



TEKNOLOGISK
INSTITUT

Internationalisering i fremstillingsindustrien

Titel:

Internationalisering i fremstillingsindustrien

Udarbejdet af:

Teknologisk Institut
Analyse og Erhvervsfremme
Gregersensvej 1
2630 Taastrup

Foto

Thomas Vilhelm

2016

Forfattere:

Stig Yding Sørensen, Leif Henrik Jakobsen, Johan Olivier Secher

Spørgsmål og analyse ved Teknologisk Institut, Center for Analyse og Erhvervsfremme.
Data indsamlet af Jysk Analyse A/S

Undersøgelsen er gennemført under Teknologisk Instituts udviklingsaktiviteter for "Internationalt GTS-samarbejde til understøtning af danske SMV'ers eksport og vækst" for Styrelsen for Forskning og Innovation.

For mere information om analysen
og datagrundlaget kontakt:

Centerchef
Stig Yding Sørensen,

Teknologisk Institut.

Mobil +45 72 20 2704
stys@teknologisk.dk

For mere information om Teknologisk Instituts
internationaliseringsaktiviteter for danske
SMV'er kontakt:

Programchef
Troels Oliver Vilms Pedersen,

Teknologisk Institut.

Mobil +45 72 20 20 83
tovp@teknologisk.dk

Indholdsfortegnelse

Danske virksomheder taber innovationskraft pga. mangel på viden	4
1. Teknologisk viden er afgørende for hver anden danske fremstillingsvirksomhed	5
2. Global konkurrence kræver global, teknologisk indsigt	9
3. Innovation forsinkes af mangel på udstyr eller viden.....	11
4. Knap hver tredje virksomhed har købt viden i udlandet.....	14
5. Virksomheder mangler relevant viden og udstyr i Danmark	16
6. Fremstillingsvirksomheder får bedre adgang til ny, teknologisk viden.....	17
6.1. Industri 4.0 sætter turbo på videnbehovet.....	17
6.2. Nye samarbejder med Europas stærkeste videninstitutioner for industri	17
6.3. Nye tilbud til danske SMV'er i fremstillingsindustrien	18
Bilag 1: Om undersøgelsen	19
Bilag	20
Virksomheder efter region	20
Virksomheder efter branche.....	20
Virksomheder efter størrelse	21
Virksomhedernes fremstilling i Danmark.....	21
Virksomhedernes markeder	22
Virksomhedernes eksport	22
Virksomhedernes omsætning fra egenudviklede produkter	23
Virksomhedernes ambition for vækst	23
Globalt orienterede virksomheder	24

Danske virksomheder taber innovationskraft pga. mangel på viden

Hver fjerde danske fremstillingsvirksomhed har mistet indtjening, fordi de ikke har adgang til den nødvendige viden eller det nødvendige udstyr. Hver femte virksomheder er blevet væsentligt forsinket eller har opgivet at udvikle nye produkter eller at udvikle produktionsprocesser, fordi de ikke har adgang til den nødvendige viden eller det nødvendige udstyr. Knap halvdelen af danske fremstillingsvirksomheder er afhængige af adgangen til den nyeste, internationale teknologiske viden for at kunne klare sig i konkurrencen.

Mange fremstillingsvirksomheder er i en global konkurrencesituation, og hver tredje virksomhed søger ud i verden og køber fx viden hos udenlandske videninstitutioner, Research and Technology Organisations¹, der ligesom Teknologisk Institut og andre GTS'er² i Danmark har adgang til teknologisk viden og udstyr som en kerneydelse.

Teknologisk Institut har interviewet et repræsentativt udvalg af 455 danske fremstillingsvirksomheder med mellem 35 og 1000 ansatte om betydningen af teknologisk viden, om adgangen til udstyr og kompetencer i Danmark og om behovet for internationalisering af virksomhedernes test- og udviklingsaktiviteter.

Anledningen for undersøgelsen er Teknologisk Instituts udviklingsaktivitet for Forsknings- og Innovationsstyrelsen om at udvide danske virksomheders adgang til ny, international viden hos europæiske videninstitutioner.

¹ RTO'er er fx Fraunhofer (DE), Tecnalia (ES), TNO (NL) og The Manufacturing Technology Centre (UK).

² I Danmark findes der syv Godkendte Teknologiske Serviceinstitutioner, de såkaldte GTS-institutioner, der tilsammen udgør det danske GTS-net. De syv GTS-institutioner arbejder for at skabe flere innovative og konkurrencedygtige danske virksomheder ved at gøre ny forskningsbaseret viden og teknologi anvendelig for en bred gruppe af danske virksomheder. GTS-institutioner i Danmark er ud over Teknologisk Institut: Alexandra Instituttet, Bioneer, DBI – Dansk Brand- og Sikringsteknisk Institut, DFM – Danmarks Nationale Metrologiinstitut, DHI, DELTA / FORCE Technology.

1. Teknologisk viden er afgørende for hver anden danske fremstillingsvirksomhed

Flertallet af danske fremstillingsvirksomheder har brug for adgang til den nyeste teknologiske viden – uanset om den er tilgængelig i Danmark eller internationalt – for at klare sig i konkurrencen med andre virksomheder. For hver femte virksomhed er det helt afgørende at have avanceret teknologisk indsigt på internationalt plan, og det er en udfordring for især mindre virksomheder. Medregnes de 25 procent af virksomhederne, som svarer "I nogen grad", er det knap halvdelen af de danske fremstillingsvirksomheder, som er afhængige ny international, avanceret viden for at klare sig.

"På internationalt plan" fortæller, at selv mindre virksomheder er i en global konkurrence-situation, hvor de enten skal erobre nye markeder ved at præstere i verdensklasse eller skal forsvare deres marked ved at være i verdensklasse.

"Nyeste viden" fortæller, at disse virksomheder hele tiden har brug for at kunne følge med i den teknologiske udvikling, uanset hvor den relevante viden og de nye muligheder opstår. Det er vilkårene for hver fjerde danske fremstillingsvirksomhed.

