

# **Designs økonomiske effekter**

September 2003

## **Forord**

Design er et centralt element i kultur- og oplevelsesøkonomien, der er et af de helt store vækstområder i Danmark. Allerede i dag beskæftiger kultur- og oplevelsesøkonomien mere end hver ottende privatansatte og udgør ca. 5,3 % af det samlede BNP. Designbranchen er i det sidste tiår vokset med 20 % om året. En vækst der ser ud til at fortsætte.

Hvis vi skal sikre fortsat vækst og et rigt velfærdssamfund, må vi være stærke på fremtidens vækstområder. Danmark skal i fremtiden i stigende grad konkurrere på viden, udvikling og innovation. Her spiller design en central rolle. Godt design er med til at give produkter og serviceydelser en værdifuld kombination af funktion, forbrugerbehov og materialevalg.

Virksomheder og beslutningstagere har tidligere manglet relevant talmateriale om designområdet og dets effekter på såvel samfundsøkonomisk som på erhvervsøkonomisk plan. Derfor har Erhvervs- og Boligstyrelsen taget initiativ til at skabe et videngrundlag om design's økonomiske effekter.

Undersøgelsen er udarbejdet af Dansk Design Center, i samarbejde med Advice Analyse I&A Research (dataindsamling), samt Anders Holm og Bella Markmann, Københavns Universitet (metode og databehandling).

Undersøgelsen viser, at design gør en forskel for det private erhvervsliv. Integrationen af design i udviklings- og innovationsprocesser – systematisk arbejde med design – øger værdien af virksomhedernes indsats. Danske virksomheder kan kort sagt se en klar forskel på bundlinien.

Der er tale om et pionérarbejde, idet der ikke findes tilsvarende analyser hverken i Danmark eller internationalt. Jeg vil gerne takke alle de virksomheder, der har taget sig tid til at hjælpe os med at skabe dette unikke materiale.

God læselyst

September 2003

Anders Kretschmar  
Direktør

## **Indholdsfortegnelse**

1. Resumé af undersøgelsen	side 3
2. Baggrund for undersøgelsen	side 5
3. Metodiske overvejelser og valg af metode	side 6
4. Præsentation af stikprøven	side 8
5. Danske virksomheders investering i design	side 12
6. Danske virksomheders resultater i relation til design	side 19
7. Undersøgelsen i designtrappeperspektiv	side 31
8. Konklusion og perspektivering	side 37
Bilag:	
A. Ekstra tabeller	side 39
B. Spørgeskema	side 57

## 1 Resumé af undersøgelsen

Design kan betale sig. Virksomheder der arbejder systematisk med design tjener flere penge og har en større eksport end virksomheder, der ikke anvender design. Det er hovedkonklusionen på denne rapport, som analyserer de økonomiske effekter af at anvende design. Undersøgelsen er den første af sin art både herhjemme og internationalt, så der er tale om helt ny viden med de fordele og begrænsninger, det indebærer.

Undersøgelsen bygger på gennemførte telefoninterviews med ca. 1.000 danske private virksomheder med mere end 10 ansatte og har kortlagt:

- Den samlede investering i design.
- Udviklingen i danske virksomheders bruttoresultat og beskæftigelse samt en indikation af eksportudviklingen hos virksomheder med mere end 10 ansatte.
- Forskellene i bruttoresultat, beskæftigelse og eksport hos de virksomheder, der arbejder systematisk med design og dem der ikke anvender design.

Design defineres i undersøgelsen som:

*”Når vi taler om design, mener vi designstrategi, udvikling og formgivning. Alt det, der foregår inden selve produktionen eller implementeringen (af både produkter, tryksager, messestande, websider, indretning osv.).”*

Der er en markant sammenhæng mellem brugen af design og virksomhedernes økonomiske succes og dermed også en samfundsøkonomisk fremgang. Det er endvidere tydeligt, at resultaterne slår stærkere igennem i de virksomheder, hvor design er solidt forankret i form af såvel interne som eksterne designinvesteringer.

Der er store positive økonomiske effekter ved at anvende design. Det er det klare billede fra analysen, hvilket bakkes op af de dele af analysen, hvor undersøgelsen alene har afdækket tendenser.

Analysen giver dog ikke belæg for præcis at afgøre, hvor stor en del af denne positive forskel i vækst og resultater, der isoleret betraget skyldes designindsatsen. Sådanne mere præcise opgørelser kræver et mere dybdegående økonomisk udredningsarbejde.

Analysen har dermed etableret fundamentet for at drøfte virksomhedernes investeringer i design og professionalisering af brugen af design ud fra hårde tal frem for alene ud fra formodninger og enkelte eksempler.

Nedenfor er angivet de centrale konklusioner fra analysen.

## Hovedkonklusioner

- Danske virksomheder investerer årligt ca. 5 mia. kr. i eksterne designkøb og ca. 2 mia. kr. i interne designkøb, hvilket giver en samlet årlig investering på ca. 7 mia. kr. Det offentlige investerer 12,5 mio. kr. årligt i designfremme, foruden midler til uddannelse og forskning. Effekten af disse er ikke analyseret særskilt i denne undersøgelse.
- Fremgangen i bruttoresultatet over de fem seneste regnskabsår er for samtlige danske designkøbvirksomheder ca. 58 mia. kr. større end fremgangen i bruttoresultatet for virksomheder, der ikke køber design. Dette svarer til en ekstra bruttoresultatfremgang på knap 22 % hos virksomheder, som bruger design, i forhold til virksomheder generelt.
- Virksomheder, der har haft stigende designaktivitet (dvs. stigning i investeringer i designuddannede medarbejdere eller i eksterne køb af designydelser), har en 40 % bedre bruttoresultatudvikling end de virksomheder, hvor designaktiviteten har været konstant eller faldende.
- Virksomheder, der har både designuddannede medarbejdere ansat og som køber design eksternt, eksporterer i gennemsnit 34 % af omsætningen mod 18 % hos virksomheder med anden eller ingen designkøberadfærd.
- Der er en positiv sammenhæng mellem design og beskæftigelse på den måde, at designaktive virksomheder i gennemsnit genererer flere nye arbejdspladser end ikke-designaktive.
- Hvad angår virksomhedernes placering på designtrappen<sup>1</sup>, er der en positiv effekt på bruttoresultatudvikling og en markant positiv effekt på eksport jo højere på designtrappen, virksomhederne er placeret. De bredere effekter af større omsætning og øget bruttoresultatfremgang på samfundsøkonomien er ikke beregnet i analysen, hvorfor de samlede makroøkonomiske effekter overstiger de snævrere designrelaterede resultater af denne undersøgelse.
- Ca. hver anden virksomhed med over 10 ansatte i dag ifølge undersøgelsen er en non-designvirksomhed, og kun et mindretal (ca. 6 %) har en solid forankring af design. Der er derfor et meget stort potentiale i at styrke virksomhedernes designadfærd, hvilket vil bidrage positivt til samfundsøkonomien.

---

<sup>1</sup> Designtrappen er udviklet af DDC og angiver fire forskellige grader i virksomhedernes brug af design: Non design, design som formgivning, design som proces og design som innovation.

## **2 Baggrund for undersøgelsen**

Dansk Design Center er af Erhvervs- og Boligstyrelsen blevet bedt om at foretage en undersøgelse med det formål at isolere og dokumentere de erhvervs- og samfundsøkonomiske effekter af design. Det vil sige at undersøge, hvad der er de reelle effekter af, at danske virksomheder samarbejder med eller ansætter professionelle designere.

En sådan kvantitativ økonomisk analyse er endnu ikke lavet, og den foreliggende analyse er derfor internationalt set den første af sin art. Formålet har været at afklare, om der kan sættes hårde tal på de ofte mere bløde og caseorienterede udsagn om designs økonomiske effekter.

Design betragtes - på linie med f.eks. human ressource og markedsføring – som en blød parameter, det er vanskeligt at måle, fordi virkningsmekanismerne ikke kendes og kan isoleres på en enkel måde. Mens f.eks. markedsføring i løbet af de sidste 10-15 år har opnået placering som selvstændig post i virksomhedsregnskaberne, er design fortsat vanskelig at placere isoleret, idet det er en meget tværgående aktivitet og ikke udskilles separat.

Denne undersøgelse må derfor betragtes som et første skridt i retning af at udvikle et metodegrundlag for måling af designs økonomiske effekter. Med erfaringer fra denne undersøgelse vil det være oplagt i fremtiden at følge op, f.eks. med årlige målinger på præciserede områder, eventuelt i et løbende samarbejde med Danmarks Statistik.

### 3 Metodiske overvejelser og valg af metode

#### Afgrænsning af metode

Der kendes ikke som udgangspunkt en metodisk platform, som en analyse af designs økonomiske effekter kan tage afsæt i. En indledende research har vist, at der er en lille håndfuld internationale undersøgelser, som bevæger sig i randområdet af analysens problemfelt. Men et samlet overblik over de designmæssige og økonomiske parametre, som undersøgelsen skal afdække, eksisterer ikke. Det metodiske grundlag skal altså udvikles fra bunden.

Research hos eksperter omkring makroøkonomiske studier viser, at en fuldt dækkende makroøkonomisk dokumentation af designs betydning for samfundsøkonomien ville række langt ud over de midler og den tid, der er afsat til undersøgelsen. Derfor er analysens mål præciseret, så det opfylder relevante delmål i forhold til en total dokumentation og samtidig holder sig inden for de ressourcemæssige rammer, der er afstukket for projektet.

Design er et meget bredt begreb. Der skal derfor indledningsvis tages et helt overordnet forbehold for at kvantificere effekten af designindsatsen. Samtidig betyder det, at der i undersøgelsen må formodes at være ret stor forskel på, hvad respondenterne opfatter som design. Både helt overordnet, men også i forhold til, hvilke af deres medarbejdere, der kan betragtes som 'designuddannede' og hvilke af deres samarbejdspartnere, der kan betragtes som 'professionelle designfirmaer'. Dette problem er søgt løst på forskellige måder. Først og fremmest ved at forhåndsdefinere design i starten af interviewet med den enkelte virksomhed.

Analysen arbejder med følgende definition af design (jf interviewguiden se bilag B):

”Når vi taler om design, mener vi designstrategi, udvikling og formgivning. Alt det, der foregår inden selve produktionen eller implementeringen (af både produkter, tryksager, messestande, websider, indretning osv.).”

