsfremstød.

¹¹ For virksomheder, der i spørgeskemaundersøgelsen har angivet "Ved ikke" på spørgsmålet om antal er der i stedet taget udgangspunkt i deres omsætning, således at virksomheder med en omsætning på mere end 375 mio. kr. er klassificeret som store virksomheder.

6.1.1 Beregning af eksporteffekter

I dette afsnit gennemgås beregningerne bag deltagernes eksportudvikling, der udføres i tre trin.

I det første trin opgøres den gennemsnitlige eksportudvikling på det pågældende marked for de deltagende virksomheder. Den gennemsnitlige mereksport på markedet er beregnet uden outliers, det vil sige virksomheder, der har angivet en øget eksport på 12 mio. kr. og derover. Der er 16 outliers i datasættet, hvoraf størstedelen har angivet en øget eksport på mellem 12 mio. kr. til 50 mio. kr.

Beregningen af den gennemsnitlige, øgede omsætning er kun baseret på virksomheder, der har angivet en stigende omsætning på markedet året efter deltagelse i erhvervsfremstødet. Det er langt fra alle virksomheder, der deltager i et erhvervsfremstød, som allerede året efter opnår en øget eksport på markedet. Det tager typisk et par år for en virksomhed, der ikke var etableret på markedet, da de deltog i fremstødet, før de får etableret eksportaktiviteter.

I det andet trin beregnes, hvor stor en del af eksportudviklingen, der kan tilskrives deltagelsen i erhvervsfremstødet. Det er ikke meningsfyldt at tilskrive den samlede øgede eksport erhvervsfremstødet, da mange virksomheder typisk vil iværksætte andre aktiviteter udover selve eksportfremstødet, der sigter på at fremme eksporten. Derudover er der en række eksterne konjunkturforhold, der også kan spille ind på virksomhedernes eksportudvikling på markedet.

Vi har derfor bedt virksomhederne om at angive, hvor stor en del af den øgede eksport de vurderer, der kan tilskrives deltagelsen i erhvervsfremstødet alene. Da det er meget vanskeligt for en virksomhed at vurdere den nøjagtige andel, har vi bedt virksomhederne om at angive det inden for et interval. Beregningen af den gennemsnitlige eksporteffekt er baseret på middelværdien af det angivne interval, der ganges med den øgede eksport. Hvis fx en virksomhed har angivet en øget eksport på 1 mio. kr. og angivet, at 40-60 pct. af fremgangen skyldes eksportfremstødet, udregnes eksporteffekten til at være 500.000 kr.

I det sidste trin opgøres eksporteffekten for den samlede population af deltagere i erhvervsfremstødene i 2018 og 2019. Dette gøres ved at gange den gennemsnitlige eksporteffekt på den samlede population af virksomheder, der har øget deres eksport til det pågældende marked.

Det skal bemærkes, at opgørelsen og beregningerne af eksporteffekten adskiller sig fra tilgangen, der er anvendt i de tidligere evalueringer af erhvervsfremmeordningen. De tidligere evalueringer har kun opgjort den samlede mereksport for virksomhederne og har ikke set på, hvor meget af mereksporten, der kan tilskrives deltagelsen i de fælles erhvervsfremstød. Derfor kan tallene for eksporteffekten ikke umiddelbart sammenlignes 1:1 med de tidligere evalueringer.

6.2 Interviews

For at få en dybere forståelse af erhvervsfremstødene og den betydning, de har for deltagende virksomheder, er der gennemført 16 interviews med virksomheder.

De 16 virksomheder er udvalgt blandt respondenter, som har tilkendegivet i spørgeskemaundersøgelsen, at de gerne ville uddybe deres besvarelser nærmere i et interview. De er udvalgt med henblik på at sikre en repræsentativ gruppe i forhold til virksomhedens størrelse, sektor, deltagelse af officielle personer samt virksomhederne vurdering af fremstødets betydning for deres efterfølgende eksport. Tabel 6.2 giver et overblik over de interviewede virksomheder.

På baggrund af de gennemførte interviews er der udarbejdet fem cases, der eksemplificerer, hvordan forskellige typer af virksomheder gennem fremstødene opnår kontakter, indsigter og aftaler, og hvordan dette baner vejen for øget eksport på det pågældende marked. Alle casene er blevet godkendt og kvalitetssikret af de interviewede virksomheder.

Table 6.3. Interviewede virksomheder

Virksomhed	Erhvervsfremstød
Stjernholm	Erhvervsfremstød i USA (Chicago) på "WEFTEC" d. 21.- 25. september 2019 for vand- og spildevandssektoren med miljøministeren.
Odense Marcipan	Erhvervsfremstød i Tyskland (Köln) på "ANUGA" d. 5.-9. oktober for fødevarerproducenter.
Ken Hygiene Systems	Erhvervsfremstød i Belgien (Bryssels) på "Seafood Processing Global" d. 7—9. maj 2019 for fiske- og skaldyrsindustrien.
Mette Munk	Officielt fremstød i Sydkorea d. 20.-22. maj 2019 med D.K.H Kronprinsparret.
Wellness Nordic	Officielt erhvervsfremstød i Frankrig d. 6.-8. oktober 2019 med D.K.H Kronprinsparret.
Danpres	Erhvervsfremstød i Tyskland (Hannover) på "Hannover Messe/Industrial Supply" d. 1. - 5. april 2019 for underleverandører.
UpFront Communication	Erhvervsfremstød i Canada (Toronto) på "PDAC" d. 3. -6. marts 2019 for mineindustrien med H.K.H Kronprinsen og energi- forsynings- og klimaministeren.
FrontDesk	Officielt erhvervsfremstød i Tyskland "Smart Country Convention" d. 20.-22. november 2018 med statsministeren.
Cosmos Trawl	Erhvervsfremstød i Norge (Trondheim) med fiskeriministeren på "Nor-Fishing" d. 21. - 24. august 2018 for fiskerisektoren.
Queue-IT	Erhvervsfremstød i Spanien (Barcelona) på "Mobile World Congress" d. 25. -28. februar 2019 for mobiltelefoni og trådløse teknologier.
SP Medical	Erhvervsfremstød i FAE (Dubai) på "Arab Health" d. 29. januar-1. februar for sundhedssektoren.
ABB Group	Erhvervsfremstød i Colombia (Bogotá, Medellín). 11.-14. februar 2019 for bæredygtige løsninger til Smart Cities.
AM Værktøj Odense	Erhvervsfremstød i Tyskland (Hamborg) på "Nortec" d. 23. -26. januar 2018 for underleverandører.
Øglænd System	Erhvervsfremstød i USA (Boston) på "AWEA Offshore Windpower and Exhibition" d. 22. -23. oktober 2019 for offshore vindsektoren.
Nordic Wind Technology	Erhvervsfremstød i Tyskland (Husum) på "HUSUM Wind" d. 10. -13. september 2019 for vindenergisektoren.
Rambøll	Erhvervsfremstød i Japan (Tokyo) på "IWA" (International Water Association) d. 16.- 21. september 2018 for vand- og spildevandssektoren med miljø- og fødevarerministeren.

Note: Flere virksomheder har deltaget i mere end ét erhvervsfremstød i perioden. Erhvervsfremstød i tabellen er det fremstød, som virksomheden har besvaret spørgeskemaundersøgelsen med udgangspunkt i

IRIS GROUP

JORCKS PASSAGE 1B, 4. SAL | DK-1162 KØBENHAVN K
IRISGROUP@IRISGROUP.DK | WWW.IRISGROUP.DK