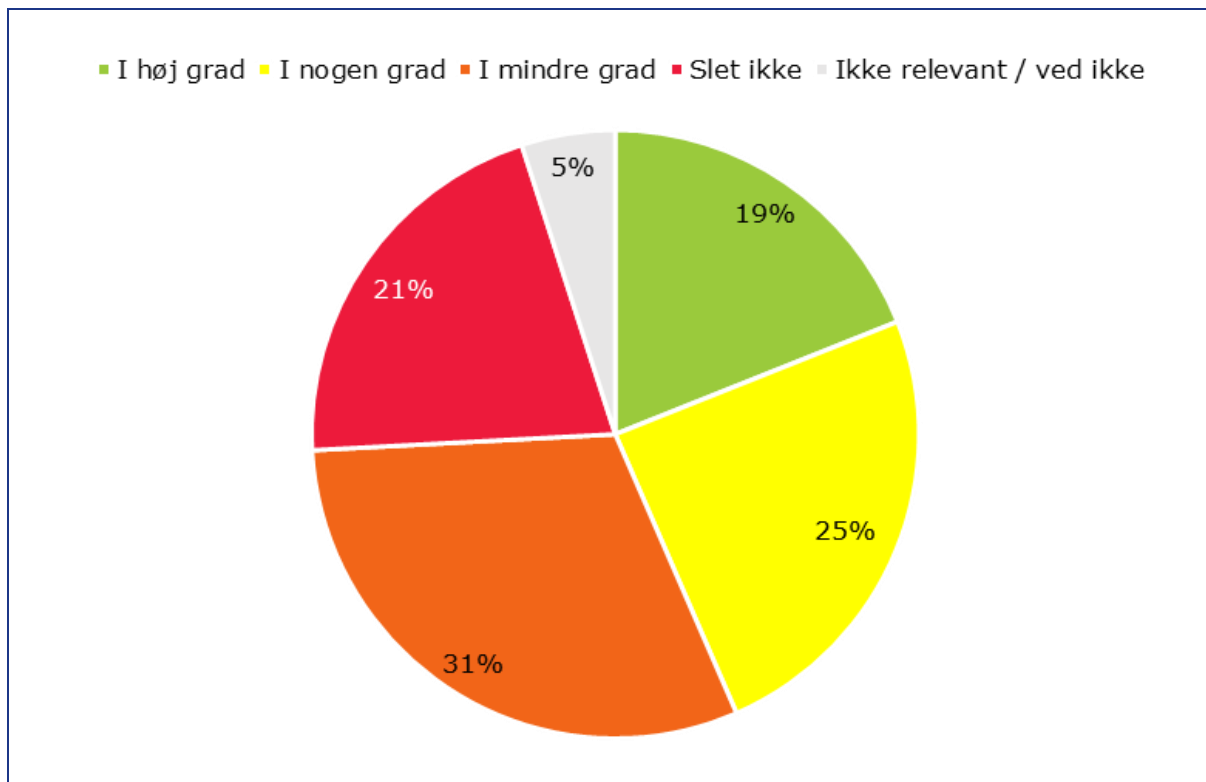
Vækst i eksport – og dermed indtægter til velstand og velfærd i Danmark – er dermed afhængig af, at disse fremstillingsvirksomheder har en hurtig og ubesværet adgang til den teknologiske viden, der er så afgørende for deres evne til at konkurrere. Det er Teknologisk Instituts vurdering, at behovet for adgang til den nyeste internationale teknologiske viden vil stige i takt med, at introduktion og kombinationer af kunstig intelligens, big data, 'Internet of Things', robotter, automation mv. øger den teknologiske udviklings hastighed. I talen om den fjerde industrielle revolution er der tryk på ordet revolution. Der er tale om teknologisk udvikling, som på kort tid kan vende op og ned på forretningsvilkår og aktører i en branche. Mange virksomheder har forstået denne dagsorden, og andre analyser gennemført af Teknologisk Institut viser, at danske virksomheders indkøb af forskning og udvikling udgør omkring 1 procent af bruttonationalproduktet, og at en stigende del af indkøbet finder sted i udlandet³.

I den anden ende af skalaen for behov for avanceret teknologisk viden ligger en fjerdedel af fremstillingsvirksomhederne. For disse virksomheder kan det være andre faktorer, der har afgørende betydning for konkurrenceevnen – som eksempelvis lønniveau, kundekontakten, erhvervspolitiske rammebetingelser og geografisk lokalisering. En mulig forklaring kan også være, at nogle af disse virksomheder, der i undersøgelsen ikke mener, at de er afhængige af den nyeste teknologiske viden, er uopmærksomme på de udfordringer, de pludseligt kan stå i, når konkurrenter bryder igennem med nye teknologiske løsninger.

Figur 1.1 viser interviewsvarene fra 455 fremstillingsvirksomheder på spørgsmålet: "I hvilken grad er jeres konkurrenceevne afhængig af, at I kan få adgang til den nyeste teknologiske viden på internationalt plan?"

³ Teknologisk Institut har i samarbejde med Styrelsen for Forskning og Innovation udarbejdet en prognose for erhvervslivets investeringer i forskning, udvikling og innovation. Se "Erhvervslivets Investeringer i Forskning, Udvikling og Innovation i Danmark 2014", udgivet af Styrelsen for Forskning og Innovation, 2015. Kontakt teamleder Leif Henrik Jakobsen, Teknologisk Institut: lhjn@teknologisk.dk / [+45 72 20 26 74](tel:+4572202674)

Figur 1.1: Teknologisk viden er afgørende for konkurrenceevnen hos 44 procent af de danske fremstillingsvirksomheder