Hvad angår de interne investeringer, er designeren (og dermed design) afgrænset til at være personer, som er uddannet fra Grafisk Højskole, arkitekt- eller designskolerne. I fremtidige undersøgelser vil det formentlig være relevant at udvide gruppen med kandidater fra nye designuddannelser som eksempelvis DTU's designlinie og CBS designmanagementuddannelse.

#### Metode

Undersøgelsen belyser designs økonomiske effekter over en femårs periode. Undersøgelsen baserer sig på en kombination af telefoninterview og data fra Bonniers Newbiz Business Information System<sup>2</sup>. Der er indledningsvis fore-

---

<sup>2</sup> Bonniers Newbiz BusinessInformation System's oplysninger er hentet i blandt andet Erhvervs- og Selskabstyrelsens virksomhedsregister samt andre statslige informationskanaler, Kompass og TDC. Jævnfør [www.newbiz.dk](http://www.newbiz.dk).

## Analyse – Designs økonomiske effekt

taget en række testinterview for at sikre et validt svargrundlag, dvs. sikre, at virksomhederne rent faktisk var i stand til at svare på spørgsmålene.

Det overordnede spørgsmål for undersøgelsen er på den baggrund afgrænset til:

- Hvad er det samfundsmæssige udbytte af design?  
og som del heraf
- Findes der en metode, der kan måle effekten af investeringer i designfremme?

Disse spørgsmål er belyst ved en sammenkobling af følgende data:

1. Hvor stor er den offentlige investering i designfremme?

Svardata: Tal fra Erhvervs- og Boligstyrelsen (EBST) vedrørende støtte til Dansk Design Center og øvrige designfremmeaktiviteter.

2. Hvor stor er designkøbernes investering i design?

Svardata ud fra en kombination af følgende underspørgsmål:

2.a Hvor mange designere har designkøberne ansat i de seneste 5 år?

Svardata 2.a: Interview med ca. 1.000 danske virksomheder sammenkørt med de seneste 5 års regnskabstal og antal ansatte.

2.b Hvor meget designarbejde købes uden for virksomheden i Danmark i de seneste 5 år?

Svardata 2.b: Interview med ca. 1.000 danske virksomheder.

2.c Hvor meget designarbejde købes uden for virksomheden i udlandet i de seneste 5 år?

Svardata 2.c: Interview med ca. 1.000 virksomheder om internationalt køb af design

3. Hvad betyder designinvesteringen økonomisk?

Svardata 3:

a: Interview med ca. 1.000 virksomheder om bruttoresultatudvikling, eksport og eksportudvikling samt placering på designtrappen.

b: Virksomhedens besvarelser sættes i sammenhæng med offentligt tilgængelige data om virksomheden.

Svardata giver et overblik over:

- Den samlede investering i design.
- Udviklingen i bruttoresultatudvikling og beskæftigelse samt en indikation af eksportudviklingen.
- Forskellene i bruttoresultatudvikling og beskæftigelse hos de virksomheder, der investerer.(meget) i design og dem der ikke investerer (meget) i design.

#### 4 Præsentation af stikprøven

Der er gennemført 1.074 telefoninterview med designansvarlige i virksomheder med mindst 10 ansatte.

Stikprøven er sammensat af fire nogenlunde lige store kvoter for at opnå statistisk validitet for hver af de fire størrelseskategorier. Kvoterne udgøres af:

- 263 virksomheder med 10-19 ansatte (virksomheder af denne størrelse udgør 47 % af totalpopulationen)
- 267 virksomheder med 20-49 ansatte (virksomheder af denne størrelse udgør 33 % af totalpopulationen)
- 267 virksomheder med 50-99 ansatte (virksomheder af denne størrelse udgør 11 % af totalpopulationen)
- 277 virksomheder med 100 eller flere ansatte (som udgør 9 % af totalpopulationen).

Datasættet er tilfældigt udtrukket fra Bonniers Newbiz Business Information System, der rummer navne, adresser, telefonnumre, branchekoder samt økonomiske nøgletal og antallet af ansatte gennem de seneste fem regnskabsår. De økonomiske nøgletal og beskæftigelsestallene er integreret med data fra interviewene.

Gruppen af virksomheder er som en ekstra sikkerhed for høj validitet gennemgået kritisk og rensset for åbenlyst forkerte svar i relation til antal interne designuddannede medarbejdere ved at fjerne respondenter, der har givet åbenlyst misvisende svar. Herved er bl.a. reklamebureauer, trykkerier og rene arkitektfirmaer blevet fjernet. Dette skulle give et mere retvisende billede af, hvor mange 'rigtige' designere virksomhederne har ansat. Ved denne gennemgang er stikprøven reduceret til 1.016 interview. Dette vil give et mere konservativt estimat af effekterne ved at anvende design.

Respondenterne var de designansvarlige i virksomhederne. Mange virksomheder har selv sagt ikke en designansvarlig. I små 460 tilfælde ønskede virksomhederne ikke at deltage, fordi design ikke spiller nogen rolle i virksomhederne. Der er derfor grund til at tro, at de virksomheder, som har valgt at deltage i undersøgelsen, samlet set har en atypisk høj interesse i design og måske anvender design mere end gennemsnittet.

For at få et mere retvisende billede er der foretaget en opskrivning af datasættet på 1.016 gennemførte interview, efter frasorteringen af de afvigende cases, med de 460 virksomheder der ikke ønskede at deltage grundet manglende designindsats. Dette giver et beregningsgrundlag på 1.476 virksomheder. Denne opskrivning er benyttet i analysen som grundlag for stikprøvebestemmelse og generering af nøgletal til brug for den videre analyse. På den måde sikres, at analysens resultater ikke kun baserer sig på data fra de designinteresserede virksomheder, men fra et mere repræsentativt udsnit. I forhold til selve effektvurderingen forholder undersøgelsen sig til nettostik-

## Analyse – Design økonomiske effekt

prøverne, altså dem af de i alt 1.016 interviewede virksomheder, som har kunnet svare på de forskellige spørgsmål. Her sammenlignes gennemsnitsresultater for virksomheder, der henholdsvis køber og ikke køber design. Det er således individer og ikke populationer, der er i fokus.

Ved opskrivningen er det forudsat, at de 460 virksomheder fordeler sig ligeligt i de fire størrelseskategorier i totalpopulationen. Disse virksomheder vil i tabellerne i det følgende optræde som "ugyldige", fordi der ikke har kunnet gennemføres interview med dem. Det optræder så at sige som tomme cases. Stikprøven ser herefter således ud.

**Tabel 4.1 Stikprøven**

	Antal	Procent
10 – 19 ansatte	361	24,4 %
20 – 49 ansatte	369	25,0 %
50 – 99 ansatte	383	24,6 %
100+ ansatte	383	25,9 %
Total	1.476	100 %

For at få et retvisende billede er resultaterne endvidere blevet vejret, så de bliver repræsentative for alle danske virksomheder med mindst 10 ansatte. Det sker for at korrigere svardata-vægtene, så de svarer til hele totalpopulationen. Der er derfor anvendt følgende vejfaktorer:

- Virksomheder med 10-19 medarbejdere – faktor 1,944959
- Virksomheder med 20-49 medarbejdere – faktor 1,322598
- Virksomheder med 50-99 medarbejdere – faktor 0,44792
- Virksomheder med mere end 100 ansatte – faktor 0,341866

Efter vejningen ser stikprøven således ud:

**Tabel 4.2 Stikprøven - vejret**

	Antal	Procent
10 – 19 ansatte	702	47,3 %
20 – 49 ansatte	488	32,9 %
50 – 99 ansatte	163	11,0 %
100+ ansatte	131	8,8 %
Total	1.484	100 %

Dette svarer til fordelingen i totalpopulationen.

Man vil bemærke, at totalantallet af virksomheder er vokset med 8. Det er en matematisk opskrivning, der har været nødvendig for at få en retvisende fordeling mellem de fire størrelseskategorier. Vejninger er nødvendige, for netop at få et retvisende billede. Det virker også forstyrrende, fordi opskrivninger gør analyserne vanskeligere at gennemskue. Decimalerne i de enkelte

resultater er taget med i de fleste tilfælde, hvor afrundingerne vil gøre det svært at regne tabellerne efter. Men man vil se enkelte steder, at tabellerne på grund af afrundinger ikke stemmer logisk på bundlinien.

### **Brancher:**

Spørgsmål om virksomhedernes branchetilhørsforhold blev stillet som åbne spørgsmål. I rapporten er samtlige brancher inddelt i to overordnede branchekategorier af hensyn til overskuelighed, og fordi en yderligere branchepdeling ville give for små kategorier til at skabe et tilfredsstillende statistisk grundlag i analysen.

**Tabel 4.3 Virksomhedernes branchefordeling**

	Antal	Procent	Procent/gyldige
Fremstilling	324	21,8 %	31,8 %
Handel & Service	693	46,7 %	68,2 %
Total	1017	68,6 %	100 %
Missing	467	31,4 %	-
Total	1.484	100 %	-

Repræsentationen synes rimelig efter en sammenligning med de 16.060 virksomheder, som optræder i Bonniers Newbiz BusinessInformation, hvor forholdet er:

- Fremstillingsvirksomheder: 29 % (4.627 virksomheder)
- Handel/servicevirksomheder: 71 % (11.433 virksomheder)

### **Fire designprofiler**

Stikprøven lader sig inddele i fire forskellige designprofiler<sup>3</sup>:

- Virksomheder, der ikke anvender design.
- Virksomheder, der alene køber design internt i form af designuddannede medarbejdere.
- Virksomheder, der alene køber design eksternt hos designudbydere uden for virksomheden.
- Virksomheder, der både køber design internt og eksternt.

---

<sup>3</sup> I alt 1.456 virksomheder har kunnet besvare de spørgsmål, der gør det muligt at tildele dem de fire profiler. 29 har ikke kunnet besvare spørgsmålene.

**Tabel 4.4 Virksomhedernes designkøberprofil i relation til størrelse**

Design-køberprofil		10-19 medarb.	20-49 medarb.	50-99 medarb.	100+ medarb.	Total
Køber ikke	Antal	379	238	76	51	744
	%	54,9 %	49,8 %	47,2 %	40,2 %	51,1 %
Køber eksternt	Antal	261	189	62	48	560
	%	37,8 %	39,5 %	38,5 %	37,8 %	38,5 %
Køber internt	Antal	27	15	10	7	59
	%	3,9 %	3,1 %	6,2 %	5,5 %	4,1 %
Køber internt og eksternt	Antal	23	36	13	21	93
	%	3,3 %	7,5 %	8,1 %	16,5 %	6,4 %
Total	Antal	690	478	161	127	1456
	%	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Det er altså godt halvdelen af virksomhederne, der ikke anvender design overhovedet, mens resten anvender design i forskellig grad.

