

Effektmåling af fælles erhvervsfremstød 2016-2017

- Evaluering for The Trade Council



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

Please contact:

DAMVAD Analytics

Havnegade 39

DK-1058 Copenhagen K

Info@damvad.com

damvad.com

DAMVAD Analytics

Engelbrektsgatan 5

114 32 Stockholm

Indholdsfortegnelse

1	Indledning	4
1.1	Hovedresultater	5
1.2	Centrale figurer	7
2	Metode	8
2.1	Undersøgelsen	8
3	Virksomheders formål med at deltage i erhvervsfremstød	12
4	Effekter vedrørende øget eksport på markedet	13
4.1	Samlet eksportvækst	13
4.2	Eksporteffekter i forhold til fremstødenes betydning	14
4.3	Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes formål med erhvervsfremstødet	16
4.4	Betydningen af officielle fremstød	17
4.5	Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes eksportandel	18
4.6	Eksporteffekter i forhold til marked	20
5	Effekter vedrørende øget etablering	22
5.1	Øget etablering i forhold til virksomhedernes størrelse	22
5.2	Fremstødenes betydning for etablering	23
5.3	Etableringseffekt i forhold til virksomhedernes formål med erhvervsfremstødet	24
5.4	Øget etablering i forhold til marked	25
5.5	Øget etablering i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød	26
6	Effekter vedrørende styrket kontakt	27
6.1	Fremstødenes betydning for kontakt	27
6.2	Styrket kontakt i forhold til marked	29
6.3	Styrket kontakt i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød	30
7	Betydningen af tilskud	33
7.1	Betydningen af tilskud i forhold til virksomhedsstørrelse	33
7.2	Betydningen af tilskud i forhold til marked	34
7.3	Betydningen af tilskud i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød	35

1 Indledning

The Trade Council giver støtte og tilskud til erhvervsfremstød, som understøtter danske virksomheders aktiviteter på markeder uden for Danmark. De primære formål med erhvervsfremstødene er:

1. Støtte til etablering på nye markeder
2. Forbedret kontakt til strategisk vigtige parter i sektoren og på markedet.
3. Øget eksport

Denne rapport afdækker de effekter, som virksomhederne oplever efter at have deltaget i fremstød i 2016 og 2017. Rapporten er en videreførelse og opdatering af resultaterne fra rapporten ”*Vurderede effekter af fælles erhvervsfremstød gennemført 2014-2015*”.

Der er i 2016 gennemført 92 fremstød og 114 fremstød i 2017. Undersøgelsen omhandler effekten hos virksomheder, som har deltaget på disse fremstød. I alt er 2.721 deltagere kontaktet igennem et spørgeskema, hvoraf 1.166 har svaret. Det giver en responsrate på 43 pct. Deres svar danner grundlag for rapportens resultater.

To eksempler på fremstød

Officielt erhvervsfremstød i Japan d. 10-13 oktober 2017 med D.K.H Kronprinseparret.

55 danske virksomheder deltog på det tre dage lange fremstød med fokus på fødevarer, design og sundhed. Under besøget fik de danske virksomheder mulighed for at vise produkter frem på seminarer og udstillinger i Tokyo. Derudover var der på fremstødet en underskrifts-ceremoni med ni danske virksomheder og deres japanske samarbejdspartnere.

Fælles erhvervsfremstød til Colombia: Erhvervsdelegation inden for miljø- og energisektoren

I juni 2017 rejste en erhvervsdelegation med deltagelse af 11 virksomheder til Colombia for at lære om de colombianske myndigheders udfordringer på miljø- og energiområdet, samt at få sat de danske virksomheder sammen med de relevante colombianske virksomheder og myndigheder i forhold til investeringsmuligheder. Dansk Industri stod for delegationen i samarbejde med den danske ambassade i Colombia.

Kilde Udenrigsministeriets hjemmeside og kongehuset.dk

1.1 Hovedresultater

Nedenstående punkter samler de vigtigste indsigter fra analysen.

- Virksomhederne oplevede en gennemsnitlig eksporteffekt ved at deltage i et erhvervsfremstød på 1,35 mio. kr. i 2016 og 2017. Vi kan ikke identificere store forskelle på effekten for små og mellemstore virksomheder (SMV'er) og større virksomheder.
- Den samlede oplevede eksporteffekt af erhvervsfremstødene er 1,8 milliarder kr. for virksomheder, der har deltaget i 2016 og 2,8 milliarder kr. i 2017.
- 42 pct. af virksomhederne vurderer, at erhvervsfremstødene i høj grad eller meget høj grad har haft betydning for deres øgede eksport på det pågældende marked.
- Virksomheder, der i forvejen har en forholdsvist stor eksport i forhold til omsætningen, oplever størst effekt af at deltage i fremstød. Ligeledes har fremstødene størst effekt for virksomheder, som i forvejen er etableret på det pågældende marked.
- 16 virksomheder har oplevet eksporteffekter på over 15 mio. kr. Enkelte har oplevet effekter på over 100 mio. kr. Mange af de virksomheder, som har oplevet disse store effekter, har deltaget på officielle fremstød.
- Fraset gruppen af virksomheder med meget store eksporteffekter er den gennemsnitlige eksporteffekt omtrent lige stor for fremstød med officiel deltagelse og almindelige fremstød i 2017. I 2016 er den gennemsnitlige eksporteffekt ca. 0,3 mio. kr. større for ikke-officielle fremstød.
- Ca. 63 pct. af de virksomheder, som har til formål at etablere sig på markedet, har gjort det eller forventer at gøre det efter fremstødet. Der er ikke nogen substantielle forskelle mellem verdens regioner i forhold til, hvor succesfulde virksomhederne efterfølgende har været til at etablere sig på markedet.
- Ca. 70 pct. af deltagerne på erhvervsfremstødene har opnået styrket kontakt til andre aktører, primært udenlandske virksomheder. Særligt større virksomheder opnår også kontakt til udenlandske myndigheder. Ca. en fjerdedel af de virksomheder, der har oplevet en kontakteffekt, har styrket kontakten til myndigheder i andre lande.
- Over 90 pct. af de deltagende virksomheder vurderer, at The Trade Councils tilskud til fremstødene har betydning for virksomhedernes deltagelse. Det har særligt stor betydning for SMV'erne, hvor 69 pct. tillægger det stor eller meget stor betydning.

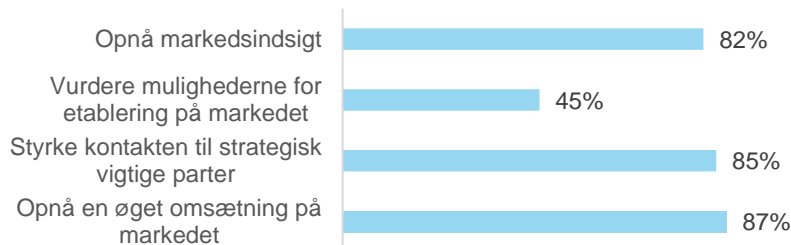
I rapporten omtales hhv. eksporteffekt, kontakteffekt og etableringseffekt. Her følger de tre definitioner:

- **Eksporteffekt:** Den realiserede og forventede øgede eksport som virksomheden oplever som følge af deltagelsen i erhvervsfremstødet
- **Kontakteffekt:** Opnåelse af styrket kontakt til (eller dialog med) strategisk vigtige parter på markedet for fremstødet.
- **Etableringseffekt:** Opnåelse af etablering på markedet for fremstødet via en af følgende kanaler: Direkte eksport, lokal agent, salg gennem datterselskab, anden form for partnerskab.

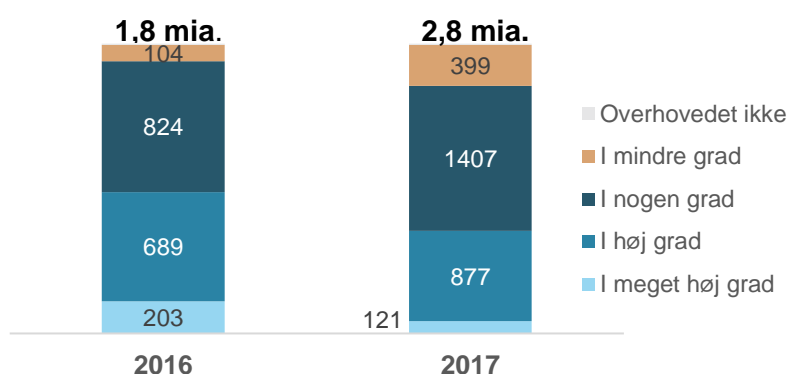
1.2 Centrale figurer

Vi har i dette afsnit samlet centrale figurer fra resten af rapporten.

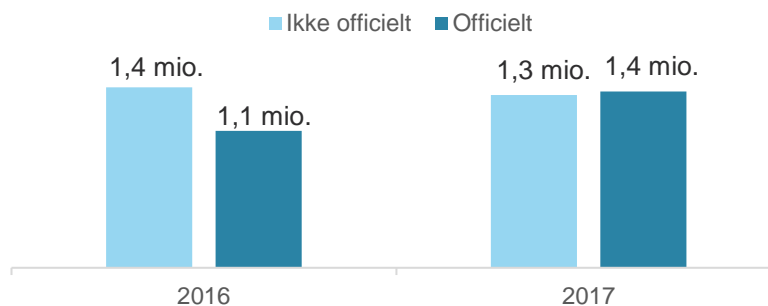
Virksomhedernes formål med at deltage i erhvervsfremstød, (andel af deltagere).



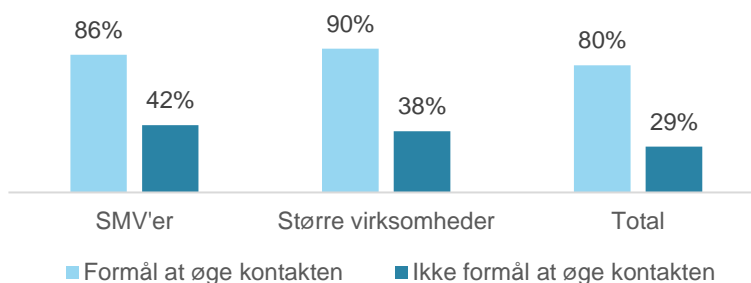
Samlet eksporteffekt i 2016 og 2017 opdelt på hvor høj grad eksportfremstødet var udslagsgivende for effekten (i mio. kr.).



Deltagernes gennemsnitlige eksporteffekt opdelt på om der var officiel deltagelse eller ej.



Andelen af virksomheder som har opnået kontakt til udenlandske kontakter, opdelt på hvorvidt det var formålet med deltagelse.



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse.

Note: Definitionen på en SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning.

2 Metode

Data er indsamlet ved hjælp af et spørgeskema, som er udsendt til samtlige deltagere på erhvervsfremstød i 2016 og 2017.