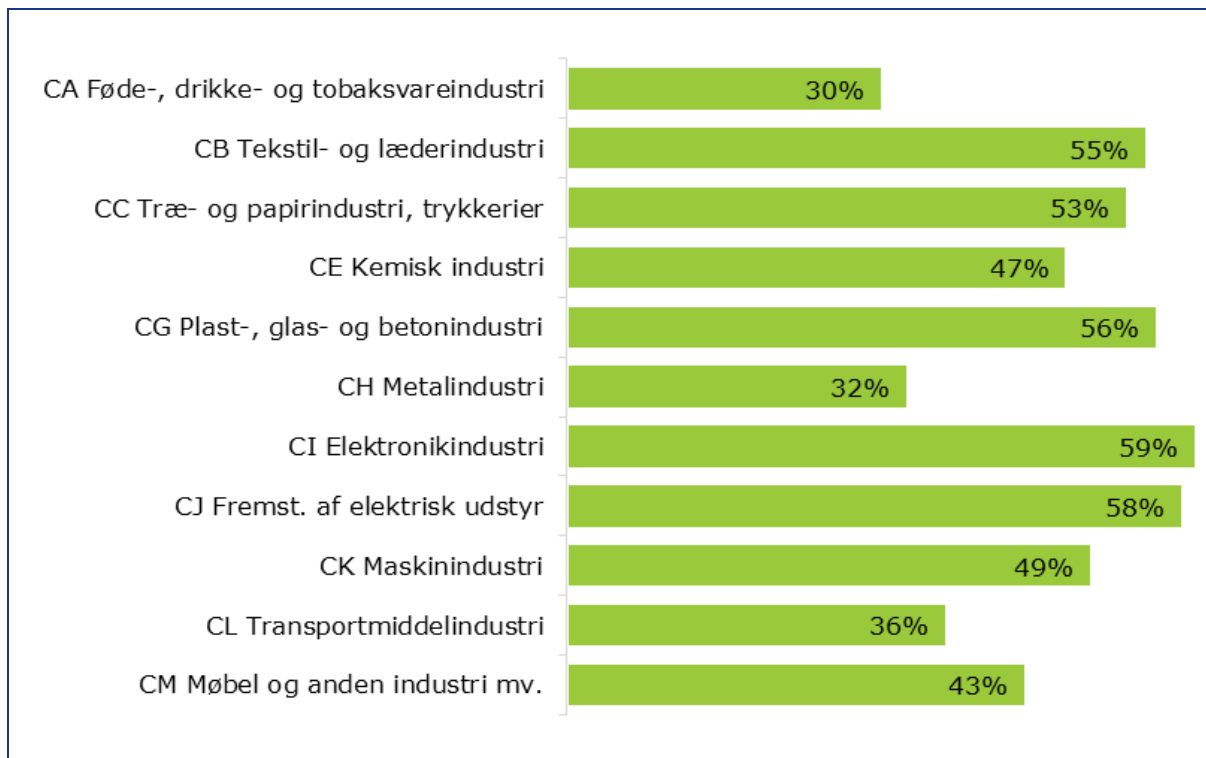
Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

Note: Spørgsmålsformuleringen lyder: "I hvilken grad er jeres konkurrenceevne afhængig af, at I kan få adgang til den nyeste teknologiske viden på internationalt plan?"

Behovet for ny teknologisk viden på internationalt plan findes i alle brancher, men særligt i elektronikindustrien og i plast-, glas- og betonindustrien er ny teknologisk viden afgørende. Omvendt fortæller under hver tredje virksomhed fra føde-, drikke- og tobaksvareindustrien samt metalindustrien, at ny teknologisk viden har betydning for konkurrenceevnen. Det er en lidt mindre andel, men stadig en betydelig andel.

Fordelingen pr. branche er vist i Figur 1.2.

Figur 1.2: Andel af virksomheder på tværs af brancher der svarer, at teknologisk viden har væsentlig betydning for konkurrenceevnen



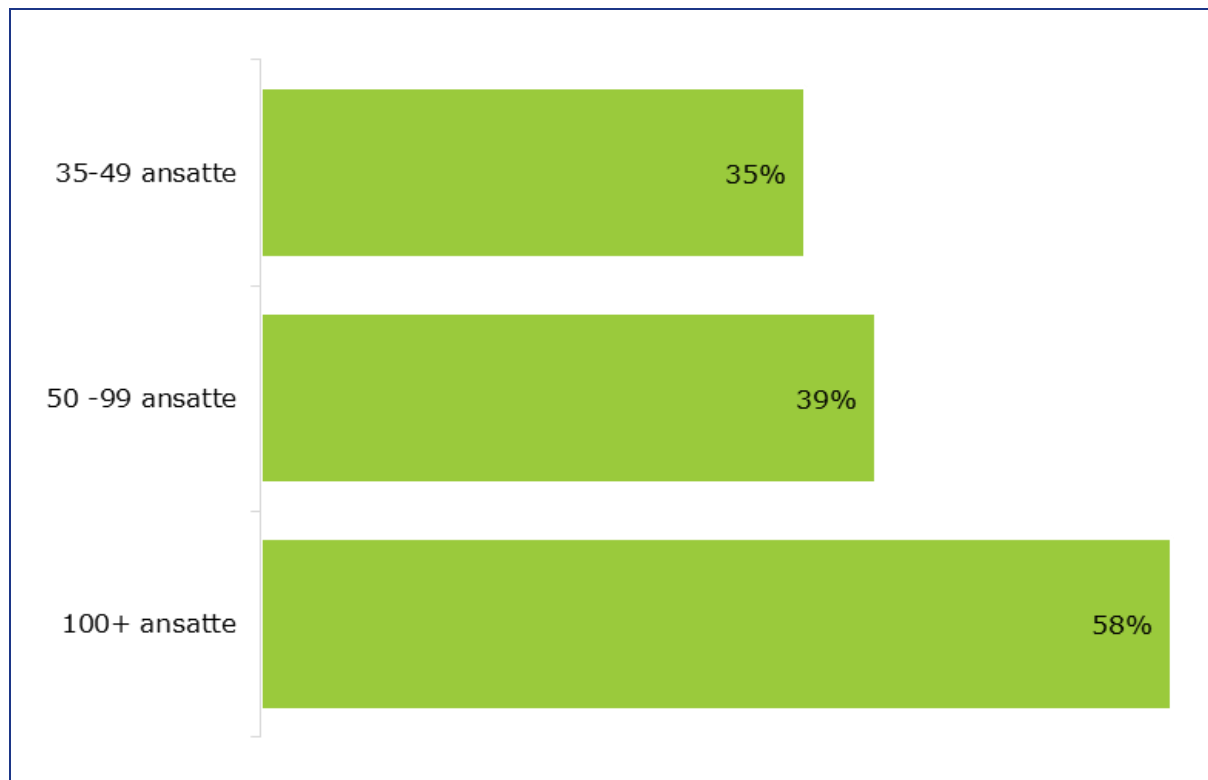
Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

Note: Listen er lavet efter Danmarks Statistiks branchekoder for de enkelte virksomheder. Brancherne CD Olieraffinaderier mv. og CF Medicinalindustri er samlet under CE Kemisk industri. Kun svarkategorierne "I høj grad" og "I nogen grad" er vist i figuren.

Behovet for adgang til teknologisk viden vokser med virksomhedens størrelse. De mindre virksomheder har knap så ofte behov for den nye viden som de lidt større virksomheder. I virksomheder med over 100 ansatte svarer næsten seks ud af ti af virksomhederne, at teknologisk viden er et vigtigt konkurrenceparameter. Forklaringen er sandsynligvis, at de større virksomheder i højere grad end de små virksomheder udvikler teknologiintensive produkter og processer og i højere grad har ressourcerne til at hævde sig på et globalt marked.