## 5 Danske virksomheders investering i design

### Virksomhedernes interne designinvesteringer

I dette afsnit beskrives den interne investering i design i den enkelte virksomhed, forstået som udgiften til aflønning af medarbejdere, der arbejder med design og har en designmæssig uddannelse. Investeringen beregnes både på virksomheds- og samfunds niveau.

#### Antal designmedarbejdere

Nedenstående tabel illustrerer, hvor mange designere virksomhederne har ansat.

**Tabel 5.1 Antallet af designuddannede medarbejdere i virksomheden**

	Antal designmedarbejdere i virksomheden	Antal virksomheder	Antal designmedarbejdere	Procent (med opskrivning)	Procent (uden opskrivning)
Gyldige svar	0	839	0	56,6 %	84,7 %
	1	78	78	5,2 %	7,9 %
	2	28	56	1,9 %	2,9 %
	3	18	54	1,2 %	1,8 %
	4	5	20	0,3 %	0,5 %
	5	10	50	0,7 %	1,0 %
	6	3	18	0,2 %	0,3 %
	7	1	7	0,1 %	0,1 %
	8	3	24	0,2 %	0,3 %
	9	0	0	0,0 %	0,0 %
	10	3	30	0,2 %	0,4 %
	11	0	0	0,0 %	0,0 %
	25	1	25	0,1 %	0,1 %
	100	0	0	0,0 %	0,0 %
Total	991	362	66,8 %	100 %	
Missing		493		33,2 %	
Total		1.484		100 %	

839 + 493<sup>4</sup> virksomheder eller 89,8 % (56,6 % + 33,2 %) af alle danske virksomheder har ingen designuddannede medarbejdere ansat. Dvs. ca. 150 eller ca. 10 % af alle danske virksomheder har mellem 1 – 25 designuddannede medarbejdere ansat, dog flest med mellem 1 og 3 medarbejdere.

<sup>4</sup> Som ikke ville deltage i undersøgelsen, da design ikke var relevant (opgjort som 'missing').

## Analyse – Designs økonomiske effekt

Samlet set er der forholdsvis få designere ansat i virksomhederne, i alt ca. 360 designere i stikprøven. Det stemmer temmelig godt overens med Danske Designeres oplysninger om, at størstedelen af designerne i den danske designbranche har egen virksomhed eller er ansat i en design-virksomhed, der arbejder på konsulentbasis.

### *Stikprøvens interne investering i design*

Der er ca. 360 designuddannede medarbejdere i stikprøven. Det svarer til en investering på mellem ca. 10,5 og 15,8 mio. kr.<sup>5</sup> om måneden eller mellem ca. 126 og ca. 190 mio. kr. årligt i stikprøven.

### *Virksomhedernes interne investering i design*

Der er ca. 150 virksomheder i stikprøven, der tilsammen har ansat ca. 360 designere. Det giver et snit på ca. 2,5 designmedarbejdere pr virksomhed i stikprøven, som anvender design. Ud fra gennemsnitslønnen giver det en gennemsnitlig investering pr virksomhed med designuddannede medarbejdere på mellem 836.824 kr. og 1.250.504 kr. årligt til designmedarbejdere.

### *Øvrige medarbejdere*

Der er andre medarbejdere i virksomheden, der arbejder med design, end de designuddannede medarbejdere. Undersøgelsen viser<sup>6</sup>, at antallet af øvrige ikke-designuddannede, der arbejder med design, følger antallet af designmedarbejdere nogenlunde proportionalt, uanset virksomhedernes størrelse og branche. Det lader sig derfor ikke gøre at identificere en selvstændig effekt af denne gruppe.

### *Samfundets interne investering i design*

Den opskrevne stikprøve udgør ca. 8 % af den samlede population af virksomheder med mere end 10 medarbejdere. En kalkulation på samfunds-niveau giver en samlet investering i designuddannede medarbejdere for virksomheder på mindst 10 ansatte på mellem ca. 1,57 og 2,37 mia. kr. årligt, svarende til beskæftigelse af ca. 5.160 designuddannede medarbejdere på landsplan.

### *Udvikling i antallet af designuddannede medarbejdere*

Udviklingen i antallet af designuddannede medarbejdere de sidste 5 år har i 10 % af virksomhederne været stigende og for 87 % af virksomhedernes vedkommende været konstant<sup>7</sup>. Der har altså været tale om en samlet svag stigning. Ser man udviklingen i forhold til virksomhedsstørrelse, viser det sig, at antallet af designuddannede medarbejdere stiger i takt med virksomhedsstørrelse.

---

<sup>5</sup> Baseret på en gennemsnitsløn for ikke-akademikere på 25.638 kr./mdr. og akademikere: 38.312 kr./mdr. (kilde Teknisk Landsforbund og Ansatte Arkitekters Råd).

<sup>6</sup> Se bilag A – tabel B.2.

<sup>7</sup> Se bilag A – tabel B.6.

### Virksomhedernes eksterne designinvesteringer

Langt den største del af danske virksomheders designinvesteringer går til køb uden for virksomheden i form af konsulentytelser hos designfirmaer. I dette afsnit beskrives virksomhedernes eksterne designinvestering samt investeringens størrelse.

**Tabel 5.2 Køber virksomheden design eksternt?**

		Antal	Procent	Procent/ gyldige
Gyldige svar	Ja	671	45 %	66 %
	Nej	341	23 %	34 %
	Ved ikke	4	0 %	0 %
	Total	1016	69 %	100 %
Ugyldige		468	31 %	
Total		1484	100 %	

Tabellen viser, at der er 671 virksomheder af de i alt 1.016 i stikprøven, som har besvaret spørgsmålet, der køber design eksternt, det vil sige næsten 2/3. I forhold til den opskrevne stikprøve er det knap halvdelen og stadig mere end fire gange så mange som dem, der har ansat designuddannede medarbejdere.

Udviklingen i eksterne designkøb har været konstant hos 46,6 % af virksomhederne i stikprøven og stigende hos 45,2 %<sup>8</sup>. Udviklingen i eksterne køb er steget mere end udviklingen i antallet af designuddannede medarbejdere i virksomhederne, som kun har været stigende for 10 % af virksomhedernes vedkommende i løbet af de sidste 5 år.

I analysen er eksterne køb af designytelser krydset med seneste års bruttoresultat for at identificere, i hvilken udstrækning udviklingen i eksterne designkøb er afhængig af en sund økonomi eller god likviditet. Der er ikke fundet signifikante forskelle mellem virksomheder med et godt eller et dårligt seneste bruttoresultat<sup>9</sup> i relation til køb af design. Det vil sige, at det ikke nødvendigvis kun er 'likvide' virksomheder, der investerer i design.

Der er heller ingen signifikant forskel mellem virksomheder af forskellig størrelse<sup>10</sup>. Dvs. investeringen i eksterne køb er uafhængig af virksomhedens størrelse<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Se bilag A – tabel B.9.

<sup>9</sup> Se bilag A – tabel B.10.

<sup>10</sup> Se bilag A – tabel B.11.

<sup>11</sup> En af årsagerne til, at DDC har udviklet designtrappen, er, at designinvesteringer i højere grad er afhængig af virksomhedens adfærd end af dens størrelse.

Andelen af virksomheder med en stigende mængde eksterne køb er signifikant større i handels- og servicebranchen<sup>12</sup>.

*Eksterne køb, udland*

Som det ses af nedenstående, købes langt det meste design i Danmark.

**Tabel 5.3 Andel af de eksterne designydelse, som købes i udlandet**

		Antal virksomheder	Procent	Procent/gylde
Gyldige svar	0 %	559	37,7 %	86,1 %
	1-10 %	31	2,1 %	4,8 %
	11-20 %	2	0,1 %	0,3 %
	21-30 %	16	1,1 %	2,4 %
	31-40 %	1	0,1 %	0,2 %
	41-50 %	10	0,7 %	1,6 %
	51-60 %	4	0,3 %	0,6 %
	61-70 %	2	0,2 %	0,4 %
	71-80 %	7	0,5 %	1,1 %
	81-90 %	1	0,1 %	0,2 %
	91-99 %	3	0,2 %	0,4 %
	100 %	11	0,7 %	1,6 %
	Svingende	0	0,0 %	0,1 %
	Det svinger	1	0,1 %	0,2 %
	Total	649	43,8 %	100 %
Ugyldige besvarelser/mangler	I/T	347	23,4 %	
	Ved ikke/vil ikke svare	21	1,4 %	
	Ugyldige	467	31,4 %	
	Total mangler	834	56,2 %	
Total		1484	100 %	

Set i forhold til alle virksomheder, designkøbere eller ej, er det kun ca. 6 % af de danske virksomheder, som køber design i udlandet (100 % - (37,7 % + 56,2 %)). 86,1 % af de virksomheder i stikprøven, som køber eksterne designydelse, køber i kun Danmark.

<sup>12</sup> Se bilag A – tabel B.12.

## Analyse – Designs økonomiske effekt

13,9 % af alle designkøbende virksomheder køber mellem 1 og 100 % i udlandet. Det er kun 1,6 % af alle virksomheder, der køber alt i udlandet, mens 4,8 % af alle virksomheder – der køber i udlandet – kun køber mellem 1-10 %. Det er altså marginalt, hvor meget design, danske virksomheder køber i udlandet<sup>13</sup>.

Hvis man alligevel ser på, hvilke virksomheder der køber design i udlandet, er resultatet ikke overraskende, at jo større virksomhed, desto flere udenlandske køb. Forskellen er signifikant. Handels- og servicevirksomhederne køber også en signifikant større andel af deres designydelser i udlandet<sup>14</sup>.

Udviklingen i udenlandske køb er for 25,7 % af virksomhedernes vedkommende stigende<sup>15</sup>. Spørgsmålet er, hvilke virksomheder som køber mere design i udlandet?

Der er signifikant flere mellemstore virksomheder, der øger den udenlandske andel. Der ses ikke noget mønster omkring de helt store virksomheder. Der er igen signifikant flere handels- og servicevirksomheder, der øger andelen af udenlandske køb<sup>16</sup>.

Der er stadig få virksomheder, som køber design i udlandet. Men noget kunne tyde på, at det er på vej til at ændre sig. Det gælder navnlig i handels- og servicevirksomheder samt virksomheder i mellemstørrelsen uanset branchetilhørsforhold.

### *Udviklingen i mængden af designarbejde*

I undersøgelsen er endvidere spurgt til, om mængden af designarbejde har været stigende, konstant eller faldende.