Spørgeskemaet afdækker virksomhedernes effekter af at deltage i erhvervsfremstødene ved bl.a. at kvantificere den eksportvækst, som virksomhederne har oplevet. Spørgeskemaet er med minimale sproglige ændringer det samme, som der lå til grund for de tidligere målinger, navnlig "Effekter af fælles eksportfremstød gennemført i 2010-2011" og "Vurderede effekter af fælles erhvervsfremstød gennemført i 2014-2015". Det betyder, at resultaterne kan sammenlignes med tidligere evalueringer.

Spørgeskemaer er en god metode til at indsamle information blandt mange respondenter. Det giver mulighed for at belyse mønstre og tendenser ved hjælp af statistiske analyser. Det er samtidig vigtigt at understrege den usikkerhed, der er forbundet med surveydata. Respondenterne kan ikke forventes at svare 100 pct. objektivt på alle spørgsmål og med fuld information. Samtidig kan respondenterne have svært ved at udtale sig om, hvad der ville være sket, hvis de ikke deltog på det pågældende fremstød. Derfor er det i vidt omfang *oplevede* effekter, som vi indsamler med spørgeskemaundersøgelsen.

Erfaring viser, at spørgeskemaer skal være fokuserede, lette at besvare og relativt korte. Ellers er der risiko for, at respondenter misforstår spørgsmål og/eller falder fra, inden spørgeskemaet er besvaret.

2.1 Undersøgelsen

Spørgeskemaet er udsendt til 2.721 personer, hvoraf 1.166 har svaret, hvilket svarer til en svarprocent på 43 pct., jf. tabel 2.1.

Tabel 2.1

Kategori	Antal
Udsendte spørgeskemaer (population)	2.721
Fuldendte besvarelser	1.166
Responstrate	43 pct.

Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse.

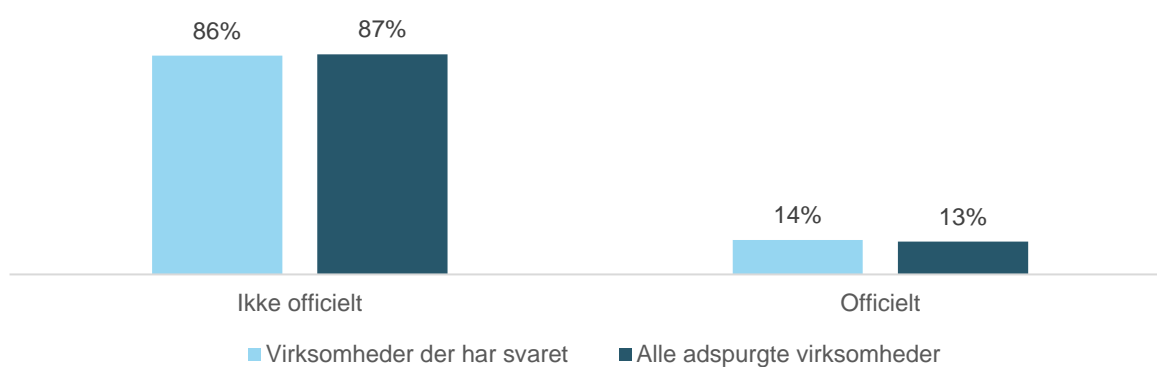
Med henblik på at vurdere om de 1.166 besvarelser er repræsentative for den fulde population af adspurgte virksomheder, har vi gennemført en såkaldt bortfaldsanalyse. Bortfaldsanalysen viser, at de 1.166 respondenter fordeler sig på stort set samme måde som hele populationen med hensyn til virksomhedsstørrelse, branche, geografisk marked, og om de har deltaget i

officielle eller ikke officielle fremstød. Der er altså ingen systematiske forskelle. Vi vurderer derfor, at stikprøven er repræsentativ og derfor valid til de efterfølgende analyser.

I figur 2.1 og 2.2 er det illustreret, hvorvidt dem der har gennemført spørgeskemaet minder om den samlede gruppe af virksomheder. De to udvalgte figurer viser, at dem der har gennemført spørgeskemaet fordeler sig meget ens i forhold til, hvorvidt fremstødet var officielt eller ej, og hvor virksomhederne er fordelt i landet.

Figur 2.2

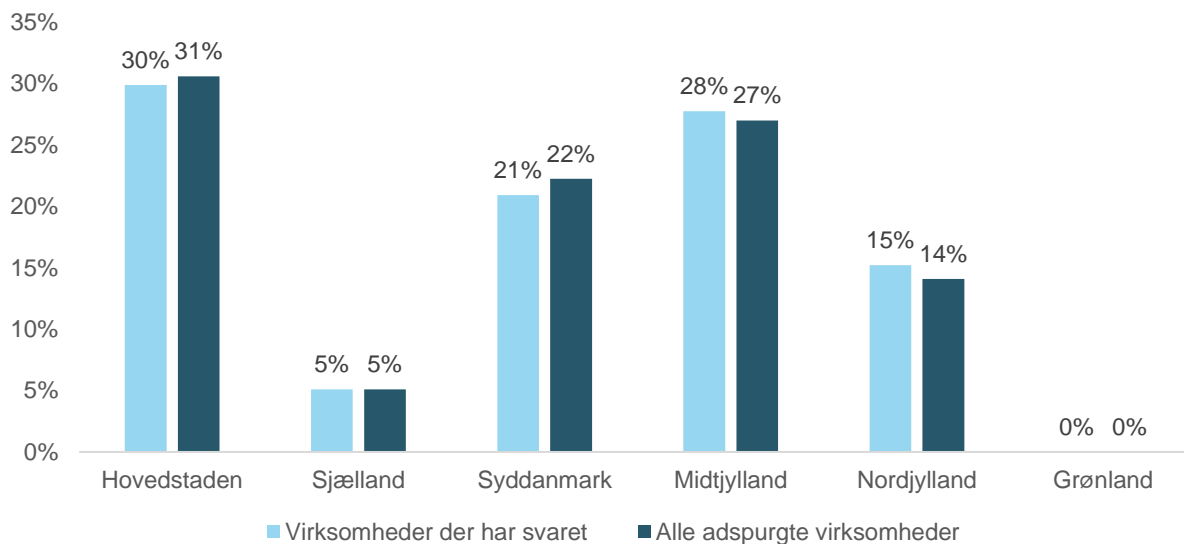
Bortfaldsanalyse; Officielle og ikke-officielle fremstød



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse.

Figur 2.2

Bortfaldsanalyse; Virksomheders region.



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse.

Vi har lavet tilsvarende analyser for branchefordeling, fordeling på fremstød og virksomhedsstørrelse. Også her er fordelingen stort set ens for dem der har gennemført, og dem der ikke har svaret.

I spørgeskemaet blev respondenterne bedt om at svare på spørgsmål om bl.a.:

- Baggrundoplysninger om virksomhederne, herunder hvorvidt de var til stede på det pågældende marked inden fremstødet, og hvor stor en del af virksomhedens samlede omsætning, der stammer fra udlandet.
- Formålet med at deltage i erhvervsfremstødet.
- Har virksomhederne efterfølgende opnået øget omsætning på markedet – eller forventer at opnå det kommende år – og i så fald sætte tal på stigningen.
- I hvor høj grad deltagelsen i erhvervsfremstødet var udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet.
- Hvorvidt virksomheden efterfølgende har etableret sig på markedet i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller andet.
- I hvor høj grad erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet.
- Hvorvidt kontakten/dialogen med forskellige parter er styrket.

57 pct. af deltagerne har ikke besvaret spørgeskemaet. Når vi summerer de indrapporterede omsætningseffekter, vil vi altså mangle oplysninger for over halvdelen af deltagerne på

fremstødene. Derfor har vi opregnet de indrapporterede omsætningseffekter til den fulde population. De omsætningseffekter, som vi afrapporterer i denne rapport, er altså et estimat for den fulde effekt for alle virksomheder, der har deltaget.

Den fulde effekt opgør vi ved i første omgang at beregne den gennemsnitlige omsætningseffekt for de virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet, og så gange op med de virksomheder, der ikke har svaret.

16 virksomheder har angivet meget store eksporteffekter (over 15 mio.). Dem har vi ikke regnet med i de gennemsnitlige effekter, da de vil skrævrive det samlede billede. Deres enkeltstående eksport er dog lagt til i de samlede effektberegninger. Denne tilgang giver det mest retvisende billede af hvor stor effekten er af fremstødene. Fremgangsmåden er gennemgående for hele rapporten: Samlede effekter er inklusiv outliers og gennemsnitlige effekter eksklusiv outliers, med mindre andet er angivet.

3 Virksomheders formål med at deltage i erhvervsfremstød

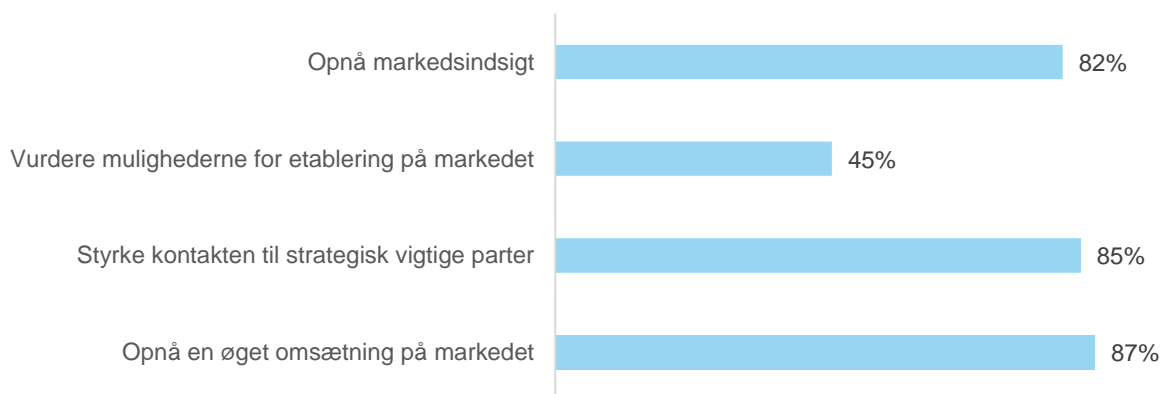
Virksomheder deltager i erhvervsfremstød af mange forskellige årsager. Vi har i spørgeskemaet spurgt ind til fire årsager. Disse er ikke gensidigt udelukkende. Derfor har respondenterne kunne vælge flere svar.

Den primære årsag til at deltage er at opnå øget omsætning på markedet. Knap ni ud af ti virksomheder ser det som et formål med at deltage i et erhvervsfremstød. Næsten lige så mange angiver, at de ønsker at styrke kontakten til strategiske partnere og opnå markedsindsigt på et erhvervsfremstød. Lidt under halvdelen angiver, at de vil vurdere muligheden for at etablere sig på markedet, som et formål med at deltage i erhvervsfremstødet

Figur 3.1

Virksomhedernes formål med at deltage

Var formålet med erhvervsfremstødet at:



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n=1166.