Figur 1.3 viser sammenhængen mellem behov for adgang til teknologisk viden på internationalt plan og virksomhedernes størrelse.

Figur 1.3: Andel af virksomheder på tværs af virksomhedsstørrelse, der svarer, at teknologi har væsentlig betydning for konkurrenceevnen



Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

Note: Kun "I høj grad"-svar og "I nogen grad"-svar er vist i figuren.

2. Global konkurrence kræver global, teknologisk indsigt

Virksomheder, som henvender sig til markeder uden for Danmark, skal kunne noget særligt for at opnå succes. For fremstillingsvirksomheder ligger der ofte teknologi bag ved at kunne præstere produkter eller services med unikke egenskaber, en individualiseret eller præcis produktion, konkurrencedygtige priser, en sofistikeret logistik, et gennemtænkt design eller brug af avancerede materialer.

Derfor er behovet for global, teknologisk indsigt stort hos disse virksomheder.

Det illustreres af:

- At de eksporterende virksomheder i langt højere grad vurderer, at ny international teknologisk indsigt er et afgørende konkurrenceparameter, end virksomheder, der ikke eksporterer. 86 procent af fremstillingsvirksomhederne i undersøgelsen er eksporterende.
- At de globalt orienterede virksomheder i højere grad betragter ny, international teknologisk indsigt som et konkurrenceparameter end virksomheder, som ikke er globalt orienterede. En virksomhed betegnes som globalt orienteret, hvis virksomheden har flere ansatte uden for Danmark end i Danmark, hvis mere end 50 procent af omsætningen stammer fra eksport, eller hvis mere end 50 procent af virksomhedens fremstilling foregår uden for Danmark. 65 procent af fremstillingsvirksomhederne i undersøgelsen er globalt orienterede.
- At innovative virksomheder i højere grad betragter ny, international teknologisk indsigt som et konkurrenceparameter end ikke-innovative virksomheder. Der er dog ikke tale om en signifikant forskel. En virksomhed betegnes som innovativ, hvis virksomheden har omsætning fra produkter, den selv har udviklet. 83 procent af virksomhederne i undersøgelsen kan kategoriseres som innovative.

Figur 2.1 nedenfor kobler behovet for adgang til teknologisk information med følgende virksomhedskendetegn: eksport, global orientering og innovation. Forskellen til de virksomheder, som ikke eksporterer, ikke er globalt orienterede eller ikke er innovative, er markant.

Figur 2.1: Kendetegn ved virksomheder, for hvem teknologisk viden er et konkurrenceparameter. Figuren viser andelen af virksomheder, der svarer, at teknologisk viden har væsentlig betydning for konkurrenceevnen



Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016.

Note: Kun "I høj grad"-svar og "I nogen grad"-svar er vist i figuren.

3. Innovation forsinkes af mangel på udstyr eller viden

Svifter adgangen til ny viden eller udstyr, kan konsekvensen være, at virksomheder må opgive at udvikle nye produkter eller produktionsprocesser. Det kan koste på konkurrenceevnen i virksomheden, og på samfundsplan kan det få konsekvenser i form af fx tab af arbejdspladser og tab af eksportindtægter, hvilket kunne bidrage til velstand og velfærd i Danmark.

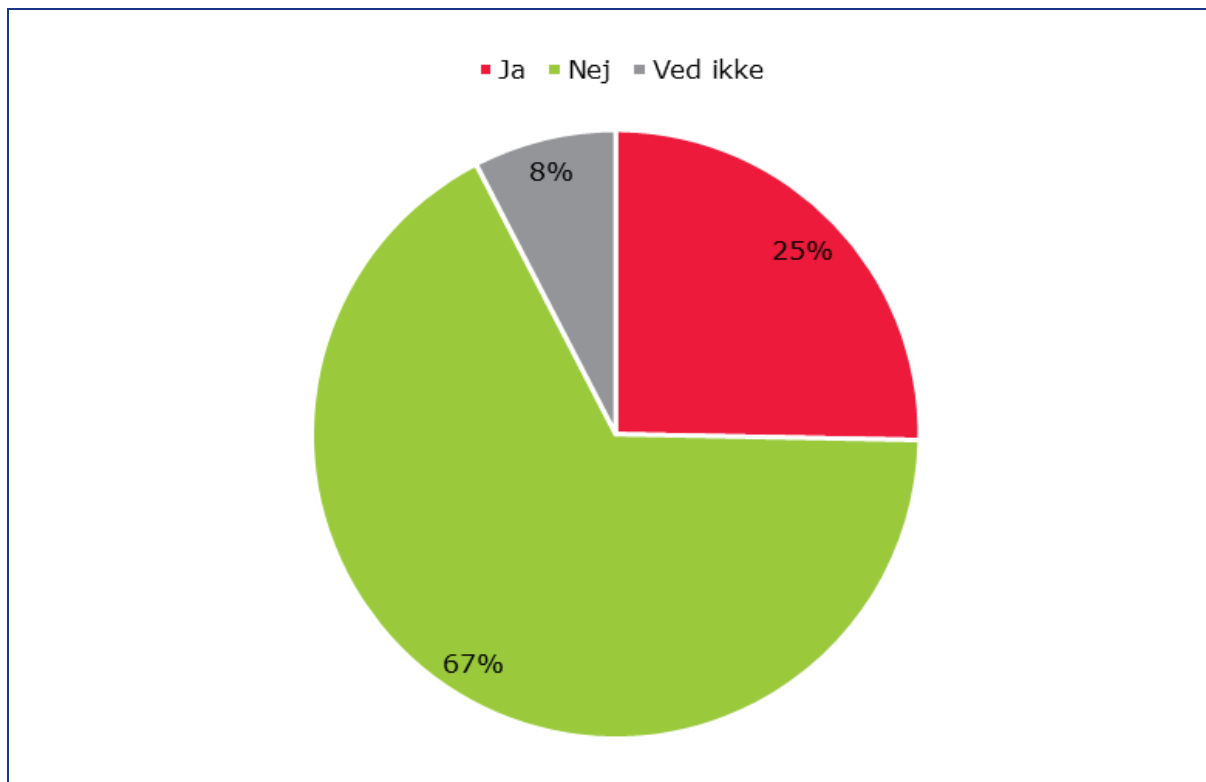
Hver fjerde fremstillingsvirksomhed har mistet indtjening, fordi de manglede adgang til teknisk udstyr eller viden.