---

<sup>13</sup> Det fremgår af en kvalitativ undersøgelse omkring behovet for efteruddannelse i designmanagement, som DDC foretager pt, at det især er meget specialiserede designydelser med en begrænset målgruppe, som virksomhedernes køber i udlandet.

<sup>14</sup> Se bilag A – tabel B.13 og B.15.

<sup>15</sup> Se bilag A – tabel B.16.

<sup>16</sup> Se bilag A – tabel B.17, B.18 og B.19.

**Tabel 5.4 Udviklingen i den samlede mængde af designarbejde de sidste 5 år**

		Antal virksomheder	Procent	Procent/gyldige
Gyldige svar	Faldende	35	2,3 %	3,9 %
	Konstant	479	32,3 %	54,1 %
	Stigende	372	25 %	42 %
	Total	885	59,7 %	100 %
Ugyldige besvarelser/mangler	I/T	92	6,2 %	
	Ved ikke/ vil ikke svare	40	2,7 %	
	System	467	31,4 %	
	Total	598	40,3 %	
Total		1.484	100 %	

Som det ses af tabellen er området i vækst. Hele 42 % angiver, at indsatsen er stigende og kun 3,9 % siger omvendt, at den er faldende.

Hvis man undersøger, hvilke virksomheder der især øger designaktiviteterne, viser undersøgelsen, at jo større virksomhed og jo højere bruttoresultat det seneste år, jo større er stigningen i designarbejdet. Forskellen er signifikant.

#### **Hvor meget investerer danske virksomheder i design?**

Af de 671 virksomheder, der køber design eksternt, kan 350 virksomheder angive størrelsen af denne investering. De angiver følgende beløbstørrelser:

**Tabel 5.5 Anslåede investering til eksterne køb.**

Designkøberprofil	Gennemsnit	Antal virksomheder
Køber eksternt	610.805 kr.	302
Køber både internt og eksternt	605.226 kr.	48
Total	610.043 kr.	350

De virksomheder i stikprøven, der alene køber design eksternt anvender altså 610.805 kr. i snit på eksterne designkøb, og de virksomheder, der både køber design eksternt og internt, anvender 605.226 kr. i snit på eksterne designkøb. Den gennemsnitlige investering for alle virksomheder, der køber design eksternt, kan på den baggrund udregnes til 610.043 kr.

## Analyse – Designs økonomiske effekt

Hvis 610.043 kr. antages at svare til omkostningerne i de 321 virksomheder i stikprøven, der ikke angiver en beløbsstørrelse<sup>17</sup> anvender alle de 671 virksomheder i stikprøven, der køber design eksternt, ca. 409 mio. kr. til eksternt design<sup>18</sup>.

### *Virksomhedernes eksterne designinvestering på samfundsniveau*

Da vores stikprøve udgør ca. 8 % af samtlige virksomheder med mindst 10 ansatte, peger resultatet på, at samtlige virksomheder på denne størrelse anvender godt 5 mia. kr.<sup>19</sup> på eksterne designkøb.

### *Samfundets designinvestering*

Den samlede investering til interne og eksterne designkøb for alle virksomheder med mindst 10 ansatte er således i runde tal:

Eksterne designkøb:	5 mia. kr.
Interne designkøb:	1.6 mia. kr. – 2.4 mia. kr.

Samlet årlig designinvestering ca.: 6.6 mia. kr. – 7.4 mia. kr.

### **Sammenfatning – interne og eksterne køb**

6,6 - 7,4 mia. kr. er altså virksomhedernes årlige investering i design. Herudover investerer det offentlige 15 mio. kr. årligt i designfremme. I det følgende analyseres, om denne investering kan betale sig.

---

<sup>17</sup> 671 - 350 = 321 virksomheder.

<sup>18</sup> 671 gange 610.043 kr. = 409.338.553 kr.

<sup>19</sup> 409.338.553 delt med 8 og ganget med 100 = 5.116.735.663 kr.

## 6 Danske virksomheders resultater i relation til design

### Virksomhedernes bruttoresultatudvikling, eksportandel og beskæftigelses-udvikling i relation til brug af design

I det følgende refereres data, som beskriver resultater hos virksomhederne i stikprøven. Resultaterne er i undersøgelsen målt på tre kriterier:

- Bruttoresultatudvikling
- Eksport
- Beskæftigelse

#### *Virksomhedernes bruttoresultatudvikling*

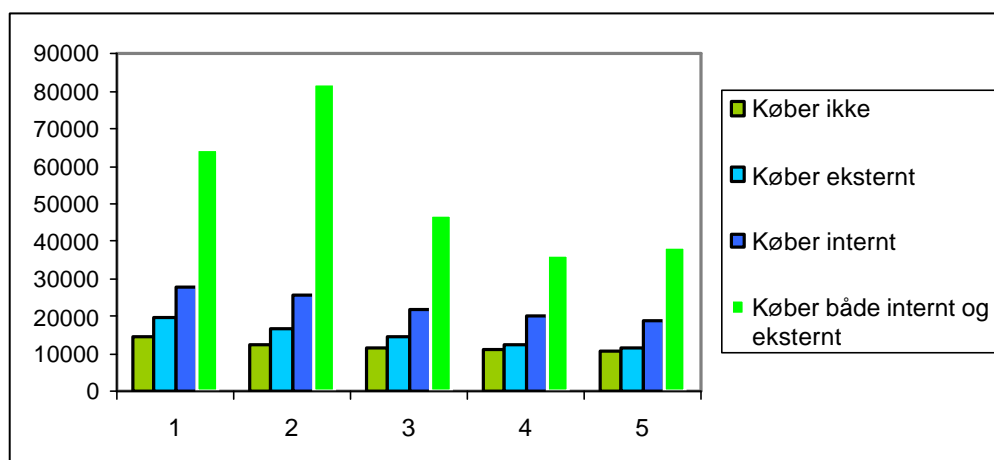
Her gennemgås udviklingen i bruttoresultat hos virksomhederne i stikprøven fra 1.-5. regnskabsår (baseret på 841 virksomheder ud fra databaseoplysninger).

**Tabel 6.1 Bruttoresultatudvikling i relation til virksomhedens køb af design**

	Antal virksomheder	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) (gennemsnit i 1.000 kr.)
Køber ikke design	241	4.029 kr.
Køber design, internt og/eller eksternt	579	10.298 kr.
Total	820	8.455 kr.

Tabellen viser, at de virksomheder, som bruger design, har en bedre bruttoresultatudvikling i de seneste fem regnskabsår end de virksomheder, som ikke bruger design. Tallene er signifikante. Det vil sige, at undersøgelsen dokumenterer, at virksomheder, som bruger design, har større fremgang end virksomheder, som ikke bruger design. Dette svarer til en ekstra bruttoresultatfremgang på knap 22 % hos virksomheder, som bruger design, i forhold til virksomheder generelt.

**Graf 6.1 Bruttoresultatudvikling de seneste 5 regnskabsår**



Grafen illustrerer udviklingen i hvert af de 5 regnskabsår.

I næste tabel ses en nuancering af designbrugen hos de 820 virksomheder, for hvilke der ligger data, der gør det muligt at se bruttoresultatudvikling i forhold til designadfærd

**Tabel 6.2 Bruttoresultatudvikling i relation til køb af design, internt og eksternt**

Designkøberprofil	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) (gns. i 1.000 kr.)	Antal virksomheder
1 Køber ikke design	4.029 kr.	241
2 Køber design eksternt	8.104 kr.	456
3 Køber design internt	9.089 kr.	54
4 Køber design internt og eksternt	25.887 kr.	68
I alt internt og eksternt køb	10.2978 kr.	579
Total	8.455 kr.	820

Tabellen viser en tendens til, at virksomhedernes gennemsnitlige bruttoresultat øges i forhold til virksomhedens køb af design. Virksomheder, der blot køber design eksternt, har dobbelt så stor bruttoresultatfremgang som virksomheder, der ikke køber design. Virksomheder, der har ansat designuddannede medarbejdere, ligger endnu en tak bedre, og virksomheder, der både har designuddannede medarbejdere og køber design eksternt klarer sig markant bedre. Det er imidlertid kun sidstnævnte, markant bedre bruttoresultat (dem, der både køber design internt og eksternt), der er statistisk signifikant i denne undersøgelse. Gruppe 3 er tilnærmelsesvis signifikant. De øvrige forskelle kan i teorien skyldes statistisk usikkerhed, men er sandsynligvis en pålidelig tendens, som vil blive belyst i det følgende.

**Tabel 6.3 Bruttoresultatudvikling i relation til ændring i designaktivitet**

Designarbejde (samlet mængde)	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) (gennemsnit i 1.000 kr)	Antal virksomheder	Ændring i % i forhold til gennemsnittet
Konstant	5.423 kr.	394	
Faldende	18.671 kr.	27	
Konstant eller faldende	6.270 kr.	421	-29,7 %
Stigende	12.470 kr.	313	39,9 %
Total	8.915 kr.	734	0 %

Gruppen af virksomheder med faldende designaktivitet har umiddelbart en høj gennemsnitligt bruttoresultatudvikling. Men gruppen er meget lille (27). Slår man grupperne med konstant og faldende aktivitet sammen, ligger de samlet ca. 50 % lavere end dem med stigende aktivitet. Forskellen ligger lige uden for de normalt anerkendte signifikansintervaller, men meget tæt på, så den forekommer troværdig nok til, at man kan konkludere, at stigende designaktivitet med stor sandsynlighed hænger sammen med en dobbelt så stor resultatfremgang i forhold til de virksomheder, som har konstant eller faldende designaktivitet. I forhold til det samlede gennemsnit i stikprøven betyder det et gennemsnitligt merbruttoresultat på ca. 3,5 mio. kr. over 5 år.

#### *Virksomhedernes eksport*

Her gennemgås andelen af virksomhedens omsætning, der kommer fra eksport (baseret på interview med 887 virksomheder).

**Tabel 6.4 Eksport i relation til virksomhedens køb af design**

	Eksport, gennemsnit af omsætning i %	Antal virksomheder
Køber ikke design	17,64 %	260
Køber design, internt og/eller eksternt	18,49 %	660
Total	18,25 %	920

Hvad angår virksomhedernes eksport ses samme tendens, som blev dokumenteret i forbindelse med virksomhedernes bruttoresultatudvikling nemlig, at de designbrugende virksomheder klarer sig bedre end ikke-brugere. Tallene er dog ikke signifikante.