4 Effekter vedrørende øget eksport på markedet

I spørgeskemaet har virksomhederne angivet, hvor meget omsætningen er vokset (eller de forventer, at den vokser) på det marked, som erhvervsfremstødet er foregået på. Det er et centralt formål for virksomhederne at opnå øget omsætning som følge af erhvervsfremstødene.

Vi omtaler igennem afsnittet "eksporteffekten" flere gange. Vi definerer eksporteffekten som: Den realiserede og forventede øgede eksport som virksomheden oplever som følge af deltagelsen i erhvervsfremstødet. Igennem hele rapporten anvender vi en definition af SMV'er med to nødvendige betingelser: Virksomheden har op til 100 ansatte (målt i fuldtidsstillinger) og virksomheden har en omsætning på op til 150 mio. kr. i seneste regnskabsår.

4.1 Samlet eksportvækst

I tabel 4.1 er de samlede eksporteffekter af erhvervsfremstødene samlet. I gennemsnit har virksomheder haft en eksporteffekt på 1,25-1,45 millioner kr. af deltagelse på et erhvervsfremstød afholdt i 2016 og 2017.

Tabel 4.1

Samlede vurderede eksporteffekter i 2016 og 2017

Har din virksomhed efter deltagelse i erhvervsfremstødet opnået øget opsætning på markedet?

		2016	2017
SMV	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	328	447
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport* pr. deltager	1,4 mio. kr.	1,28 mio. kr.
	Samlet antal deltagere	899	982
	Samlet effekt **	1.317 mio. kr.	1.290 mio. kr.
	Større virksomheder	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	150
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport* pr. deltager	1,25 mio. kr.	1,45 mio. kr.
	Samlet antal deltagere	386	454
	Samlet effekt **	512 mio. kr.	1.441 mio. kr.
Total	Deltagere som har angivet om eksporten øges eller ej	478	688
	Gennemsnitlig øget eksport og forventet øget eksport* pr. deltager	1,35 mio. kr.	1,34 mio. kr.
	Samlet antal deltagere	1.285	1.436
	Samlet effekt (eksl. outlier) **	1.734 mio. kr.	1.909 mio. kr.
	Samlet effekt (inkl. outlier) **	1.827 mio. kr.	2.815 mio. kr.

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2017 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse. Note: *Den gennemsnitlige eksporteffekt er beregnet på basis af alle besvarelser i spørgeskemaet. Har en virksomhed, som ellers har gennemført spørgeskemaet, ikke svaret på spørgsmålet, er effekten angivet til "ikke svaret". Det samme gør sig gældende hvis en virksomhed har svaret "ved ikke". **Den samlede effekt er udregnet ved at opregne de gennemsnitlige effekter til populationen. Outliers er ikke inkluderet i beregningen af den gennemsnitlige effekt, men efterfølgende medregnet i de samlede effekter. Der er i alt 16 outliers i datasættet. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning.

Samlet set kan vi på baggrund af de indrapporterede oplysninger data konkludere, at virksomheder efter deltagelse i erhvervsfremstød i 2016 og 2017 har opnået eller forventer at opnå eksport for henholdsvis 1,83 mia. kr. og 2,82 mia. kr.

De gennemsnitlige effekter for henholdsvis SMV'er og større virksomheder er relativt ens. Det fremgår, at SMV'er (Op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning.) i 2016 har haft en gennemsnitlige øget eksport på 1,4 mio. kr. og 1,3 mio. kr. i 2017. Opregnes det til alle SMV-virksomheder der har deltaget i erhvervsfremstød, giver det en samlet eksporteffekt på 1,31 mia. kr. i 2016 og 1,29 mia. kr. i 2017.

De gennemsnitlige effekter for større virksomheder ligger på nogenlunde samme niveau. I 2016 var det på 1,2 mio. kr. i gennemsnit pr. virksomhed og i 2017 1,5 mio. kr. De samlede eksporteffekter for større virksomheder bliver derfor 512 mio. kr. i 2016 og 1,45 mia. kr. i 2017. De mindre samlede effekter for større virksomheder i 2016 skyldes primært, at der er færre større virksomheder, som har deltaget i erhvervsfremstød det år.

4.2 Eksporteffekter i forhold til fremstødenes betydning

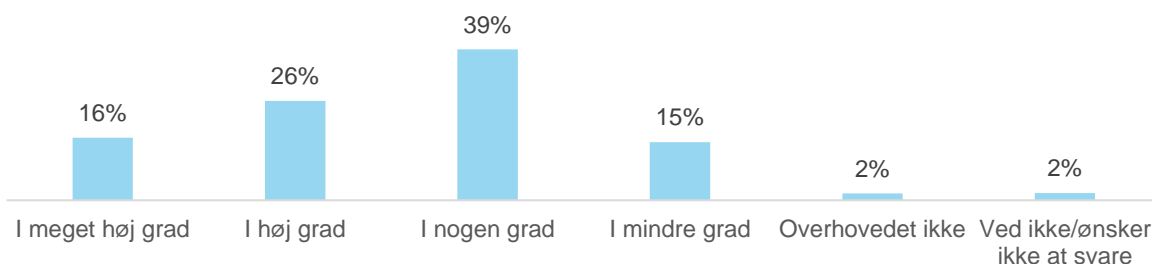
Det er ikke meningsfyldt at tilskrive den fulde eksporteffekt til erhvervsfremstødene. Og det er ikke muligt fuldstændigt ved hjælp af spørgeskemaundersøgelser at isolere den del af eksporteffekten, som kan tilskrives erhvervsfremstødet. For mange virksomheder er deltagelse i erhvervsfremstød del af en eksportstrategi, hvor virksomhederne også gør andre tiltag for at øge eksporten.

De virksomheder, som har angivet en realiseret eller forventet eksporteffekt, har angivet i hvor høj grad de vurderer, at erhvervsfremstødet har været udslagsgivende. Resultatet er vist i figur 4.1.

Figur 4.1

Erhvervsfremstødernes betydning for de oplevede eksporteffekter

I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet?



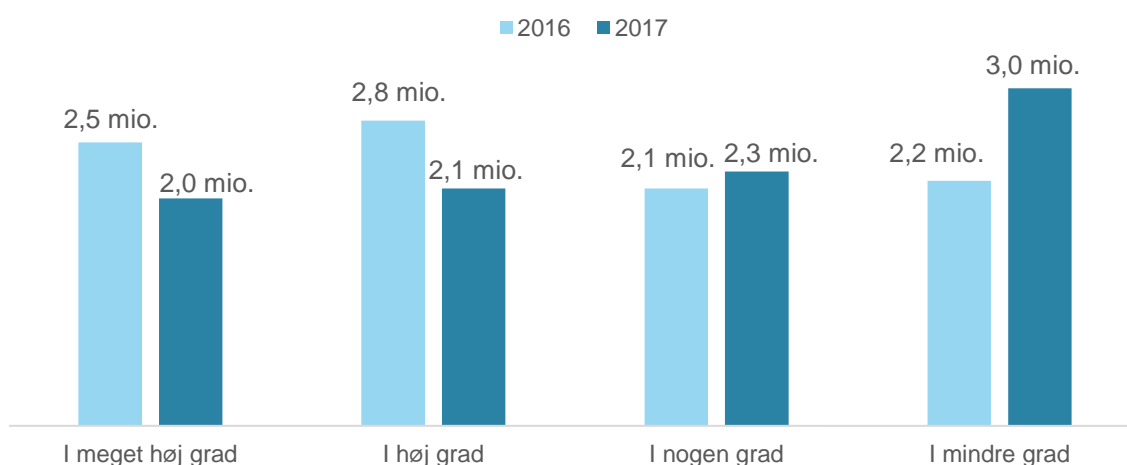
Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n=682

98 pct. af alle virksomhederne vurderer, at fremstødet i en eller anden udstrækning har været en medvirkende faktor. 42 pct. vurderer, at fremstødet i høj grad eller meget høj grad har været udslagsgivende.

I figur 4.2 fremgår den gennemsnitlige eksport effekt i hhv. 2016 og 2017 fordelt på, hvor stor betydningen virksomheder har tillagt fremstødet. Der er ikke nogen entydig sammenhæng mellem størrelsen på eksporteffekten og virksomhedernes vurdering af, hvor udslagsgivende fremstødet har været.

Figur 4.2

Gennemsnitlig forventet eksporteffekt (kr.) i forhold til fremstødets betydning for den øgede omsætning.



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)=262, N(2017)= 388. Outliers ikke inkluderet

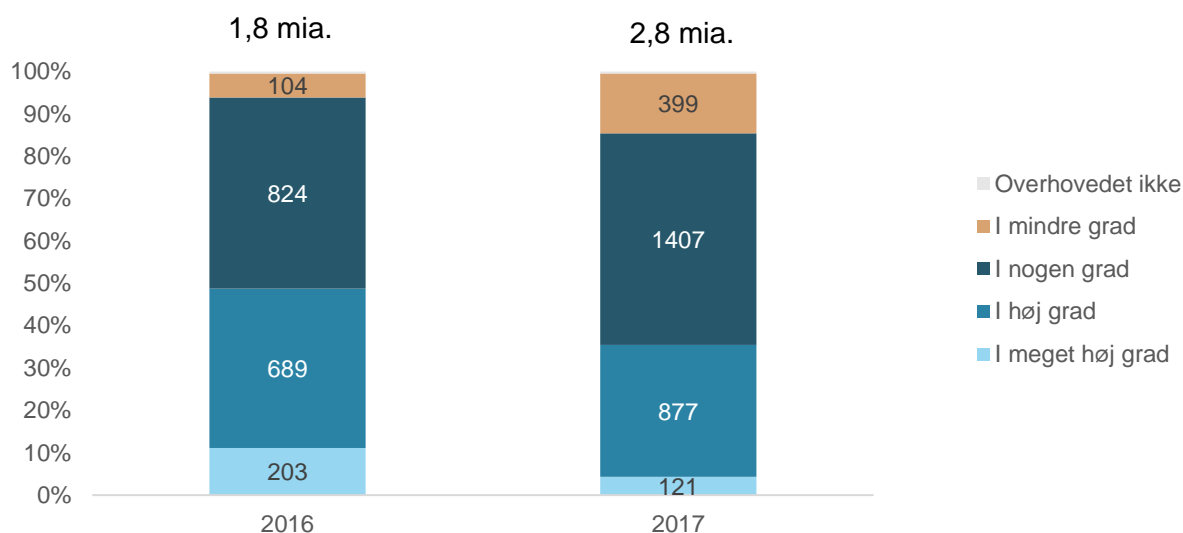
Note: Beregnet effekt opdelt på spørgsmålet *I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet?*

I figur 4.3 er de samlede eksporteffekter for populationen opdelt på vurderingen af vigtigheden af erhvervsfremstødet. I både 2016 og 2017 er stammer størstedelen af den samlede eksporteffekt fra virksomheder, som tilskriver erhvervsfremstødet betydning i nogen grad eller mere. I 2016 var næsten halvdelen af den samlede eksport fra virksomheder, som har vurderet, at erhvervsfremstødet var udslagsgivende "I meget høj grad" eller "I høj grad". I 2017 var tallet faldet til 35 pct.