Hver femte fremstillingsvirksomhed har fået forsinket udvikling eller opgivet at udvikle nye produkter og produktionsprocesser, fordi de ikke har haft adgang til den fornødne tekniske viden eller det fornødne udstyr. Det gælder virksomheder i alle brancher.

Figur 3.1 viser, at hver fjerde virksomhed har mistet indtægter som følge af manglende adgang til tekniske kompetencer og udstyr.

Figur 3.2 nedenfor viser, at hver femte virksomhed har oplevet, at en produktudvikling eller en ny produktionsproces er blevet væsentligt forsinket eller opgivet som følge af manglende adgang til teknisk udstyr eller viden.

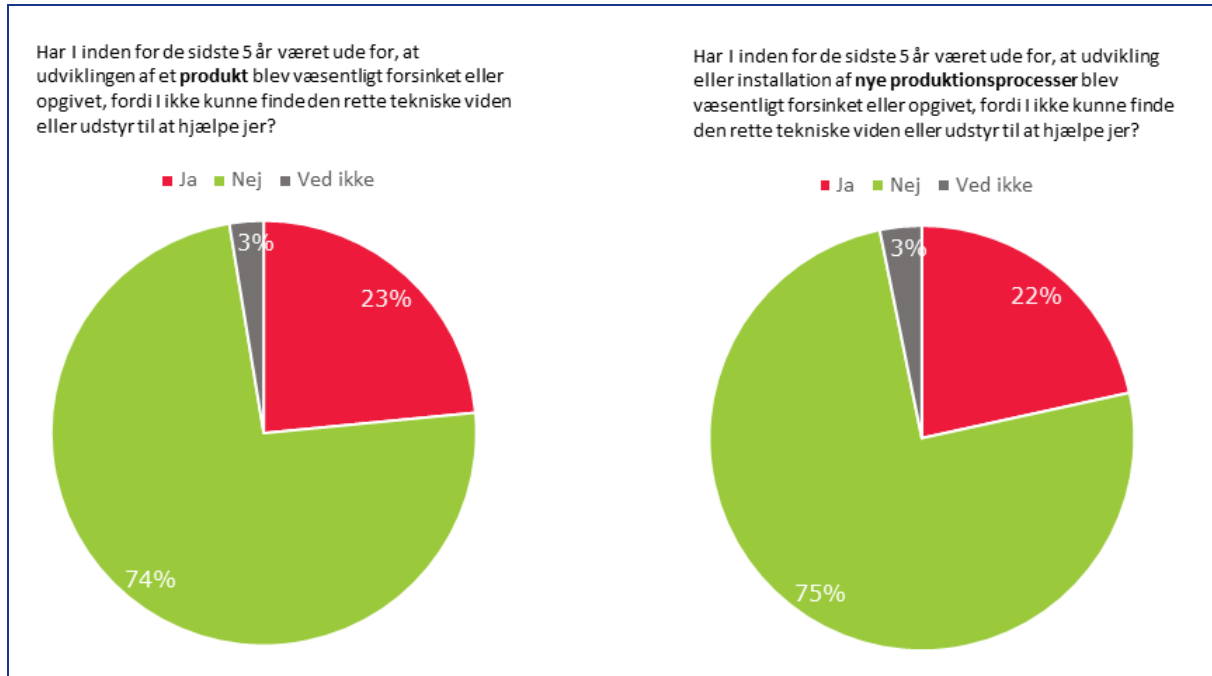
Figur 3.1: Andelen af virksomheder, der har mistet indtjening som følge af manglende adgang til teknisk udstyr eller viden



Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

Note: Spørgsmålsformuleringen lyder: "Har I inden for de seneste fem år oplevet at miste indtjening, fordi I ikke kunne finde den rette tekniske viden eller det rette udstyr til at hjælpe jer?"

Figur 3.2: Hver femte virksomheder har prøvet at blive forsinket eller helt opgive innovationsprocesser som følge af manglende adgang til teknisk udstyr eller viden