**Tabel 6.5 Eksport - % af omsætning i relation til køb af design, internt og eksternt**

Designkøberprofil	Eksport, gennemsnit af omsætning i %	Antal virksomheder
1 Køber ikke design	17,64 %	260
2 Køber design eksternt	15,75 %	528
3 Køber design internt	21,57 %	47
4 Køber design internt og eksternt	33,70 %	86
I alt internt og/eller eksternt køb	18,49 %	660
Total	18,25 %	920

Når eksporten vurderes i relation til designadfærd, fremkommer samme resultat, som ved vurderingen af virksomhedernes bruttoresultatudvikling. Nemlig, at de, der køber internt og eksternt, er signifikant forskellige fra de tre andre grupper. De eksporterer i gennemsnit 33,7 % af omsætningen i modsætning til det generelle gennemsnit på 18,25 %. Undersøgelsen viser altså, at virksomheder, der både har designere ansat og køber designydelser eksternt, i gennemsnit eksporterer betydeligt mere end det samlede gennemsnit af virksomheder og betydeligt mere end virksomheder med ingen eller begrænset designadfærd.

**Tabel 6.6 Eksport - % af omsætning i relation til ændring i designaktivitet**

Designarbejde (samlet mængde)	Eksport, gennemsnit af omsætning i %	Antal virksomheder
Konstant	18,77 %	336
faldende	24,22 %	52
Konstant eller faldende	19,51 %	389
Stigende	19,04 %	301
Total	19,30 %	689

Vurderes eksportandelen i relation til ændringen i designaktivitet, ses ingen signifikante forskelle.

#### **Virksomhedernes udvikling i beskæftigelse**

Her gennemgås udviklingen i beskæftigelse hos virksomhederne i stikprøven de seneste fem regnskabsår, (baseret på 878 virksomheder ud fra databaseoplysninger).

**Tabel 6.7 Beskæftigelse i relation til virksomhedens køb af design**

	Beskæftigelsesudvikling, stigning i antal arbejdspladser	Antal virksomheder
Køber ikke design	7	241
Køber design, internt og/eller eksternt	22	650
Total	18	891

Med hensyn til udviklingen i beskæftigelse ses samme tendens, som ved bruttoresultatudvikling og eksportandel nemlig, at de designbrugende virksomheder er i en positiv udvikling. Beskæftigelsestallene er dog ikke statistisk signifikante, men peger i samme retning, som de øvrige indikatorer.

**Tabel 6.8 Beskæftigelsesudvikling i relation til køb af design, internt og eksternt**

Designkøberprofil	Beskæftigelsesudvikling, stigning i antal arbejdspladser	Antal virksomheder
1 Køber ikke design	7	241
2 Køber design eksternt	18	512
3 Køber design internt	14	54
4 Køber design internt og eksternt	52	83
I alt internt og/eller eksternt køb	22	649
Total	18	891

Efter en nuancering af virksomhedernes brug af design ses en markant større udvikling i beskæftigelsen. Tallene er dog ikke signifikante og må derfor betragtes som en tendens, der i øvrigt underbygges af de øvrige indikatorer.

**Tabel 6.9 Beskæftigelsesudvikling i relation til ændring i designaktivitet**

Designarbejde (samlet mængde)	Beskæftigelsesudvikling, stigning i antal arbejdspladser	Antal virksomheder
Konstant	15	306
faldende	10	52
Konstant eller faldende	15	358
Stigende	27	306
Total	20	664

Samme tendens gør sig gældende, hvad angår udviklingen i designaktivitet. Bedre beskæftigelsesudvikling hos de virksomheder, der har øget brugen af design, men forskellene er ikke statistisk signifikante.

**Sammenfatning - virksomhedernes bruttoresultatudvikling, eksportandel og beskæftigelsesudvikling i relation til brug af design**

Men hensyn til virksomhedernes bruttoresultatudvikling dokumenterer analysen, at virksomheder, der bruger design, har en bedre bruttoresultatudvikling, altså tjener mere end virksomheder, som ikke bruger design. Det gælder især virksomheder, som både køber design internt og eksternt. Der ser også ud til at være en positiv sammenhæng mellem stigning i designaktivitet og bruttoreresultatudvikling.

Hvad angår eksportandel og beskæftigelsesudvikling ses samme tendens, som blev dokumenteret omkring udviklingen i virksomhedernes bruttoresultat, nemlig en positiv sammenhæng mellem virksomhedernes brug af design og andelen af omsætningen, der går til eksport og antallet af medarbejdere. Der er dog kun tale om tendenser.

**Sammenhæng mellem resultater og karakteristika for designbrugere og ikke-designbrugere**

I det følgende analyseres sammenhænge mellem virksomhedernes bruttoresultat-udvikling, eksportandel og beskæftigelsesudvikling på den ene side og virksomhedernes størrelse og branche på den anden side.

*Forskel mellem designbrugere og ikke-designbrugere i relation til størrelse.*

**Tabel 6.10 Bruttoresultatudvikling hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til størrelse**

		Antal virksomheder	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) (gns. i 1.000 kr.)
<b>Bruger design</b>			
A	10-19 medarb.	266	2.673
B	20-49 medarb.	198	6.506
C	50-99 medarb.	69	15.530
D	100+ medarb.	45	63.646
<b>Bruger ikke design</b>			
E	10-19 medarb.	138	1.976
F	20-49 medarb.	73	4.077
G	50-99 medarb.	22	5.283
H	100+ medarb.	8	34.797
<b>Total</b>		<b>820</b>	<b>8.455</b>

Der er generelt forskel på designbrugende og ikke-designbrugende virksomheders bruttoresultatudvikling, hvad angår virksomhedernes størrelse og forskellene er signifikante i flere tilfælde. Grupperne A, E og F tjener mindst. Grupperne B, C og G ligger i midten, og gruppen D, de store designbrugende virksomheder, ligger øverst. H ligger midt imellem C og D. Størrelse lader altså - ikke overraskende - til at være den vigtigste faktor, men inden for hver størrelsesgruppe klarer dem, der bruger design, sig bedre end dem, der ikke gør det. Det vil sige, at virksomheder der anvender design – uanset størrelse – har en mere positiv resultatudvikling end virksomheder, der ikke anvender design.

Hvad angår virksomhedernes beskæftigelsesudvikling og andelen af omsætningen, som går til eksport, er der ikke signifikante forskelle<sup>20</sup> mellem små og store virksomheder. Det lader altså til, at det kun er omkring bruttoresultatudviklingen, at størrelsen sætter sig igennem. Faktisk ser design-

<sup>20</sup> Se bilag A – tabel B.25 og B.28.

## Analyse – Designs økonomiske effekt

brugerne ud til at have en marginalt lavere eksportandel, men en marginalt bedre beskæftigelsesudvikling end ikke-brugere af tilsvarende størrelse.

*Forskel mellem designbrugere og ikke-designbrugere i relation til branche*

**Tabel 6.11 Bruttoresultatudvikling hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til branche**

		Antal virksomheder	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) (gns. i 1.000 kr.)
Bruger design			
A	Fremstilling	170	11.961
B	Handel/service	408	9.605
Bruger ikke design			
C	Fremstilling	103	4.644
D	Handel/service,	138	3.567
Total		820	8.455

Opdeler man virksomhederne i brancher, ser de designbrugende virksomheder – både i fremstillings- og handel/servicevirksomheder – ud til at klare sig ca. 3 gange bedre end ikke-brugerne. Forskellene er, selvom de er store, ikke signifikante.

**Tabel 6.12 Eksportandel hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til branche**

		Antal	Procent af omsætning fra eksport
Bruger design			
A	Fremstilling	188	35,5
B	Handel/service, bruger design	472	11,7
Bruger ikke design			
C	Fremstilling	106	27,2
D	Handel/service	154	11,0
Total		920	18,3

Hvad angår eksport, ser designbrugende fremstillingsvirksomheder ud til at eksportere en del mere end ikke-designbrugende fremstillingsvirksomheder. Handels- og servicevirksomhedernes eksportandele er ikke forskellige i relation til designbrug. Endelig eksporterer fremstillingsvirksomheder signifikant mere end handels/-servicevirksomheder, uanset designbrug.

**Tabel 6.13 Beskæftigelsesudvikling hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til branche**

Beskæftigelsesudviklingen		Antal	Beskæftigelsesudvikling, stigning i antal arbejdspladser
Bruger design			
A	Fremstilling	197	27
B	Handel/service	453	20
Bruger ikke design			
C	Fremstilling	102	6
D	Handel/service	139	9
Total		891	18

## Analyse – Designs økonomiske effekt

Der er store forskelle i beskæftigelsesudviklingen hos hhv. designbrugere og ikke designbrugere, især i fremstillingsvirksomhederne, men også i handels- og servicevirksomhederne. Designbrugerne ser ud til at klare sig langt bedre, selvom forskellene ikke er statistisk signifikante.

### *Sammenfatning - Forskelle mellem designbrugere og ikke-designbrugere*

Hvad angår virksomhedernes størrelse ses signifikant bedre bruttoresultater hos de designbrugende virksomheder, uanset størrelse. Der ses ingen signifikante forskelle, hvad angår eksportandel og beskæftigelsesudvikling.

Hvis virksomhederne opdeles groft i hhv. 'fremstilling' og 'handel og service', ser især de designbrugende fremstillingsvirksomheder ud til at klare sig en del bedre end gennemsnittet. I det hele taget klarer designbrugerne sig bedre end ikke-brugerne, både hvad angår bruttoresultatudvikling, eksportandel og beskæftigelsesudvikling. Forskellene er dog ikke statistisk signifikante i denne undersøgelse.

### **Udbytte af design - beregninger på virksomheds- og samfundsniveau**

#### *Virksomhedernes investeringer og udbytte*

Der er en klar tendens til større bruttoresultatfremgang i virksomheder, der anvender design. Denne skal selvfølgelig ses i relation til, at den gennemsnitlige investering i eksterne designkøb gennemsnitligt ligger på 600.000 kr., og den gennemsnitlige investering i designmedarbejdere ligger på mellem 840.000 og 1.250.000 kr. Hvis disse tal har været konstante gennem de seneste fem år, får vi følgende:

- Alene eksternt køb: Investering på 5 gange 600.000 kr. = 3 mio. kr. og en ekstra bruttoresultatfremgang på ca. 4 mio. kr. over fem år. Investeringen er altså tjent mere end hjem.
- Alene internt køb: Investering på 5 gange 840.000 – 1.250.000 kr. = 4,2 – 6,25 mio. kr. og en ekstra bruttoresultatfremgang på 5 mio. kr. over fem år. Investeringen er altså nogenlunde tjent hjem.
- Både interne og eksterne køb: Investering på 5 gange 840.000 – 1.250.000 kr. = 4,2 – 6,25 mio. kr. samt 5 gange 600.000 = 3 mio. kr., i alt 7,2 – 9,25 mio. kr. og en ekstra bruttoresultatfremgang på over 25 mio. kr. over fem år. Investeringen er altså tjent hjem igen flere gange.