I både 2016 og 2017 stammer kun 0,4 pct. af den samlede eksport fra virksomheder, som ikke tilskriver nogen effekt til fremstødet overhovedet.

Figur 4.3

Samlet eksporteffekt (mio. kr.) fordelt efter deltagerens vurdering af, hvorvidt erhvervsfremstødet var udslagsgivende for eksporteffekten.



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)= 272, n(2017)=408.

Note: Beregnet effekt opdelt på spørgsmålet *I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for den (forventede) øgede omsætning på markedet?*

4.3 Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes formål med erhvervsfremstødet

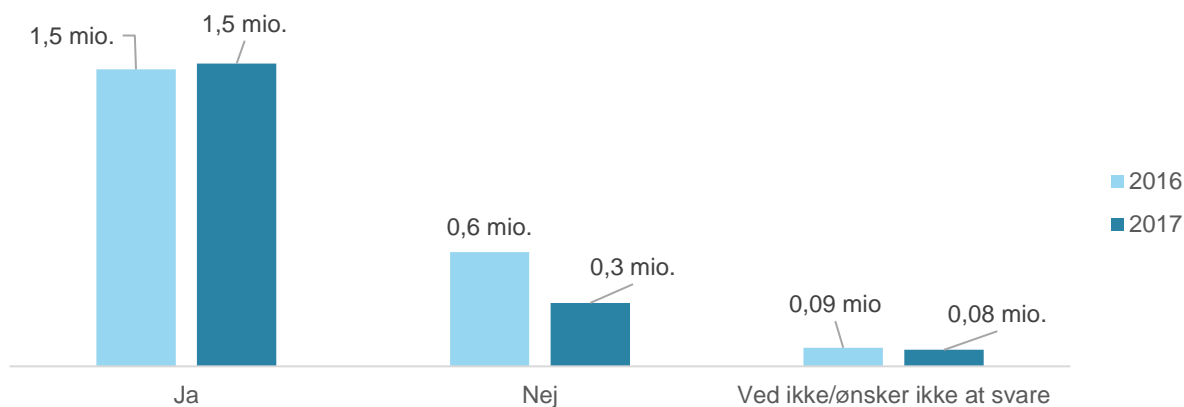
I spørgeskemaet blev deltagerne spurgt ind til formålet med at deltage i erhvervsfremstødet (som præsenteret i kapitel 3). I figur 4.3 er den gennemsnitlige eksporteffekt opdelt på, om øget eksport var en del af formålet med deltagelsen. Analysen viser, at de virksomheder, som havde til formål at øge eksporten, også opnåede større eksporteffekter. Eksporteffekten er således næsten tre gange så stor i 2016 og næsten 5 gange så stor i 2017.

De virksomheder, som har svaret "ved ikke/ønsker ikke at svare", oplever ligeledes små eksporteffekter.

Figur 4.4

Gennemsnitlig forventet eksport fordelt ud fra hvorvidt det var til formål at opnå øget omsætning

Var formålet med erhvervsfremstødet at opnå en øget omsætning på markedet?



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)= 272, n(2017)=408.

Note: Beregnet effekt opdelt på spørgsmålet *Var formålet med erhvervsfremstødet at opnå en øget omsætning på markedet?*

4.4 Betydningen af officielle fremstød

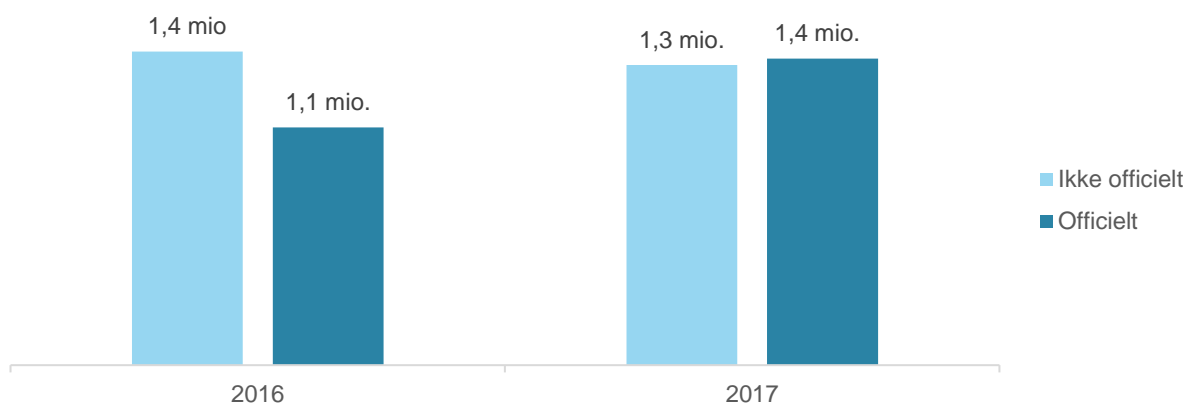
På enkelte af erhvervsfremstødene deltager medlemmer af "det officielle Danmark". Dvs. medlemmer af kongehuset eller ministre. De fremstød kaldes under en samlet betegnelse for de officielle fremstød.

Formålet med deltagelsen er at tiltrække større opmærksomhed og beslutningskraft til delegationen. Det skal på den måde give et højere niveau at handel med lokale aftagere af virksomhedernes vare og kontakt til myndigheder lokalt.

Mod forventning er eksporteffekten på niveau eller under i de to undersøgte år. I 2016 var den gennemsnitlige eksporteffekt ca. 0,3 mio. kr. mindre for officielle fremstød. I 2017 var effekten for de officielle fremstød omtrent på niveau med de ikke-officielle fremstød, se figur 4.5.

Figur 4.5**Gennemsnitlig forventet eksport for officielle og ikke-officielle fremstød**

Hvor meget forventer virksomheden at øge omsætningen på markedet inden for det kommende år?



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)= 476, n(2017)=676.

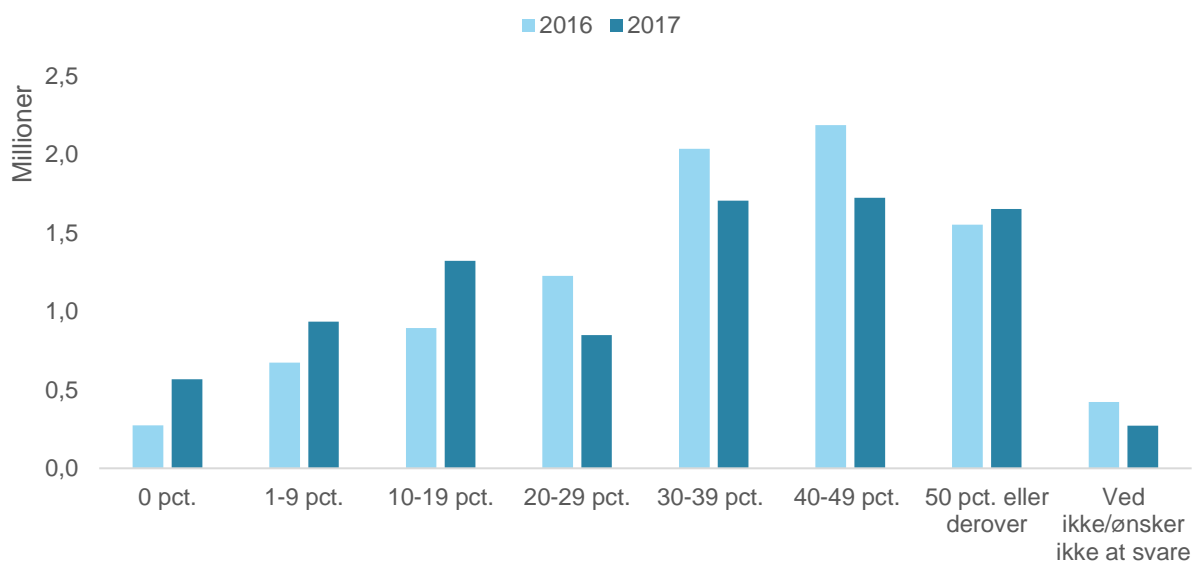
Billedet er dog et andet, hvis de 16 outliers med store effekter tages med i gennemsnitsberegningen. Således er 25 pct. af virksomhederne med meget store effekter, fra officielle fremstød. Outlierne er altså overrepræsenteret ved de officielle fremstød. Når disse tages med i gennemsnitsberegningen, er effekten af officielle fremstød ca. 0,5 mio. kr. større i både i 2016 og 2017. Det tyder på, at der i forlængelse af de officielle fremstød er blevet indgået enkelte meget store aftaler, som driver den samlede eksporteffekt op.

4.5 Eksporteffekter i forhold til virksomhedernes eksportandel

Virksomhederne som deltager i erhvervsfremstød er meget forskellige. Nogle har allerede stor erfaring med eksport, mens andre kun har begrænset erfaring. Det kan forventes at påvirke en virksomheds evne til at udnytte mulighederne i et eksportfremstød. I figur 4.6 er eksporteffekten angivet, fordelt på hvor stor virksomhedernes samlede eksportandel af omsætning.

Figur 4.6

Gennemsnitlig forventet eksport (kr.) fordelt på virksomhedernes samlede eksportandel



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)= 475, n(2017)=618

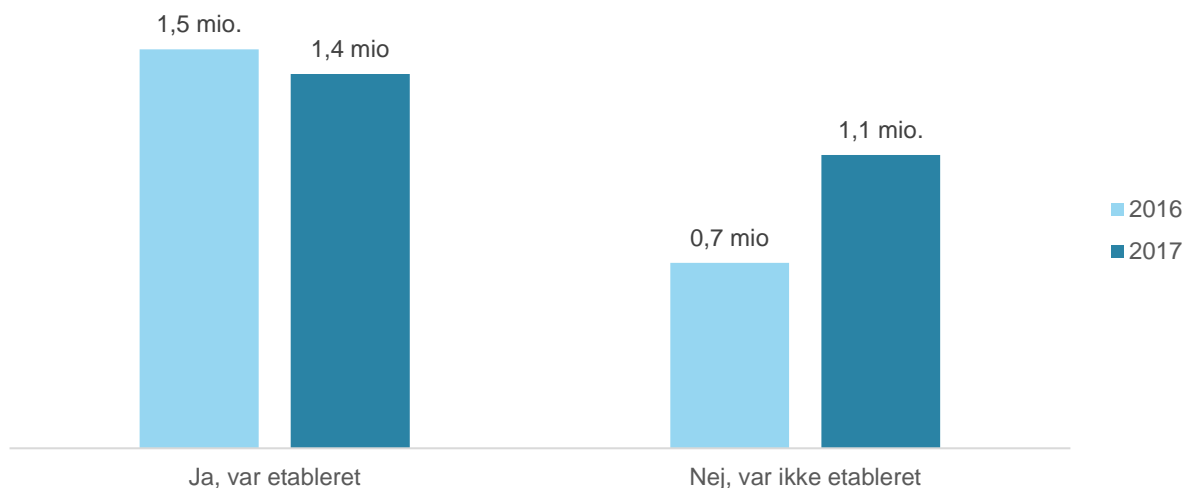
Note: Beregnet effekt opdelt på spørgsmålet *Hvor stor en andel af virksomhedens/koncernens samlede omsætning stammer fra udlandet?*

Vi ser en tydelig tendens til, at virksomheder, som i forvejen har en betydelig andel af deres omsætning fra eksport, oplever en større eksporteffekt som følge af erhvervsfremstødet. Resultatet bekræfter forventningen om, at eksportvirksomheder bedre er i stand til at udnytte mulighederne på erhvervsfremstødene.