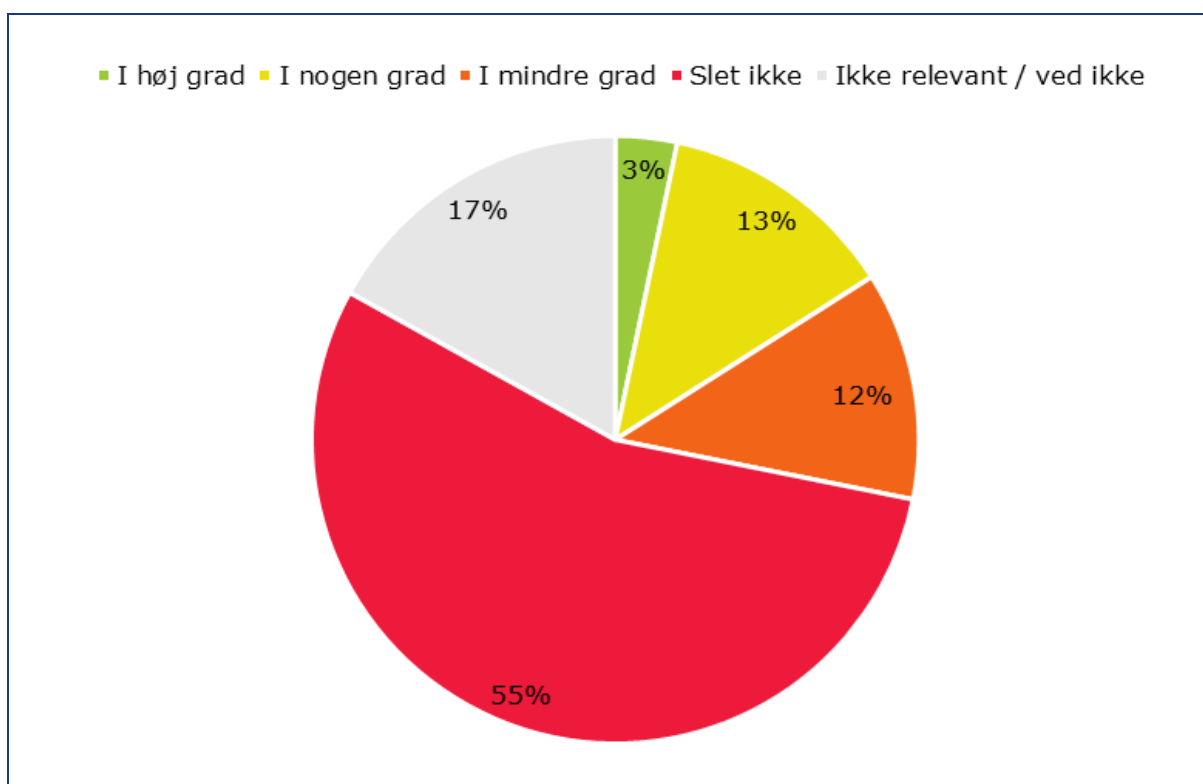


Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

4. Knap hver tredje virksomhed har købt viden i udlandet

Knap hver tredje fremstillingsvirksomheder har købt ydelser hos europæiske teknologiske serviceinstitutter såsom Fraunhofer, TNO og VTT og lignende institutter. Nogle få endda i meget høj grad.

Figur 4.1: Hver tredje virksomhed har købt ydelser hos europæiske teknologiske serviceinstitutter



Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

Note: Spørgsmålsformuleringen lyder: "I hvilken grad har I inden for de seneste fem år købt ydelser hos europæiske teknologiske serviceinstitutter uden for Danmark som fx Fraunhofer, TNO, MTC, VTT, Tecalia eller andre?"

Resultatet stemmer overens med Teknologisk Instituts analyse for Uddannelses- og forskningsministeriet "Internationalisering af virksomhedernes forskning og udvikling"⁴.

Sammenfattende pegede Teknologisk Institut på, at danske virksomheders investeringer i købt forskning og udvikling (FoU) er tredoblet siden 2005. I samme periode har der også været over 40 procent stigning i virksomhedernes investeringer i egen FoU. Internationalt er virksomheders investeringer i FoU også stigende – ikke mindst i "emerging markets".

Udviklingen i danske virksomheders strategier og investeringer i FoU indikerer, at der i disse år – også inden for FoU – sker en stærkere international specialisering og arbejdsdeling. Det synes at være en global trend, og det vil derfor formentlig også give anledning til øget efterspørgsel fra udenlandske virksomheder efter FoU i Danmark. Der foreligger

⁴ <http://ufm.dk/publikationer/2015/filer/analysis-and-evaluation-2015.pdf>

dog kun meget begrænset information om de udenlandske virksomheders køb af FoU i Danmark. Danske virksomheder tillægger det stadig stor betydning at opbygge centrale FoU-kompetencer internt i virksomheden. Men på nogle områder vil andre virksomheder eller forskningsmiljøer besidde unik eller specialiseret viden, som danske virksomheder med fordel kan erhverve eksternt. Omkostningsbesparelser ved at erhverve FoU eksternt synes derimod ikke at spille nogen væsentlig rolle i forhold til behovet for at få adgang til den specifikke viden.

5. Virksomheder mangler relevant viden og udstyr i Danmark

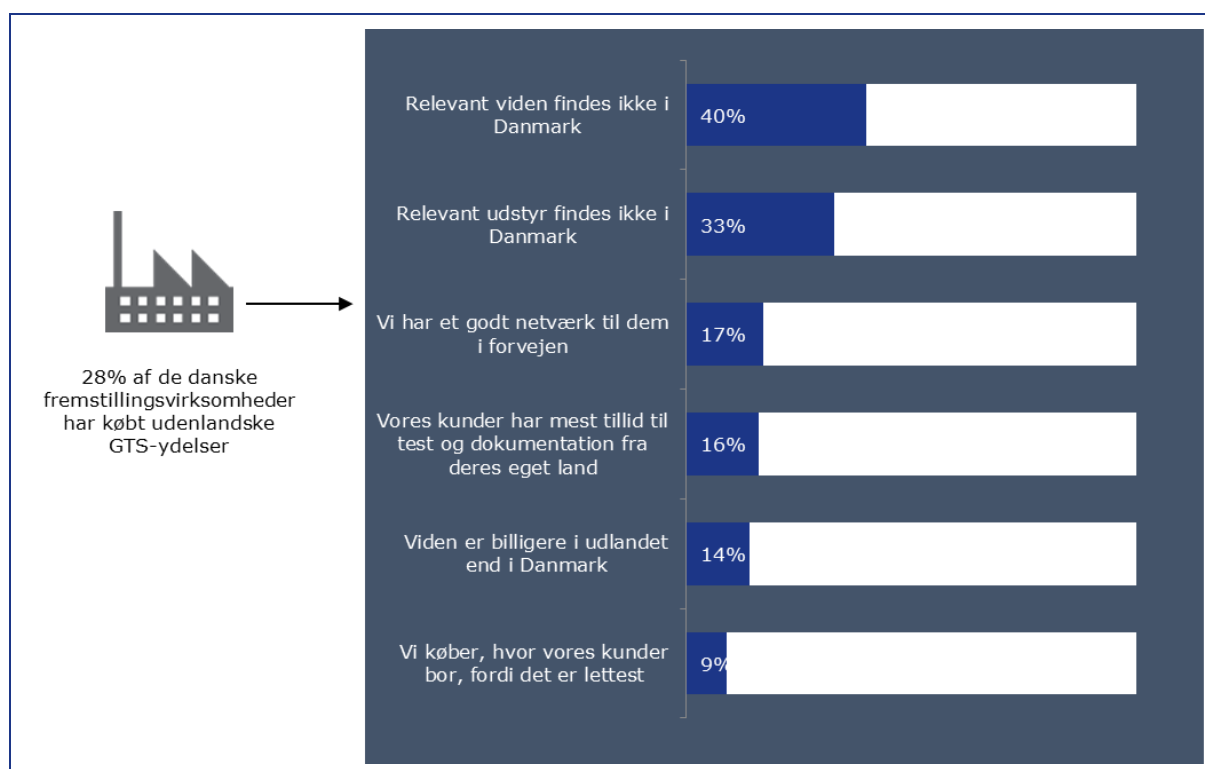
De væsentligste årsager, til at nogle fremstillingsvirksomheder må til udlandet for at købe viden eller adgang til udstyr, er ifølge virksomhederne selv, at den relevante viden eller det relevante udstyr ikke findes i Danmark. 40 procent angiver, at relevant viden ikke findes i Danmark, og 33 procent angiver, at relevant udstyr ikke findes i Danmark.