#### *Virksomhedernes investeringer og udbytte - på samfundsniveau*

På baggrund af analysen kan man beregne samtlige danske design-købervirksomheders merbruttoresultatfremgang fra det første til det femte regnskabsår. Det gøres ved at gange bruttoresultatet for hver designprofilgruppe med antallet af virksomheder.

**Tabel 6.14 Bruttoresultatudvikling - merresultat for designbrugere på virksomheds- og samfundsniveau**

Design-brugerprofil	Bruttoresultatudvikling (seneste fem regnskabsår) i 1.000 kr.)	Forskel i forhold til ikke-designbrugere	Antal virksomheder i Danmark med 10+ medarb.	Samlet merresultat i forhold til ikke-brugere
Køber ikke design	4.028 kr.		9.433	
Køber design eksternt	8.104 kr.	4.075 kr.	7.099	28.9 mia. kr.
Køber design internt	9.089 kr.	5.060 kr.	756	3.8 mia. kr.
Køber design internt og eksternt	25.888 kr.	21.859 kr.	1.180	25.8 mia. kr.
<b>Total</b>	<b>47.109 kr.</b>	<b>30.994 kr.</b>	<b>18.468</b>	<b>58.5 mia. kr.</b>

Resultatet er, at design spiller en rolle i virksomheder, der har skabt et merbruttoresultat på – i runde tal - 58 mia. kr. (jf. totalen i ovenstående tabel) i det femte år af femårsperioden, sammenlignet med bruttoresultatet i virksomheder, der ikke bruger design.

#### *Effekten af stigende designaktivitet*

Vi kan på baggrund af ovenstående konkludere, at der er en sammenhæng mellem investeringer i design og økonomisk fremgang for designkøber-virksomhederne. Ser vi alene på effekten af en stigende aktivitet, ser det på baggrund af de foreliggende data ud til, at vi kan sige følgende:

Den gennemsnitlige bruttoresultatfremgang på knap 9 mio. kr.<sup>21</sup> over 5 regnskabsår for alle virksomhederne i den vejede stikprøve øges med 3,5 mio. kr.<sup>22</sup>, når et aktuelt designaktivitetsniveau øges. Hvis niveauet sænkes eller holdes konstant, mindskes bruttoresultatfremgangen næsten tilsvarende i forhold til alle virksomhedernes gennemsnit, nemlig med 2,6 mio. kr.

Med omfanget af den eksisterende designindsats in mente bør det være muligt for virksomheder der ikke anvender design, set over en bred kam, at opnå en vækst i bruttoresultatfremgang svarende til forskellen mellem designbrugende og ikke-designbrugende virksomheder, hvis det lykkes at påvirke den pågældende virksomhed til at gå i gang med eller intensivere brugen af designaktiviteter.

<sup>21</sup> Se tabel 6.1 og 6.2.

<sup>22</sup> Se tabel 6.3.

## Analyse – Design økonomiske effekt

Den omtalte effekt er målt på forskelle i bruttoresultatudvikling over 5 år, og den øgede effekt af designinvesteringerne målt på bundlinien vil da logisk set også først kunne forventes i løbet af en kortere årrække.

## 7 Undersøgelsen i designtrappesperspektiv

I dette afsnit perspektiveres undersøgelsen i relation til virksomhedernes placering på designtrappen. Designtrappen er udviklet af DDC og angiver fire forskellige grader i virksomhedernes brug af design.

### Designtrappen

Trin 1 Non Design: Design er en skjult del af f.eks. produktudvikling, og det er andre faggrupper end designere, der varetager opgaven. Løsningen tager udgangspunkt i de involverede personers opfattelse af hensigtsmæssig funktion og æstetik. Brugernes synspunkter spiller ingen – eller meget lille – rolle for resultatet.

Trin 2 Design som formgivning: Design opfattes alene som den afsluttende formgivning, hvad enten der er tale om udvikling af produkter eller grafik. Mange designere bruger udtrykket styling om denne proces. Det kan være professionelle designere, der varetager opgaven, men i de fleste tilfælde er det andre faggrupper.

Trin 3 Design som proces: Design er ikke et resultat, men en arbejdsform som integreres på et tidligt tidspunkt i udviklingsprocessen. Løsningen tager udgangspunkt i problemet og brugeren og stiller krav om medvirken af mange forskellige kompetencer, f.eks. procesteknikere, materialeteknologer, marketing- og organisationsfolk.

Trin 4 Design som innovation: Designeren samarbejder med virksomhedens ejere/direktion om at nytænke hele – eller væsentlige dele af – forretningsgrundlaget. Designprocessen kombineret med virksomhedens visioner samt ønsker til forretningsområde og fremtidig rolle i værdikæden er væsentlige elementer.

**Tabel 7.1 Virksomhedernes placering på designtrappen**

	Antal virksomheder	Andel i %	Andel i % i 2001 <sup>23</sup>
Trin 4 Design som innovation	150	15 %	20 %
Trin 3 Design som proces	352	35 %	27 %
Trin 2 Design som formgivning	134	13 %	13 %
Trin 1 Non Design	362	36 %	39 %
Total	998	100 %	100 %

Virksomhederne i undersøgelsen placerer sig på designtrappen nogenlunde på samme måde, som i målingen fra 2001, for så vidt angår trin 1 og 2. Hvad angår trin 3 og 4 viser den aktuelle undersøgelse en betydelig større repræsentation på trin 3 end på trin 4. Da den aktuelle undersøgelse baserer sig på en større stikprøve, må det antages, at denne fordeling af virksomheder på trappen er mere retvisende, uanset en mindre forskel i undersøgelsesernes segmentering af virksomheder.

<sup>23</sup> Fra Fra Effekt- og nulpunkts-måling for DDC, januar 2002

(lidt anden spørgemetode).

**Tabel 7.2 Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til virksomhedsstørrelse**

	10-19 ansatte		20-49 ansatte		50-100 ansatte		100+ ansatte		Total	
	ant.	%	ant.	%	ant.	%	ant.	%	ant.	%
Trin 4 Design som innovation	58	12,4	50	15,2	23	20,9	18	20,0	149	14,9
Trin 3 Design som proces	156	33,4	116	35,2	38	34,5	42	46,7	352	35,3
Trin 2 Design som form- givning	49	10,5	54	16,4	19	17,3	12	13,3	134	13,4
Trin 1 Non Design	204	43,7	110	33,3	30	27,3	18	20,0	362	36,3
Total	467	100	330	100	110	100	90	100	997	100

Ser man på virksomhedens størrelse i relation til designtrappen, er det tydeligt, at jo større virksomheden er, desto højere er dens placering på designtrappen, alt andet lige. Forskellen er signifikant. Resultatet er da heller ikke overraskende, men peger i retning af, at relevansen af design stiger i takt med virksomhedens størrelse og de forretningsmæssige behov og muligheder, som hænger sammen med at drive en stor virksomhed. Samtidig er det lettere for en større virksomhed også at have ekspertise til at håndtere design, sammenlignet med mindre virksomheder.

**Tabel 7.3 Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til branche**

	Fremstilling		Handel og service		Total	
	antal	%	antal	%	antal	%
Trin 4 Design som innovation	55	17,4	95	13,9	150	15,0
Trin 3 Design som proces	119	37,7	233	34,2	352	35,3
Trin 2 Design som formgivning	41	13,0	93	13,6	134	13,4
Trin 1 Non Design	101	32,0	261	38,3	362	36,3
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100</b>	<b>682</b>	<b>100</b>	<b>998</b>	<b>100</b>

Ved en grov brancheopdeling i henholdsvis fremstilling og handel og service ses en tendens til, at fremstillingsvirksomhederne er højere placeret på designtrappen end handels- og servicevirksomhederne.

**Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til investeringer i design**

**Tabel 7. 4 Designtrappeplacering i relation til investering i design**

	Antal virksomheder	Gennemsnitsinvestering
Trin 4 Design som innovation	74	431.434 kr.
Trin 3 Design som proces	150	821.696 kr.
Trin 2 Design som formgivning	72	96.717 kr.
Trin 1 Non Design	197	285.987 kr.
<b>Total</b>	<b>494</b>	<b>443.268 kr.</b>

Der er ingen signifikant forskel på trinnene, hvad angår de samlede investeringer i design<sup>24</sup>. Det virker umiddelbart mærkeligt, at virksomheder, som

<sup>24</sup> Virksomhedernes trinplacering er krydset med deres rapporterede udgift til eksterne køb af design og deres rapporterede antal designmedarbejdere, som er sat til 31.975 kr. pr md.

betegner sig selv som værende på trin 1, alligevel har relativt høje design-investeringer. Dette kan måske forklares ved, at investeringerne primært har været i web- og anden kommunikationsdesign.

**Tabel 7.5 Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til bruttoresultatudvikling**

	Bruttoresultat-udvikling (seneste fem regnskabsår i 1.000 kr.)	Antal
Trin 4 Design som innovation	13.272 kr.	125
Trin 3 Design som proces	12.103 kr.	281
Trin 2 Design som formgivning	5.427 kr.	111
Trin 1 Non Design	5.314 kr.	308
Total	8.848 kr.	825

Virksomhederne på trin 3 og 4 ligger bedre end virksomhederne på trin 1 og 2. Tallene er ikke signifikante, men stemmer overens med de resultater, der ses andre steder i undersøgelsen, nemlig, at jo mere systematisk, der arbejdes med design, jo bedre økonomiske resultater. Så selvom der kun er tale om en tendens, er den sandsynligvis retvisende.

**Tabel 7.6 Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til eksport**

	Eksport (% af omsætning)	
	Gennemsnit	Antal
Trin 4 Design som innovation	26,34 %	131
Trin 3 Design som proces	22,67 %	330
Trin 2 Design som formgivning	16,48 %	125
Trin 1 Non Design	12,21 %	342
Total	18,5 %	927

Hvad angår sammenhængen mellem virksomhedernes eksport og placering på designtrappen, ses markante forskelle. Således udgør eksporten i virksomheder på det højeste trin en væsentlig større andel af omsætningen end i virksomheder, der ikke anvender design, og andelen er systematisk stigende med niveauerne på designtrappen. Forskellene mellem gruppe 1 og 2 samlet set og 3 og 4 samlet set er signifikante. Tabellen viser klart, at der er en

sammenhæng mellem en stor relativ eksport og en designpraksis, der er solidt forankret i virksomhederne. Forskellene mellem hhv. gruppe 3 og 4 og gruppe 1 og 2 er ikke statistisk signifikante, men skal ses som tendenser.