Vi har også undersøgt, om det har betydning, hvorvidt virksomheden i forvejen er etableret på markedet for fremstødet. Her ser vi, at de gennemsnitlige eksporteffekter er større i både 2016 og 2017 for de virksomheder, der allerede var etableret. I 2016 var effekten i gennemsnit 0,8 mio. større. I 2017 var effekten i gennemsnit knap 0,4 mio. kr. større. Forskellen er afbilledet i figur 4.7.

Figur 4.7

Gennemsnitlig eksporteffekt i forhold til om virksomheden var etableret* på det pågældende marked inden erhvervsfremstødet, mio. kr.



Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse, n(2016)= 475, n(2017)=618

*Etableret i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent, anden form for partnerskab eller øvrigt.

Note: Beregnet effekt opdelt på spørgsmålet *Hvor stor en andel af virksomhedens/koncernens samlede omsætning stammer fra udlandet?*

4.6 Eksporteffekter i forhold til marked

Eksporteffekterne varierer afhængigt af, hvor i verden fremstødet bliver afholdt. I tabel 4.2. fremgår de gennemsnitlige og totale effekter.

I 2016 gav fremstød i Asien den største gennemsnitlige eksporteffekt til virksomhederne. Her gav et fremstød i gennemsnit en eksporteffekt på 1,8 mio. kr. Fremstød i Mellemøsten var de mindst effektive i forhold til at skabe øget eksport, hvor virksomheder oplevede en gennemsnitlig effekt på 0,9 mio. kr. i 2016.

I 2017 var det fremstød i Amerika, som havde størst gennemsnitlig effekt på 1,9 mio.kr. Det var fortsat fremstød i Mellemøsten, der gav de mindste gennemsnitlige effekter. Et fremstød i Mellemøsten gav i gennemsnit en eksporteffekt på 0,8 mio. kr.

Langt de fleste fremstød bliver gennemført i Europa. Derfor er det også der, at de største totale eksporteffekter findes.

Tabel 4.2

Gennemsnitlig eksporteffekt i fordelt på markedet for fremstødet.

	2016			2017		
	Antal Respondenter (population)	Gennemsnitlig eksport effekt (kr.)	Samlet forventet eksporteffekt	Antal Respondenter (population)	Gennemsnitlig eksport effekt (kr.)	Samlet forventet eksporteffekt
Amerika	56(156)	1,7 mio.	261 mio.	71(144)	1,9 mio.	275 mio.
Asien	39(118)	1.8 mio.	207 mio.	135(295)	1.5 mio.	439 mio.
Europa	286(736)	1,4 mio.	1013 mio.	381(784)	1,3 mio.	1023 mio.
Mellemøsten	80(235)	0,9 mio.	214 mio.	57(124)	0,8 mio.	96 mio.
Øvrige	17(49)	1,0 mio.	41 mio.	44(89)	1,0 mio.	92 mio.
Total	478(1285)	1,3 mio.	1738 mio.	688(1436)	1.3 mio.	1927 mio.

Kilde: DAMVAD Analytics på baggrund af spørgeskemaundersøgelse,

:

5 Effekter vedrørende øget etablering

Virksomheder skal etableres på et givent marked for at opnå omsætning eller anden aktivitet på markedet. Etableringen kan ske på følgende vis:

- Direkte eksport
- Agent
- Salg gennem datterselskab
- Anden form for partnerskab

Det følgende afsnit kortlægger, i hvilket omfang de fælles erhvervsfremstød har hjulpet danske virksomheder med at etablere sig på udenlandske markeder. Det kalder vi etableringseffekten.

5.1 Øget etablering i forhold til virksomhedernes størrelse

Virksomhederne har forskellige formål med fremstødene. Nogle af disse har primært til formål at undersøge mulighederne for at etablere sig, mens andre for eksempel har til formål at styrke relationen med eksisterende kunder eller få nye kontakter samt kontakter på et højere niveau.

I alt har 255 SMV'er og 67 større virksomheder opnået eller forventer at opnå etablering på det udenlandske marked efter fremstød i 2016 og 2017. Det betyder, at ca. 63 pct. af samtlige virksomheder, som deltog med formål at etablere sig, enten har opnået etablering på eksportmarkedet eller forventer at gøre det, jf. tabel 5.1.

Tabel 5.1

Etableringseffekten i forhold til virksomhedernes størrelse

	2016		2017		I alt
	SMV'er	Større virksomheder	SMV'er	Større virksomheder	
Antal deltagere med formål at etablere sig	145	52	230	82	509
Antal heraf som har etableret sig, eller forventer at gøre det	96	23	159	44	322
Etableringseffekt i pct.	66 pct.	44 pct.	69 pct.	54 pct.	63 pct.

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: Antallet af deltagere som har etableret sig eller forventer at gøre det, er i denne tabel kun angivet for dem, der havde til formål at etablere sig. Der er virksomheder der har etableret sig, som ikke havde det til formål, derfor er tallene reelt højere. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning. Tallene er beregnet ud fra spørgsmål *Har virksomheden siden erhvervsfremstødet etableret sig på markedet i form af direkte eksport, salg gennem datterselskab, agent eller med anden form for repræsentant eller partnerskab?* af andelen, som har svaret ja til spørgsmålet *Var formålet med erhvervsfremstødet at vurdere mulighederne for etablering på markedet?*

Andelen, der lykkes med at etablere sig, er større for SMV'erne end for de store virksomheder. For SMV'erne er det omtrent to-tredjedel af virksomhederne, som formår at etablere sig på markedet, mens det for de større virksomheder er lidt mindre, omkring halvdelen.

5.2 Fremstødenes betydning for etablering

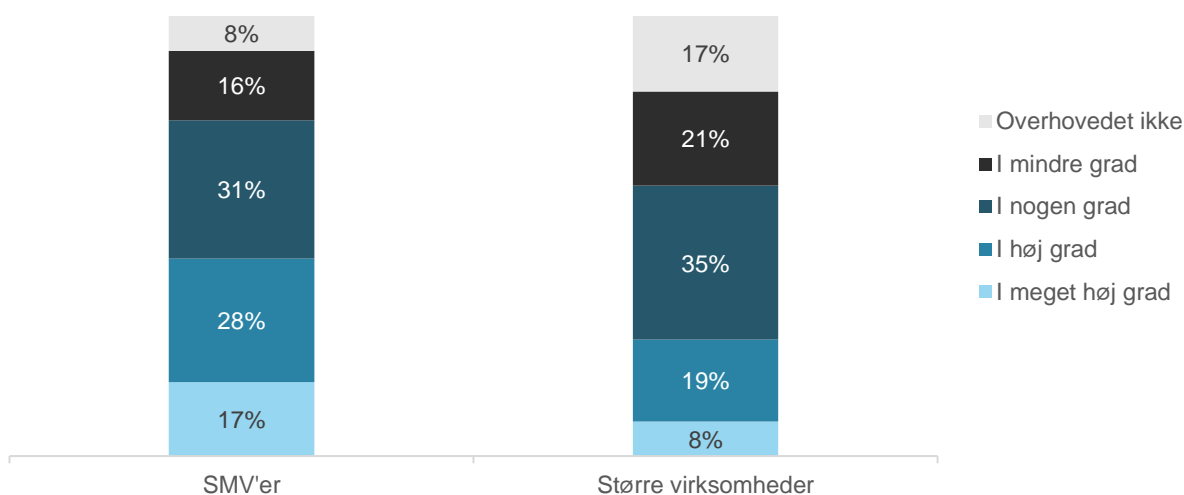
Respondenterne har i spørgeskemaet angivet, i hvilken grad de vurderer, at erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens etablering på markedet. Ud af de virksomheder, der enten har etableret sig siden erhvervsfremstødet eller forventer at etablere sig, angiver ca. 40 pct. af virksomhederne, at etableringen i meget høj grad eller i høj grad skyldes erhvervsfremstødene.

Fremstødene har haft størst betydning for SMV'ernes etablering. 45 pct. af SMV'erne angiver, at etableringen i meget høj grad eller i høj grad kan tilskrives erhvervsfremstødene. For større virksomheder er det tilsvarende tal på 27 pct. Kun 8 pct. af SMV'erne og 17 pct. af de større virksomheder angiver, at erhvervsfremstødet overhovedet ikke har haft nogen betydning for etableringen, se figur 5.1.

Figur 5.1

Etableringseffekten i forhold til virksomhedernes størrelse

I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet?



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 417 for SMV og N = 140 for Større virksomheder. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning.

En mulig forklaring på forskellen for SMV'er og større virksomheder er, at SMV'er har større gavn af hjælp til at undersøge det pågældende marked og få de rette kontakter. Større virksomheder har i højere grad kapacitet og kompetencer til at gøre det selv.

5.3 Etableringseffekt i forhold til virksomhedernes formål med erhvervsfremstødet

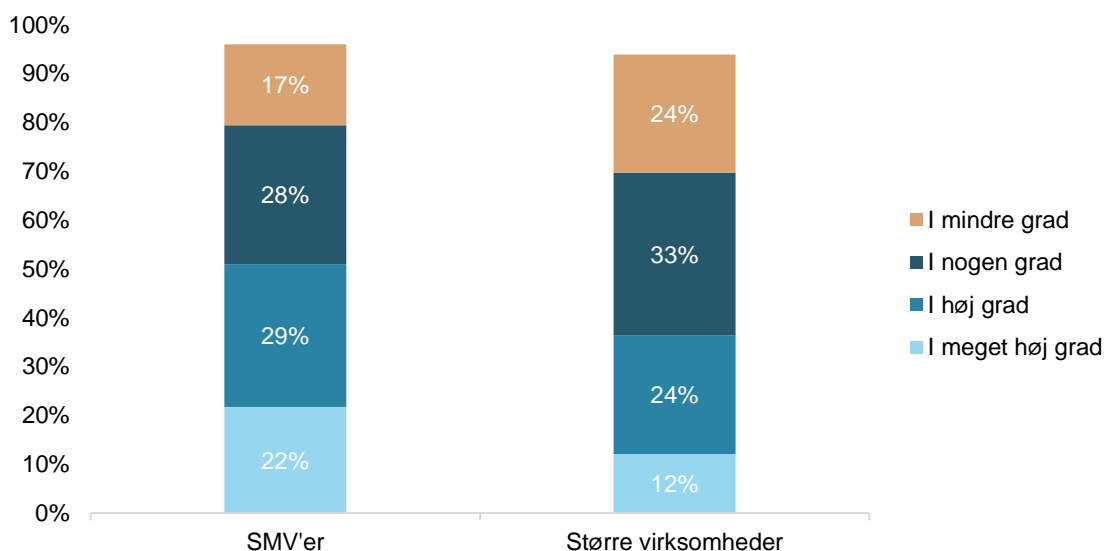
Næsten halvdelen af de deltagende virksomhederne har tilkendegivet, at et af deres formål med at deltage i erhvervsfremstød var at vurdere mulighederne for etablering.