16 procent af virksomhederne har købt ydelser i udlandet, fordi deres kunder har mest tillid til test og dokumentation fra deres eget land, mens 14 procent svarer, at det skyldes, at viden er billigere i udlandet.

Hver tiende virksomhed, der har købt viden hos europæiske teknologiske serviceinstitutter, svarer, at de køber der, hvor deres kunder bor, fordi det er lettest.

Årsager til køb i udlandet fremgår af figur 5.1.

Figur 5.1: Årsager til, at virksomhederne køber ydelser hos europæiske teknologiske serviceinstitutter



Kilde: Teknologisk Institut, survey blandt fremstillingsvirksomheder. Data indsamlet i maj 2016. 455 svar.

6. Fremstillingsvirksomheder får bedre adgang til ny, teknologisk viden

6.1. Industri 4.0 sætter turbo på videnbehovet

Industriproduktion er ved at gennemgå en større digital transformation. Der vil komme krav til, at fremtidens maskiner og komponenter kan indgå i fremtidens smarte produktion, hvor hele værdikæden er digitaliseret, og hvor produktionsudstyr og komponenter skal kunne indgå i et digitalt sammenhængende netværk.

En meget vigtig driver for vækst er øget eksport. Det er essentielt for danske små og mellemstore produktionsvirksomheder, at de har den nødvendige viden om de markeder, de ønsker at begive sig ind på. De globale fjernmarkeder er typisk langt mere komplekse og turbulente end de kendte nærmarkeder. Markedsspecifikke teknologiske serviceydelser, der udspringer fra krav i markedet, i lovgivningen eller fra et direkte krav fra kunden, vil ikke altid være tilgængelige nationalt.

De danske industrivirksomheder udvikler typisk produkter og underleverancer til andre danske og internationale virksomheder. Som følge heraf bevæger mange af de små og mellemstore danske industrivirksomheder sig over mod større specialisering og nicheproduktion, hvilket stiller store krav til udbuddet af teknologisk service.

De fire traditionelle nærmarkeder – Tyskland, Sverige, Norge og Storbritannien – aftager mere end halvdelen af den danske SMV-eksport. SMV-eksporten er domineret af metalvarer og af andre forarbejdede varer samt af maskiner og komponenter til industrien, hvorfor fokus for Teknologisk Instituts arbejde i denne sammenhæng er koncentreret omkring fremtidens behov for teknologisk service inden for fremtidens industriproduktion.

6.2. Nye samarbejder med Europas stærkeste videninstitutioner for industri

For at understøtte danske fremstillingsvirksomheder samarbejder Teknologisk Institut med Forsknings- og Innovationsstyrelsen om at udvide danske virksomheders adgang til ny, international viden. Teknologisk Institut har etableret et styrket strategisk samarbejde med Fraunhofer (DE), Tecnia (ES), TNO (NL) og The Manufacturing Technology Centre (UK) om udbud af videnplatforme og teknologiske serviceydelser på tværs af landegrænser inden for fremtidens industriproduktion.

De fire udenlandske RTO-samarbejdspartnere har klare styrkepositioner inden for fremtidens produktion, der komplementerer det danske GTS-system. Tiltaget er henvendt til de danske små og mellemstore fremstillingsvirksomheder, der udvikler produkter og underleverancer til de globale værdikæder. Danske små og mellemstore fremstillingsvirksomheder får lettere adgang til teknologiske serviceydelser. Adgangen til den samlede laboratorieinfrastruktur vil blive lettet gennem aftaler institutterne imellem om prisstruktur, retigheder og andre aftalemæssige forhold.

Det kan åbne nye eksportmuligheder for danske fremstillingsvirksomheder, eftersom samarbejdet med de europæiske RTO'er vil kunne åbne døre ind til disse industrier. RTO'erne har vidtfavnende viden om relevante aktører, om værdikædernes opbygning samt om krav

og godkendelsesprocedurer, og det kan skabe nye former for partnerskaber og konstellationer, der igen kan fremme de små og mellemstore virksomheders eksport.

6.3. Nye tilbud til danske SMV'er i fremstillingsindustrien

Teknologisk Institut ved, hvordan man kan understøtte produktion af mindre serier omkostningseffektivt og med høj kvalitet. Men med et samarbejde med Fraunhofer, Tecnia, TNO og MTC dækker det teknologiske serviceudbud et langt større område. Teknologisk Institut udvikler nye tilbud til fremstillingsindustrien:

- **Løsning af teknologiske problemer.** Virksomheder, der har et konkret problem i deres eksisterende produktion eller i forhold til deres eksisterende leverance – proces, test setup, karakterisering, fejlsøgning – og efterspørger udenlandske videnleverandører med unik viden, der kan hjælpe med denne problemstilling.
- **Hjælp til innovationsprocessen.** Virksomheder, der udvikler nye produkter. Virksomheder ønsker proof-of-concept for nye koncepter i forbindelse med produktudvikling og efterspørger i denne sammenhæng specifikt udstyr, der ikke eksisterer i det danske GTS-system.
- **Inspiration til at anvende nye teknologier.** Teknologisk Institut og de samarbejdende RTO'er viser nye teknologier i Danmark ved Open Labs, seminarer etc., hvilket giver inspiration til digitalisering, effektivisering af processer, nye proces-teknologier, nye komponenter og produkter mv.

Bilag 1: Om undersøgelsen

Resultaterne er repræsentative for danske fremstillingsvirksomheder i størrelsen 35-1000 ansatte.

Populationen for undersøgelsen er fremstillingsvirksomheder i Danmark (NACE 10 00 00 til 33 99 99). Der er udvalgt således, at der kun indgår hovedselskaber. Størrelsesmæssigt er det afgrænset til virksomheder med mellem 35 og 1000 ansatte. Population og stikprøve er udvalgt fra NN Markedsinformation. Information om antal ansatte fra NN Markedsinformation kan variere fra det egentlige antal ansatte på tidspunktet for denne undersøgelse – eksempelvis på grund af pludselige udsving.

Jysk Analyse har stået for stikprøve og for dataindsamling. Dataindsamlingen er foregået i perioden fra 4. maj til 25. maj 2016 som telefoninterview. Der er foretaget indtil 12 opkald til virksomheder, hvor der ikke er truffet en svarperson.