**Tabel 7.7 Virksomhedernes placering på designtrappen i relation til beskæftigelse**

	Beskæftigelsesudvikling over 5 år	
	Gennemsnitlig stigning i antal medarbejdere	Antal virksomheder
Trin 4 Design som innovation	22,9	139
Trin 3 Design som proces	20,8	315
Trin 2 Design som formgivning	19,6	123
Trin 1 Non Design	14,5	323
Total	18,7	899

Med hensyn til beskæftigelse ses en tendens til samme sammenhæng mellem virksomhedernes anvendelse af design og udviklingsretning nemlig, at jo mere designintensive virksomhederne er, jo større vækst i medarbejderstaben. Tallene er dog ikke statistisk signifikante.

**Sammenfatning - virksomhedernes placering på designtrappen**

Undersøgelsen viser den generelle tendens, at jo højere virksomheden ligger på designtrappen, jo bedre resultater har virksomheden. Hvad angår virksomhedernes eksportandel, er resultaterne markante, hvad angår de øvrige resultatmål er der tale om tendenser, som falder i tråd med undersøgelsens øvrige resultater.

## 8 Konklusion og perspektivering

Undersøgelsens nøgletal er:

- Designkøberadfærden:
  - 48,9 % af danske virksomheder med mere end 10 ansatte køber design
  - 38,5 % køber design eksternt
  - 4,1 % køber internt i form af designmedarbejdere
  - 6,4 % køber både internt og eksternt.
- Designinvesteringen på samfundsniveau:
  - Den interne investering i design for virksomheder med mindst 10 ansatte ligger samlet på mellem – i runde tal – 1,6 og 2,4 mia. kr. årligt.
  - Den eksterne investering i design for virksomheder med mindst 10 ansatte er opgjort til – i runde tal – 5 mia. kr. årligt.
  - Den samlede designinvestering hos virksomheder med mere end 10 ansatte er - i runde tal - på mellem 6,6 – 7,4 mia. kr. årligt<sup>25</sup>.
- Bruttoresultatfremgangen fra det første til det seneste af de seneste fem regnskabsår i relation til virksomhedernes designkøberadfærd er:
  - Ikke designkøb: 4,0 mio. kr.
  - Eksternt designkøb: 8.1 mio. kr.
  - Internt designkøb: 9.1 mio. kr.
  - Internt og eksternt designkøb: 25.9 mio. kr.
  - Gennemsnitligt for alle: 8.5 mio. kr.
- Bruttoresultatfremgangen for de virksomheder, som har svaret på forandringsaspektet (stigende, konstant eller faldende designbrug), er fra det første til det seneste af de seneste fem regnskabsår gennemsnitligt 9 mio. kr. Hvis designbrugen er stigende, øges fremgangen med endnu 3 mio. kr. Hvis designbrugen er faldende eller konstant, giver det en relativt mindre fremgang på - 2.6 mio. kr. i forhold til gennemsnittet.
- Eksportfremgangen er størst, der hvor design er systematisk forankret i virksomheden, dvs. virksomheder, der enten har designere ansat eller både har designere ansat og køber design eksternt. Eksportfremgangen er ca. dobbelt så stor for virksomheder, der både har designere ansat og

---

<sup>25</sup> Sammenligner man de eksterne investeringer med målinger af designbranchens omsætning i 'Dansk design - en erhvervsøkonomisk redegørelse' (EBST marts 2003) steg omsætningen fra 428 mio. kr. til 1.376 mio. kr. fra 1992-98, hvilket svarer til en stigningstakt på 3,2. Med samme stigningstakt (2,7 på 5 år) vil den samlede brancheomsætning i dag ligge på 3.686 mio. kr. Dette forklarer noget af, men ikke hele stigningen. En stor del af den generelle stigning må også formodes at skyldes investering i web-design. Mange virksomheder har i perioden været igennem udviklingen af flere generationer af websites (fra rene visitkort til dialogiske sites) med deraf følgende interne og eksterne investeringer. Allersidst afspejler tallene det helt grundlæggende forhold, at design er et meget svært afgrænseligt begreb, og at mange virksomheder i et omfang medregner investeringer i f.eks. marketing- og brandingprojekter.

## Analyse – Designs økonomiske effekt

køber design eksternt (33,5 %), end for virksomheder, der hverken har designere ansat eller køber design eksternt (17,6 %).

Alle analysens resultater peger på, at der er en meget klar sammenhæng mellem design og økonomisk succes i virksomhederne og dermed fremgang for samfundsøkonomien. Sammenhængen er så markant, at den hverken kan bortforklares eller diskuteres. Især er den markant for virksomheder, hvor designpraksis er solidt forankret. Det gælder for virksomheder, der både køber design internt og eksternt, altså virksomheder, der har designuddannede medarbejdere og køber designydelser eksternt. Disse virksomheder har signifikant større fremgang end andre. Og det gælder forbindelse med graden af integration af design i virksomheden, hvilket kan afbildes på DDC's 4 trins designtrappe, hvor virksomheder på trappens to øverste trin, altså de, der bruger design systematisk og integreret, har signifikant større eksport og en tilsyneladende bedre bruttoresultatfremgang.

Hvad der kan og bør diskuteres og belyses nøjere, er sammenhængens natur. Det kunne være interessant at grave dybere i de årsagssammenhænge, som ligger bag billedet af designbrug og virksomhedernes resultater. Den ideelle metode til at analysere, om designbrug har en selvstændig effekt på virksomhedernes output (som f.eks. resultatudvikling målt i 1000 kr., eksportomsætning målt i procent eller beskæftigelsesudvikling målt i antal medarbejdere) er at foretage en lineær regressionsanalyse. Outputtet fra denne type analyse er en række parametre, som gør det muligt at isolere effekten af design fra effekten af andre faktorer som f.eks. størrelse, antallet af medarbejdere med en lang uddannelse etc. De tekniske forudsætninger for en sådan analyse er ikke opfyldt i det eksisterende datamateriale. Men det ville imidlertid være relevant og interessant på et senere tidspunkt at gennemføre denne type analyse, hvis det kan lade sig gøre at tilvejebringe et større datamateriale. Det kunne evt. være registerdata, da man i så fald ville få et større datamateriale og derved gøre usikkerheden mindre, og få mulighed for at gå mere i dybden med de forskellige variable.

Analysen kan altså ikke danne grundlag for at fastslå, at det alene er design, der skaber forskellene på bundlinien. Der er formentlig en gensidig påvirkning mellem investeringer i design og økonomisk succes således, at der skal være en vis økonomisk succes for, at virksomhederne vælger at investere i design, som så igen øger den økonomiske succes. Design virker formentlig på den måde, at virksomhederne opnår en ekstra professionalisering gennem et designfokus på sine aktiviteter, der så slår igennem på markedet som konkurrencefordele. Dette harmonerer også godt med, at det er virksomheder, hvor designfokus er velforankret, som har den største fremgang.

Det synes derfor indlysende, at en mere udbredt anvendelse af design i dansk erhvervsliv vil have gavnlige samfundsøkonomiske konsekvenser foruden at bidrage positivt til bundlinien i den enkelte virksomhed.

## Bilag A. Ekstra tabeller

Ekstra tabeller til analyse af designs økonomiske effekter

I dette bilag er en række supplerende tabeller, som er genereret i forbindelse med analysen, men som det ikke er fundet relevant at gengive i selve rapporten, fordi de ikke har vist signifikante resultater.

**Tabel B.1 Virksomhedernes bruttoresultat**

Bruttoresultat (seneste regnskabsår, gns. i 1000 kr. )	Antal virksomheder	Procent
Mindre end 4.140	240	16,2 %
4.140 – 8.214	238	16,0 %
8.215 – 18.760	240	16,2 %
18.760+	239	16,1 %
Total	957	64,5 %
Missing	527	35,5 %
Total	1484	100,0 %

**Tabel B.2 Øvrige medarbejdere, der arbejder med design i det meste af arbejdstiden**

		Antal virksomheder	Antal øvrige medarbejdere	Procent Med missing	Procent/gyldige Uden missing
Gyldige svar	0	651	0	43,9 %	65,5 %
	1	123	123	8,3 %	12,4 %
	2	81	162	5,5 %	8,2 %
	3	52	156	3,5 %	5,2 %
	4	20	80	1,4 %	2,0 %
	5	16	80	1,1 %	1,6 %
	6	6	36	0,4 %	0,6 %
	7	5	30	0,4 %	0,5 %
	8	3	24	0,4 %	0,3 %
	9	1	9	0,1 %	0,1 %
	10	10	100	0,6 %	1,0 %
	12	5	60	0,3 %	0,5 %
	14	0	0	0,0 %	0,0 %
	15	2	30	0,1 %	0,2 %
	20	5	100	0,3 %	0,5 %
	25	5	125	0,3 %	0,5 %
	26	0	0	0,0 %	0,0 %
	30	2	60	0,1 %	0,2 %
	32	0	0	0,0 %	0,0 %
	35	0	0	0,0 %	0,0 %
	40	1	40	0,1 %	0,1 %
	50	2	100	0,2 %	0,2 %
	60	1	60	0,1 %	0,1 %
70	0	0	0,0 %	0,0 %	
100	0	0	0,0 %	0,0 %	
150	1	150	0,1 %	0,1 %	
200	0	0	0,0 %	0,0 %	
	<b>Total</b>	<b>994</b>	<b>1.525</b>	<b>67,0 %</b>	<b>100 %</b>
Ugyldige besvarelser/mangler	System	489		33,0 %	
<b>Total</b>		<b>1.484</b>		<b>100 %</b>	

**Tabel B.3 Antallet af designmedarbejdere krydset med virksomhedsstørrelse**

		Hvor mange designuddannede medarbejdere har virksomheden?	Hvor mange øvrige medarbejdere arbejder med design i det meste af arbejdstiden?
10-19 ansatte	Gns.	0,21	0,53
	Antal	467	469
20-49 ansatte	Gns.	0,42	2,03
	Antal	327	328
50-99 ansatte	Gns.	0,52	3,05
	Antal	109	108
100+ ansatte	Gns.	1,36	5,35
	Antal	88	89
Total	Gns.	0,42	1,73
	Antal	991	994

Tabellen illustrerer, hvor mange designuddannede medarbejdere, der i gennemsnit er ansat i industrien fordelt på virksomhedsstørrelse.