Der er forskel på, hvilken betydning virksomhederne tilskriver erhvervsfremstødene, afhængigt af om formålet med deltagelsen var at vurdere mulighederne for etablering på markedet. Etableringseffekten er tydeligst for deltagere, som i høj og meget høj grad havde til formål at vurdere muligheden for at etablere sig. For virksomheder, der havde til formål at vurdere mulighederne for etablering, angiver 51 pct. af SMV'erne og 36 pct. af de større virksomheder, at etableringen i høj eller meget høj grad kan tilskrives erhvervsfremstødene, jf. figur 5.2.

Figur 5.2

Vurdering af fremstødernes betydning for etablering for dem, isoleret for virksomheder der havde til formål at vurdere mulighederne for etablering

I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet?



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 253 for SMV og N = 66 for Større virksomheder. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning. Spørgsmålet *I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet?*

for dem der har angivet Ja til spørgsmålet *Var formålet med erhvervsfremstødet at vurdere mulighederne for etablering på markedet?*

5.4 Øget etablering i forhold til marked

I nedenstående afsnit præsenteres effekterne af fremstødene for øget etablering i forskellige markeder. Overordnet set viser tabel 5.2, at den geografiske afstand til det fremmede marked ikke nødvendigvis har en stor betydning i forhold til etableringseffekterne af erhvervsfremstødene. Der er relativt høje positive etableringseffekter for alle markederne. Altså har The Trade Council positiv indvirken i alle regioner. I Amerika, Asien, Europa og Mellemøsten har over fire ud af fem deltagere, der havde til formål at etablere sig, i 2016 opnået etablering som følge af fremstødene. I 2017 var etableringseffekterne endnu højere med etableringseffekt helt op til 97 pct. i erhvervsfremstød i Amerika (for virksomheder der havde til formål at etablere dig).

Tabel 5.2

Andelen af virksomheder, hvor fremstødet har haft positiv indvirken på etableringen, i forhold til fremstødets region, for virksomheder der havde til formål at etablere sig.

	2016		2017	
	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*	Antal deltagere som har opnået etableringseffekt	Andel*
Amerika	23	82 pct.	36	97 pct.
Asien	23	85 pct.	51	84 pct.
Europa	110	89 pct.	183	93 pct.
Mellemøsten	33	89 pct.	19	95 pct.
Øvrige	3	60 pct.	19	83 pct.
Total	192	87 pct.	308	91 pct.

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

*Note: I tabellens total indgår kun virksomhederne som har opnået etablering på markedet. Andelen angiver hvor mange af de virksomheder som tilskrives dele af den etablering til erhvervsfremstødet.

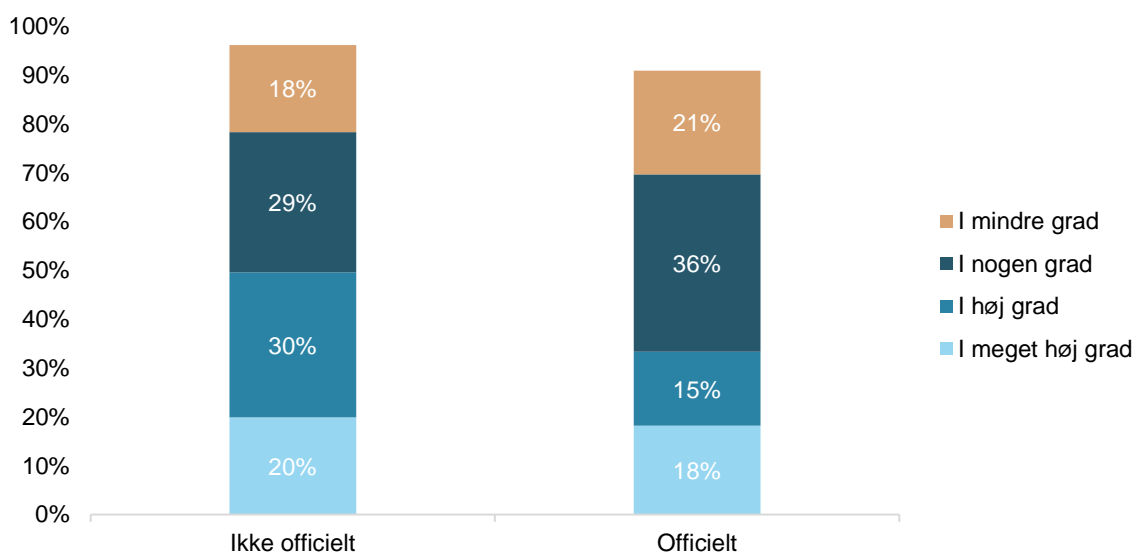
5.5 Øget etablering i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød

De deltagere, der havde til formål at etablere sig på markedet, er blevet spurgt om, i hvor høj grad fremstødet blev afgørende for deres etablering på markedet. Vi ser omtrent den samme effekt for de ikke-officielle og de officielle fremstød. Dog er andelen, der vurderer at fremstødene i høj eller meget høj grad havde betydning noget større på de ikke-officielle fremstød. Halvdelen af deltagerne ved ikke-officielle fremstød angiver, at fremstødet i høj eller meget høj grad har haft betydning for deres etablering. For deltagere på officielle fremstød er det 33 pct. Der er ikke nogen markante forskelle på hvor vidt de officielle er med deltagelse af kongelige eller statsministeren ("Super-officielle"), og de øvrige officielle fremstød.

Figur 5.3

Øget etablering fordelt på om fremstødet er officielt eller ej, for dem hvor formålet var at vurdere mulighederne for etablering

I hvor høj grad vurderer du, at deltagelsen i erhvervsfremstødet har været udslagsgivende for virksomhedens (planer om) etablering på markedet?



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 33 for Officielt og N = 286 for ikke-Officielt. Spørgsmålet er fordelt på hvorvidt erhvervsfremstødet er officielt eller ej.

6 Effekter vedrørende styrket kontakt

I følgende afsnit ses på kontakteffekter, det vil sige om fremstødene har haft/forventes at få i form af styrket kontakt til eller dialog med strategisk vigtige parter på markedet for fremstødet. Disse effekter sættes i forhold til følgende faktorer:

- Virksomhedernes formål med fremstødet
- Region/marked
- Officielle/ikke-officielle fremstød

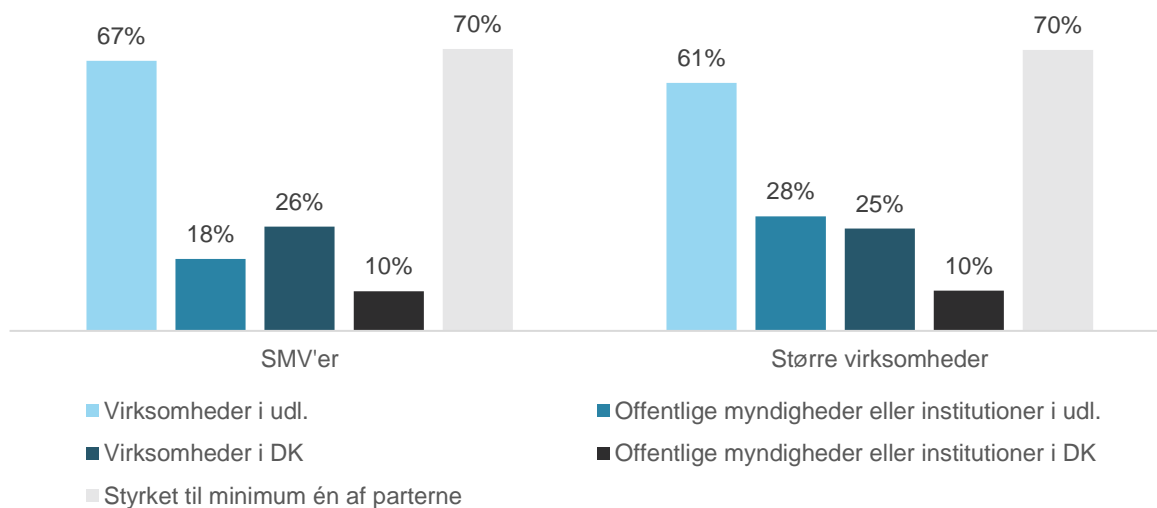
6.1 Fremstødernes betydning for kontakt

Overordnet set er der ikke store forskelle på kontakteffekterne for SMV'er og større virksomheder. 70 pct. af virksomhederne uanset størrelse angiver, at de har opnået kontakt til enten en virksomhed eller en offentlig myndighed/institution, enten dansk eller udenlandsk, se figur 6.1.

Figur 6.1

Parter hvortil kontakten er styrket

Til hvilke parter er kontakten/dialogen styrket?



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 775 for SMV'er og N = 391 for større virksomheder. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning. Deltagerne kunne vælge flere svarmuligheder.

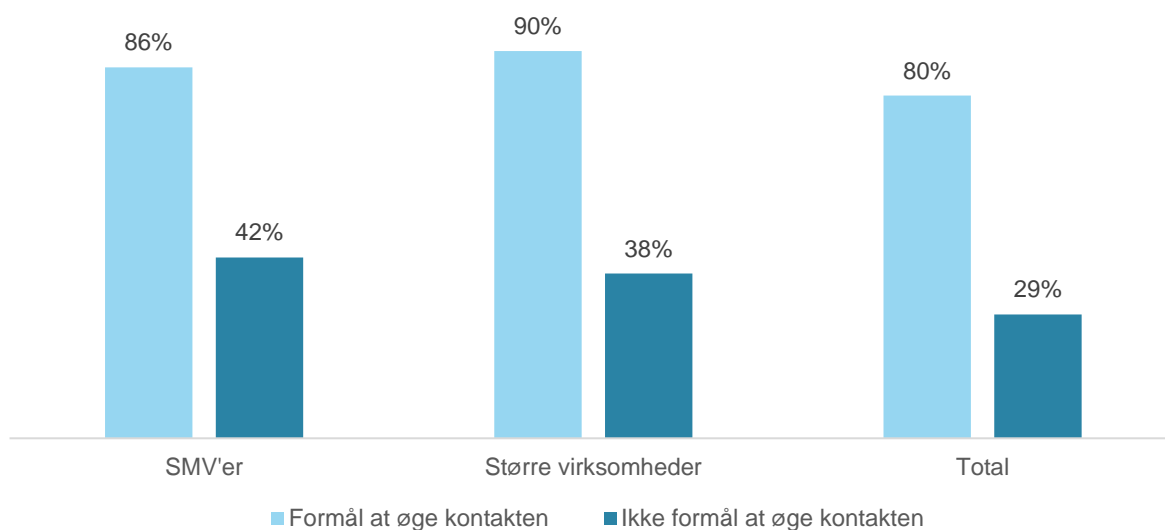
Deltagerne formår især at få kontakt til udenlandske virksomheder, som 76 pct. af SMV'erne og 61 pct. af de større virksomheder har opnået. Omtrent en femtedel har opnået bedre kontakt til danske virksomheder i forbindelse med fremstødene.