Dataindsamlingen er gennemført som telefoninterview med en person fra ledelsen i virksomheden. Der blev gennemført en pilottest. Denne test gav anledning til ændringer i spørgerammen og til, at interviewet blev forsøgt kortet ned. Interviewtiden ligger mellem 7 minutter og 34 minutter. Den gennemsnitlige interviewtid er på knap 13 minutter.

Alle telefoninterview er gennemført ved hjælp af SOPHI – et CATI-system udviklet af Jysk Analyse – in-house hos Jysk Analyse med egne uddannede interviewere. Længden af interviewet og typen af spørgsmål og svarmuligheder stillede store krav til interviewerne.

I de tilfælde, hvor virksomhederne eller respondenterne var i tvivl om undersøgelsen, blev der afsendt en kort introduktion til undersøgelsen og truffet en aftale om at ringe op igen.

Der er i alt opnået kontakt til 757 relevante virksomheder, hvoraf 455 (60 procent) indvilgede i at deltage og efterfølgende gennemførte interviewet. Der er tale om en ganske tilfredsstillende svarprocent for en undersøgelse af denne type og længde.

Bilag

Virksomheder efter region

REGION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hovedstaden	74	16,3	16,3	16,3
	Sjælland	43	9,3	9,3	25,6
	Syddanmark	120	26,3	26,3	51,9
	Midtjylland	140	30,6	30,6	82,6
	Nordjylland	79	17,4	17,4	100,0
	Total	455	100,0	100,0	

Virksomheder efter branche

FBranchesS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CA Føde-, drikke- og tobaksvareindustri	84	18,5	18,5	18,5
	CB Tekstil- og læderindustri	10	2,3	2,3	20,8
	CC Træ- og papirindustri, trykkerier	36	8,0	8,0	28,7
	CD Olieraffinaderier mv.	1	,2	,2	28,9
	CE Kemisk industri	12	2,7	2,7	31,6
	CF Medicinalindustri	4	,9	,9	32,5
	CG Plast-, glas- og betonindustri	45	9,9	9,9	42,4
	CH Metalindustri	78	17,2	17,2	59,6
	CI Elektronikindustri	28	6,0	6,0	65,7
	CJ Fremst. af elektrisk udstyr	19	4,1	4,1	69,8
	CK Maskinindustri	79	17,3	17,3	87,1
	CL Transportmiddelindustri	15	3,2	3,2	90,3
	CM Møbel og anden industri mv.	44	9,7	9,7	100,0
	Total	455	100,0	100,0	

Virksomheder efter størrelse

ansatteint

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 35-49 ansatte	166	36,3	36,3	36,3
50-99 ansatte	153	33,5	33,5	69,9
100+ ansatte	137	30,1	30,1	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Virksomhedernes fremstilling i Danmark

Hvor stor en andel af virksomhedens fremstilling foregår i Danmark?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ingen fremstilling i DK	3	,6	,6	,6
Under 10%	18	4,0	4,0	4,6
10-19%	5	1,2	1,2	5,8
20-29%	14	3,1	3,1	8,9
30-39%	10	2,3	2,3	11,2
40-49%	8	1,7	1,7	12,9
50-59%	20	4,5	4,5	17,4
60-69%	13	2,8	2,8	20,2
70-79%	14	3,0	3,0	23,3
80-89%	41	9,0	9,0	32,2
90-99%	44	9,7	9,7	41,9
100%	263	57,7	57,7	99,6
Ved ikke	2	,4	,4	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Virksomhedernes markeder

Hvem, vil du sige, er virksomhedens primære kunder?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Andre virksomheder (b2b)	305	67,0	67,0	67,0
Forbrugere (b2c)	58	12,8	12,8	79,8
Offentlige organisationer og institutioner (b2g)	11	2,5	2,5	82,3
Blandet	80	17,5	17,5	99,8
Ved ikke	1	,2	,2	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Virksomhedernes eksport

Hvor stor en andel af omsætningen stammer fra eksport?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ingen eksport	63	13,7	13,7	13,7
Under 10%	42	9,2	9,2	23,0
10-19%	24	5,2	5,2	28,1
20-29%	41	8,9	8,9	37,1
30-39%	13	2,9	2,9	40,0
40-49%	18	4,1	4,1	44,0
50-59%	25	5,6	5,6	49,6
60-69%	27	6,0	6,0	55,7
70-79%	40	8,8	8,8	64,4
80-89%	37	8,1	8,1	72,5
90-99%	97	21,3	21,3	93,9
100%	17	3,8	3,8	97,6
Ved ikke	11	2,4	2,4	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Virksomhedernes omsætning fra egenudviklede produkter

Hvor stor en andel af omsætningen stammer fra produkter eller services, som virksomheden har udviklet inden for de sidste to år?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ingen egen udvikling	66	14,6	14,6	14,6
Under 10%	87	19,0	19,0	33,6
10-19%	81	17,7	17,7	51,3
20-29%	53	11,7	11,7	63,0
30-39%	27	5,9	5,9	68,9
40-49%	13	2,8	2,8	71,7
50-59%	22	4,9	4,9	76,7
60-69%	4	,9	,9	77,5
70-79%	3	,7	,7	78,2
80-89%	8	1,7	1,7	79,9
90-99%	6	1,3	1,3	81,3
100%	22	4,8	4,8	86,1
Ved ikke	64	13,9	13,9	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Virksomhedernes ambition for vækst

Hvad er ambitionen for virksomhedens vækst i de kommende 2 - 4 år?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Højere vækst end andre i branchen	284	62,3	62,3	62,3
Vækst som andre i branchen	131	28,8	28,8	91,1
Ikke nogen vækst	18	3,9	3,9	95,0
Vil være mindre end i dag	6	1,3	1,3	96,3
Ved ikke	17	3,7	3,7	100,0
Total	455	100,0	100,0	

Globalt orienterede virksomheder

Globalt orienterede virksomheder er en beregnet variabel. Virksomhederne er kategoriseret som globalt orienterede, hvis:

- Virksomheden har flere ansatte uden for Danmark end i Danmark.
- Mere end 50 procent af omsætningen stammer fra eksport.
- Mere end 50 procent af fremstillingsvirksomheden foregår uden for Danmark.

Globale – ikke globale

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nationalt orienterede virksomheder	161	35,4	35,4	35,4
Valid Globalt orienterede virksomheder	294	64,6	64,6	100,0
Total	455	100,0	100,0	