Den største forskel mellem SMV'er og større virksomheder er i forhold til styrket kontakt til offentlige myndigheder eller institutioner i udlandet. For denne kontaktype har en større procentmæssig andel af de større virksomheder styrket kontakten på 28 pct. i forhold til SMV'er på 18 pct. En årsag for denne forskel kan skyldes, at en del mindre virksomheder ikke har samme gavn af at være i tæt kontakt med offentlige myndigheder, som større virksomheder har. SMV'er har mere fokus på kontakt til mulige private kunder. Der er relativt få af de deltagende virksomheder, der angiver, at fremstødet har øget deres kontakt til danske offentlige myndigheder eller institutioner: 10 pct. for både SMV'er og større virksomheder.

Som nævnt tidligere i dette kapitel, så deltager virksomhederne i erhvervsfremstødene med forskellige formål. Figur 6.2 viser, at cirka 40 pct. af de deltagere, der ikke havde til formål at styrke kontakten, alligevel har fået nye kontakter i forbindelse med fremstødet. Dog ses den tydeligste effekt hos de virksomheder, der havde til formål at styrke kontakten.

Figur 6.2

Andelen af virksomheder, der har svaret, at deltagelse i fremstødet har styrket kontakten



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 683 for SMV'er og N = 333 for større virksomheder. Lavere N end figur 7.1 skyldes omdirigerede respondenter i survey. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning. Spørgsmålet *Har deltagelsen i erhvervsfremstødet styrket kontakten/dialogen til fx samarbejdspartnere, virksomheder, myndigheder etc?* fordelt efter svar på spørgsmålet *Var formålet med erhvervsfremstødet at styrke kontakten til strategisk vigtige parter?*

Overordnet set er der ikke nogen væsentlig forskel på fordelingen i forhold til SMV'er og større virksomheder. For de virksomheder der havde til formål at øge kontakten har 86 pct. af SMV'erne og 90 pct. af større virksomheder svaret at deltagelse i fremstødet har styrket kontakten.

6.2 Styrket kontakt i forhold til marked

Tabel 6.1 viser, hvor mange af virksomhederne, der har opnået en øget kontakt på de forskellige geografiske lokaliseringer i forbindelse med erhvervsfremstødene. Fremstødene dækker Amerika, Asien, Europa, Mellemøsten og øvrige. "Øvrige" indeholder de markeder, som ikke er omfattet af de ovenstående fire markeder.

Tabel 6.1

Kontakteeffekt i forhold til fremstødets marked

	2016		2017	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteeffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteeffekt	Andel*
Amerika	40	80 pct.	62	86 pct.
Asien	28	82 pct.	95	84 pct.
Europa	200	82 pct.	275	82 pct.
Mellemøsten	46	66 pct.	44	80 pct.
Øvrige	7	88 pct.	26	76 pct.
Total	321	79 pct.	502	82 pct.

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: * Andelen udtrykker andelen af deltagere, som har angivet en positiv kontakteeffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget. Spørgsmålet *Har deltagelsen i erhvervsfremstødet styrket kontakten/dialogen til fx samarbejdspartnere, virksomheder, myndigheder etc.?*

Overordnet set har virksomhederne angivet, at fremstødene afholdt i 2016 og 2017 har haft en positiv kontakteeffekt i alle markederne. Dog skal det bemærkes, at en relativ lav andel af deltagerne fra fremstødene afholdt i 2016 i Mellemøsten har angivet positiv kontakteeffekt. Denne er på 66 pct. Særligt kan vi se, at et fremstød i januar 2016 i Iran ikke har haft en god kontakteeffekt hvilket kan skyldes rammebetingelserne i Iran. Hvis besvarelser fra det fremstød tages ud, er andelen som har oplevet positiv effekt 71 pct., hvilket dog stadig er noget lavere end i de andre regioner. I 2017 var kontakteeffekten i Mellemøsten dog på niveau med de øvrige regioner. Da der er forholdsvis få deltagere i fremstød i Mellemøsten, vil andelen naturligt svinge som følge af statistiske usikkerheder.

Antallet af fremstød afholdt i Europa er væsentligt højere end de resterende markeder. Kontakteeffekt er også relativ høj. 82 pct. angiver, at de har opnået en positiv effekt.

Resultaterne tyder overordnet på, at der ikke er nogen væsentlig forskel på kontakteeffekterne i de enkelte regioner.

6.3 Styrket kontakt i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød

Tabel 6.2 viser andelen af deltagere, som har oplevet en øget kontakt til vigtige parter fordelt på officielle og ikke-officielle erhvervsfremstød.

Tabel 6.2

Kontakteffekt fordelt på om fremstødet er officielt eller ej

	2016		2017	
	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*	Antal deltagere som har angivet en positiv kontakteffekt	Andel*
Ikke-officielle	283	81 pct.	439	82 pct.
Officielle	38	66 pct.	63	82 pct.
Total	321	79 pct.	502	82 pct.

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: Andelen udtrykker andelen af deltagere, som har angivet en positiv kontakteffekt, set i forhold til antallet af deltagere som har angivet om kontakten er øget. Spørgsmålet *Har deltagelsen i erhvervsfremstødet styrket kontakten/dialogen til fx samarbejdspartnere, virksomheder, myndigheder etc.?* Fordelt på om erhvervsfremstødet er officielt eller ej.

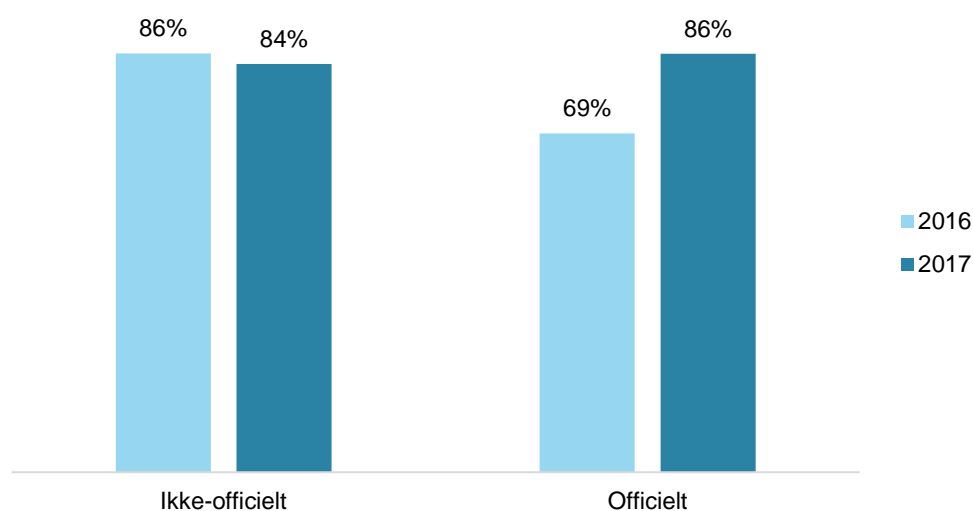
Fremstød i 2016 har en større andel af deltagerne fra ikke-officielle fremstød angivet at de har øget kontakten til vigtige parter på 81 pct. end deltagere fra officielle. Af deltagerne på officielle fremstød har 66 pct. angivet at fremstødet har styrket kontakten. Igen kan vi se, at Iran-fremstød fra januar 2016 trækker den samlede kontakteffekt ned for de officielle fremstød. For fremstød i 2017 ses et lidt andet billede. Her er andelen, som har angivet en positiv kontakteffekt på 82 pct. for både ikke-officielle og officielle fremstød.

Det er værd at notere, at antallet af deltagende virksomheder på ikke-officielle fremstød er væsentlig højere end antallet på officielle fremstød. Den gennemsnitlige kontakteffekt vil derfor naturligt svinge som følge af statistiske usikkerheder.

For fremstød i 2016 er der forskel mellem den øget kontakt på de virksomheder, der havde til formål at styrke kontakten, jf. figur 6.3. I denne figur er virksomheder, som havde til formål at etablere sig, isoleret. 86 pct. af virksomhederne angiver at kontakten er styrket ved ikke-officielle fremstød, mens andelen ved officielle fremstød er på 69 pct. Forskellen forklares delvist af det iranske fremstød i januar 2016. Hvis dette fratages, er andelen for officielle fremstød 74 pct.

Figur 6.3

Andel der har styrket kontakten fordelt på om fremstødet er officielt eller ej, for dem hvor formålet var at styrke kontakten



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

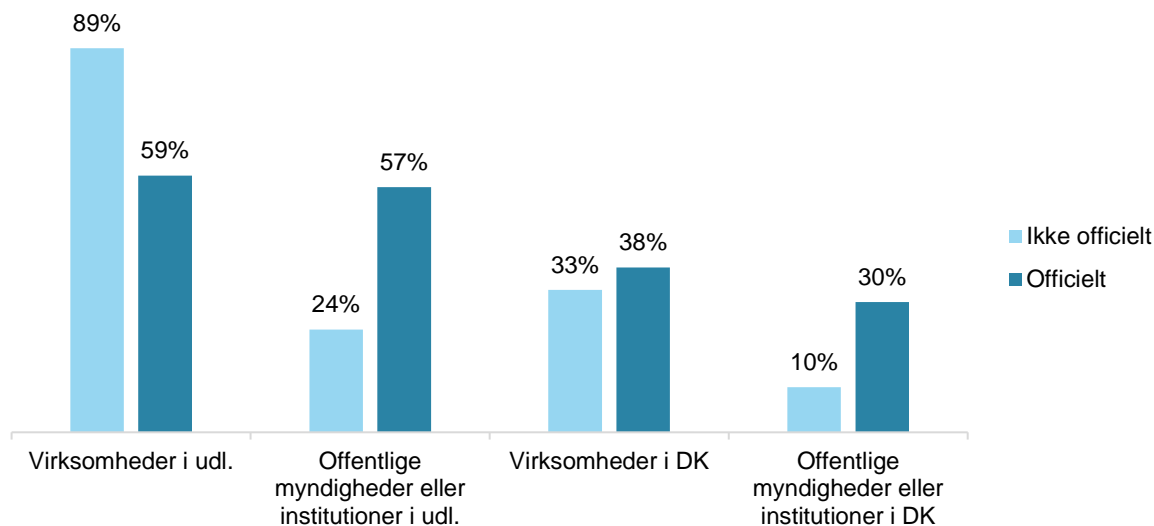
Note: N = 288 for 2016 (Heraf 43 officielle) og N = 433 for 2017 (Heraf 60 officielle). Spørgsmålet *Har deltagelsen i erhvervsfremstødet styrket kontakten/dialogen til fx samarbejdspartnere, virksomheder, myndigheder etc.?* Fordelt på om erhvervsfremstødet er officielt eller ej ud af dem som har svaret ja til spørgsmålet *Var formålet med erhvervsfremstødet at styrke kontakten til strategisk vigtige parter?*

I modsætning til 2016, er der næsten ingen forskel på andelen af deltagers opnåede positive kontakteffekt på de officielle og ikke-officielle fremstød i 2017, som er på henholdsvis 86 pct. og 84 pct. Der er dog sket en væsentlig stigning i andelen af virksomheder, der har opnået en øget kontakt ved deltagelse i officielle fremstød fra 2016 til 2017 for dem, som havde til formål at styrke kontakten til strategiske parter. Der forekommer en stigning fra 69 pct. til 86 pct., hvilket er en væsentlig forbedring.

For de deltagende virksomheder, der har fået øget kontakten, er der en væsentlig forskel på til hvilke parter, kontakten er styrket. For ikke-officielle fremstød har størstedelen af virksomhederne opnået en styrket kontakt til virksomheder i udlandet med en andel på 89 pct. Lidt over halvdelen, 59 pct., af virksomhederne, som har deltaget på officielle fremstød har styrket kontakten til virksomheder i udlandet. I forhold til kontakten til offentlige myndigheder eller institutioner i udlandet ses et lidt modsatrettet billede: 57 pct. af virksomhederne på officielle fremstød har styrket kontakten, mens andelen for virksomheder på ikke-officielle fremstød er på 24 pct.

Figur 6.4

Til hvilke parter er kontakten styrket fordelt på om fremstødet er officielt eller ej



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 158 for officielle og N = 1008 for ikke-officielle. Spørgsmålet *Til hvilke parter er kontakten/dialogen styrket?* Fordelt på om erhvervsfremstødet er officielt eller ej.

Der ses ikke den store forskel på om fremstødene er officielle eller ej i forhold til den styrkede kontakt til virksomheder i Danmark. Andelen for officielle fremstød er på 38 pct., mens den tilsvarende for ikke-officielle er på 33 pct.

I forhold til at styrke kontakten til offentlige myndigheder eller institutioner er der en relativ større andel af de virksomheder, der deltog på officielle fremstød i forhold til ikke-officielle. Andelen fra ikke-officielle fremstød er på kun 10 pct., mens denne for officielle er på 30 pct. Generelt set har det en større kontakteffekt til offentlige myndigheder eller institutioner i både Danmark og udlandet ved officielle fremstød frem for ved ikke-officielle, hvilket tyder på at de officielle erhvervsfremstød er bedre til at styrke kontakten til de offentlige myndigheder og institutioner. Dette kan skyldes, at officielle fremstød ofte tiltrækker en større andel højtstående og offentlige personer.

7 Betydningen af tilskud

I dette kapitel undersøges betydningen af det tilskud som The Trade Council yder for virksomhedernes deltagelse. Virksomhederne er blevet bedt om at svare på følgende spørgsmål. "Hvor stor betydning havde det for jeres beslutning om at deltage i erhvervsfremstødet, at der blev ydet tilskud fra The Trade Council?" Vi opdeler vurderingen på en række parametre.

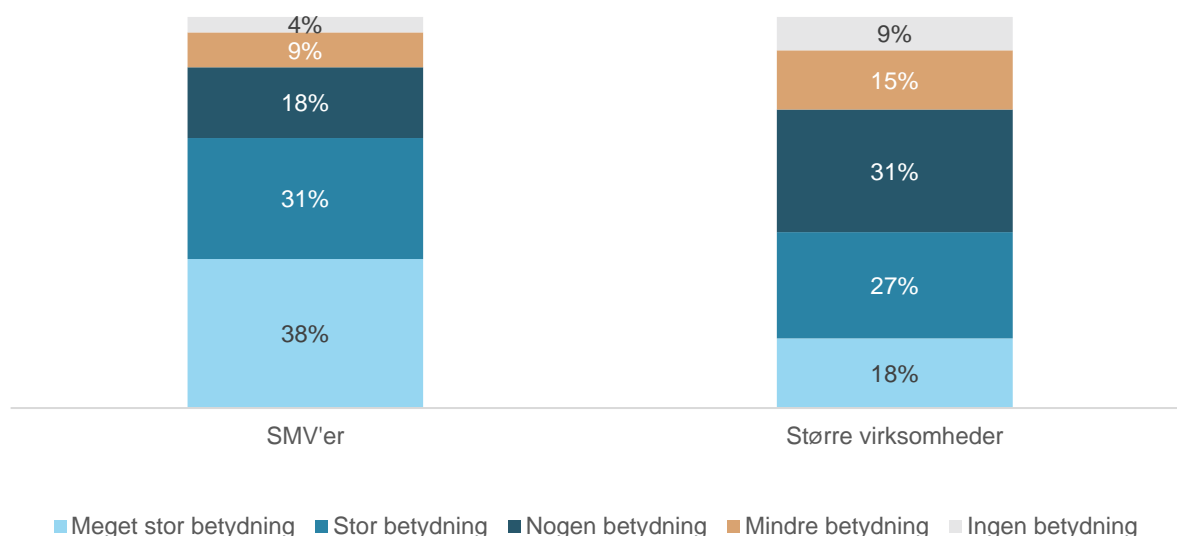
7.1 Betydningen af tilskud i forhold til virksomhedsstørrelse

Det kan forventes at The Trade Councils tilskud har forskellige betydninger for forskellige virksomheder alt efter hvilken størrelse de har. I tabel 7.1 er resultatet inddelt på hhv. SMV'er og større virksomheder.

Figur 7.1

Betydning af tilskuddet i forhold til virksomhedernes størrelse

Hvor stor betydning havde det for jeres beslutning om at deltage i erhvervsfremstødet, at der blev ydet tilskud fra The Trade Council?



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 756 for SMV'er og N = 376 for Større virksomheder. Definitionen på SMV er virksomheder med op til 100 ansatte og under 150 mio. kr. i omsætning.

Både SMV'er og større virksomheder tillægger tilskuddet betydning. Det er dog tydeligt, at SMV'erne tillægger tilskuddet større betydning. Således tillægger 69 pct. af SMV'erne det stor- eller meget stor betydning. Det samme tal for større virksomheder er 45 pct. Kun 4 pct. af

SMV'erne og 9 pct. af større virksomheder tillægger det ingen betydning, at The Trade Council yder tilskud.

7.2 Betydningen af tilskud i forhold til marked

Der er ikke nogen klare tendenser til, at tilskuddet har større betydning i særlige dele af verden. Andelen af deltagerne, som angiver at tilskuddet har en positiv betydning, svinger betydeligt fra år til år på de enkelte markeder. Amerika ligger forholdsvist lavt begge år, men den statistiske usikkerhed betyder, at vi ikke ståfast kan konkludere, at tilskuddets betydning rent faktisk er lavere på dette marked end på andre markeder.

Tabel 7.1

Betydning af tilskuddet i forhold til virksomhedernes størrelse

	2016		2017	
	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel (%)	Antal deltagere som har angivet en positiv betydning*	Andel (%)
Amerika	32	52%	38	53%
Asien	26	67%	64	49%
Europa	175	63%	246	66%
Mellemøsten	46	58%	40	71%
Øvrige	7	64%	17	47%
Total	286	61%	405	61%

Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: * Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "Stor betydning". Spørgsmålet *Hvor stor betydning havde det for jeres beslutning om deltagelse i erhvervsfremstødet, at der blev ydet tilskud fra The Trade Council?* fordelt på markederne.

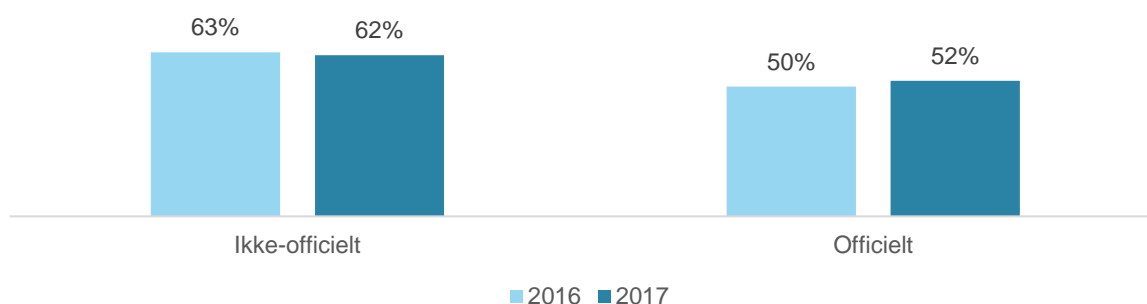
Det er desuden værd at bemærke, at effekten i Mellemøsten i 2016 øges til 65 pct., når Iranfremstødet i januar 2016 tages ud.

7.3 Betydningen af tilskud i forhold til officielle og ikke-officielle fremstød

Vi finder, at tilskuddet har større betydning ved ikke-officielle fremstød, blandt de virksomheder som har angivet positiv betydning. Således tillægger lidt over 60 pct. af virksomhederne tilskuddet stor betydning ved ikke-officielle fremstød. På officielle fremstød er det ca. 50 pct. Det hænger formentlig sammen med, at der er flere større virksomheder med på de officielle fremstød, som bedre kan finansiere deltagelsen. Dertil kommer, at tilskuddets størrelse formentlig er begrænset i forhold til de aftaler, som større virksomheder sigter efter ved deltagelse i fremstødene.

Figur 7.2

Betydning af tilskuddet fordelt på om fremstødet er officielt eller ej



Kilde: Kilde: DAMVAD Analytics 2018 på baggrund af data fra The Trade Council og spørgeskemaundersøgelse.

Note: N = 286 for 2016 (her 32 officielle) og N = 405 for 2017 (her 47 officielle), Spørgsmålet *Hvor stor betydning havde det for jeres beslutning om at deltage i erhvervsfremstødet, at der blev ydet tilskud fra The Trade Council?*

*Positiv betydning = De respondenter som har svaret "Meget stor betydning" eller "stor betydning".

Fratrukket Iran-fremstødet er betydningen for officielle fremstød, 56 pct. 2016.

DAMVAD Analytics

Havnegade 39
DK-1058 Copenhagen K
Info@damvad.com
damvad.com

DAMVAD Analytics

Engelbrektsgatan 5
114 32 Stockholm