**Tabel B.4 Antallet af designmedarbejdere krydset med brancher**

		Antal virksomheder	Antal medarbejdere
Hvor mange ansatte er der i virksomheden	Fremstilling	323	105,35
	Handel & Service	693	153,68
Hvor mange designuddannede medarbejdere	Fremstilling	316	0,36
	Handel & Service	675	0,44
Hvor mange øvrige medarbejdere arbejder med design i det meste af arbejdstiden	Fremstilling	318	2,10
	Handel & Service	676	1,56

Tabellen viser, at der ikke er signifikant forskel på antallet af ansatte de to brancher imellem – samt mellem designuddannede medarbejdere og øvrige medarbejdere.

**Tabel B.5 Antallet af designmedarbejdere krydset med seneste års bruttoresultat**

Seneste års bruttoresultat opdelt i 4 grupper (gns. i 1.000 kr.)		Hvor mange designuddannede medarbejdere har virksomheden?	Hvor mange øvrige medarbejdere arbejder med udvikling af design i det meste af arbejdstiden?
Mindre end 4.140	Gns.	0,18	0,48
	Antal	236	236
4.414 – 8.214	Gns.	0,29	0,72
	Antal	230	231
8.215 – 18.760	Gns.	0,22	1,36
	Antal	236	239
18.761 +	Gns.	1,00	4,57
	Antal	229	228
Total	Gns.	0,42	1,76
	Antal	931	934

Tabellen viser, at der ikke er signifikante forskelle på antallet af designuddannede medarbejdere og seneste års bruttoresultat.

**Tabel B.6 Udvikling i antallet af designuddannede medarbejdere de sidste 5 år**

		Antal virksomheder	Procent	Procent/gyldige
Gyldige svar	Faldende	28	1,9 %	3,2 %
	Konstant	769	51,8 %	86,9 %
	Stigende	88	6,0 %	10,0 %
	Total	886	59,7 %	100 %
Ugyldige besvarelser/mangler	-	92	6,2 %	
	Ved ikke/ vil ikke svare	39	2,7 %	
	System	467	31,4 %	
	Total	598	40,3 %	
Total		1.484	100 %	

Ca. 87 % af virksomhederne siger, at udviklingen har været konstant i antallet af designmedarbejdere. 10 % siger, at antallet af designuddannede medarbejdere har været stigende i løbet af de seneste 5 år.

**Tabel B.7 Antallet af designuddannede medarbejdere krydset med brancher**

			Brancheopdeling		Total
			Fremstilling	Handel & Service	
Antallet af medarbejdere været stigende, faldende eller konstant de sidste 5 år?	Faldende	Antal	8	20	28
		Procent	2,8 %	3,3 %	3,2 %
	Konstant	Antal	249	521	770
		Procent	86,8 %	87,0 %	86,9 %
	Stigende	Antal	30	58	88
		Procent	10,5 %	9,7 %	9,9 %
Total	Antal	287	599	886	
	Procent	100 %	100 %	100 %	

Som det fremgår af tabellen, er der ingen forskel mellem fremstillingsbranchen og Handel og Service.

**Tabel B.8 Antallet af designuddannede medarbejdere krydset med virksomhedsstørrelse**

			Virksomheder grupperet efter størrelse				Total
			10-19	20-49	50-99	100+	
Antallet af designudd. medarb, stig, fald eller konstant/ 5år	Faldende	Antal	8	7	7	6	28
		Procent	1,9 %	2,4 %	7,0 %	7,8 %	3,2 %
	Konstant	Antal	379	257	77	57	770
		Procent	92 %	86,5 %	77 %	74 %	86,9 %
	Stigende	Antal	25	33	16	14	88
		Procent	6,1 %	11,1 %	16 %	18,2 %	9,9 %
Total	Antal	412	297	100	77	886	
	Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Tabellen viser, at jo større virksomhed, desto større stigning i antallet af designmedarbejdere og forskellene er signifikante.

**Tabel B.9 Udvikling i eksterne køb indland**

		Antal virksomheder	Procent	Procent/gyldige
Gyldige svar	Faldende	66	4,4 %	8,1 %
	Konstant	376	25,3 %	46,6 %
	Stigende	365	24,6 %	45,2 %
	Total	806	54,3 %	100 %
Ugyldige besvarelser/mangler	I/T	156	10,5 %	
	Ved ikke/ vil ikke svare	55	3,7 %	
Ugyldige	System	467	31,4 %	
	Total	678	45,7 %	
Total		1484	100,0 %	

Tabellen viser, at udviklingen i eksterne køb har været henholdsvis konstant og stigende.

**Tabel B.10 Eksterne investeringer krydset med seneste års bruttoresultat**

			Årets bruttoresultat opdelt i 4 grupper (gns. i 1.000 kr.)				Total
			>4.140	4.141 – 8.214	8.215-18.760	18.760 +	
Har virksom. Eksterne køb af design været stigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år	Faldende	Antal	14	14	13	20	61
		Procent	7,3 %	7,9 %	6,8 %	10,2 %	8,1 %
	Konstant	Antal	103	82	88	77	350
		Procent	53,6 %	64,3 %	45,8 %	39,3 %	46,2 %
	Stigende	Antal	75	81	91	99	346
		Procent	39,1 %	45,8 %	47,4 %	50,5 %	45,7 %
Total	Antal	192	177	192	196	757	
	Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

## Analyse – Designs økonomiske effekt

Der er ingen signifikant forskel mellem virksomheder med et godt og et dårligt bruttoresultat. Det vil sige, at det ikke nødvendigvis kun er rige virksomheder, der investerer i design.

**Tabel B.11 Eksterne investeringer krydset med virksomhedsstørrelse**

			Virksomheder grupperet				Total
			10-19 ansatte	20-49 ansatte	50-99 ansatte	100+ ansatte	
Har virksom. eksterne køb af design været stigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år	Faldende	Antal	25	24	8	9	66
		Procent	6,7 %	9,0 %	9,1 %	11,5 %	8,2 %
	Konstant	Antal	187	116	39	33	375
		Procent	50,1 %	43,6 %	44,3 %	42,3 %	46,6 %
	Stigende	Antal	161	126	41	36	364
		Procent	43,2 %	47,4 %	46,6 %	46,2 %	45,2 %
Total	Antal	373	266	88	78	805	
	Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Der er ingen signifikant forskel mellem virksomheder af forskellig størrelse. Dvs. investeringen i eksterne køb er virksomhedsstørrelse uafhængige.

**Tabel B.12 Eksterne investeringer krydset med branche**

			Brancheopdeling		Total
			Fremstilling	Handel og Service	
Har virksom. eksterne køb af design været stigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år	Faldende	Antal	21	45	66
		Procent	8,4 %	8,1 %	8,2 %
	Konstant	Antal	130	245	375
		Procent	52 %	44,1 %	46,5 %
	Stigende	Antal	99	266	365
		Procent	39,6 %	47,8 %	45,3 %
Total	Antal	250	556	806	
	Procent	100 %	100 %	100 %	

Andelen af virksomheder med en stigende mængde eksterne køb er signifikant større i handels- og servicebranchen.

**Tabel B.13 Virksomhedernes seneste bruttoresultat krydset med andelen af eksterne køb i udlandet**

			Seneste bruttoresultat opdelt i 4 grupper (gns. i 1.000 kr)				Total
			>4.140	4.141 – 8.214	8.215-18.760	18.760 +	
Hvor stor en andel af de eksterne designydelse købes i udlandet ?	0 %	Antal	83	95	86	63	327
		Procent	34,6 %	40,8 %	36,1 %	28,3 %	35 %
	1-20 %	Antal	149	127	123	133	532
		Procent	62,1 %	54,5 %	51,7 %	59,6 %	57 %
	21-50 %	Antal	2	4	8	4	18
		Procent	0,8 %	1,7 %	3,4 %	1,8 %	1,9 %
	51-100 %	Antal	6	7	21	23	57
		Procent	2,5 %	3,0 %	8,8 %	10,3 %	6,1 %
	Total	Antal	240	233	238	223	934
		Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Jo rigere virksomhed, desto flere udenlandske køb. Forskellen er signifikant.

**Tabel B.14 Virksomhedernes størrelse krydset med andelen af eksterne køb i udlandet**

			Virksomheder grupperet				Total
			10-19 ansatte	20-49 ansatte	50-99 ansatte	100+ ansatte	
Hvor stor en andel af de eksterne designydelser købes i udlandet ?	0 %	Antal	191	102	35	19	347
		Procent	40,1 %	31,3 %	32,7 %	22,1 %	34,9 %
	1-20 %	Antal	263	197	59	52	571
		Procent	55,3 %	60,4 %	55,1 %	60,5 %	57,4 %
	21-50 %	Antal	8	7	2	3	20
		Procent	1,7 %	2,1 %	1,9 %	3,5 %	2,0 %
	51-100 %	Antal	14	20	11	12	57
		Procent	2,9 %	6,1 %	10,3 %	14 %	5,7 %
Total		Antal	476	326	107	86	995
		Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Jo større virksomhed, desto flere udenlandske køb. Forskellen er signifikant.

**Tabel B.15 Brancher krydset med andelen af eksterne køb i udlandet**

			Brancheopdeling		Total
			Fremstilling	Handel og Service	
Hvor stor en andel af de eksterne designydelser købes i udlandet ?	0 %	Antal	135	212	347
		Procent	42,5 %	31,5 %	35 %
	1-20 %	Antal	164	406	570
		Procent	51,6 %	60,2 %	57,5 %
	21-50 %	Antal	6	13	19
		Procent	1,9 %	1,9 %	1,9 %
	51-100 %	Antal	13	43	56
		Procent	4,1 %	6,4 %	5,6 %
Total		Antal	318	674	992
		Procent	100 %	100 %	100 %

Handels- og servicevirksomhederne køber en større andel af deres designydelser i udlandet. Forskellen er signifikant.

**Tabel B.16 Udvikling i eksterne køb, udland**

		Antal	Procent	Procent/ gyldige
Gyldige svar	Faldende	13	0,9 %	5,4 %
	Konstant	162	10,9 %	69,0 %
	Stigende	60	4,1 %	25,7 %
	Total	235	15,8 %	100,0 %
Ugyldige besvarelser/ mangler	I/T	716	48,2 %	
	Ved ikke/ vil ikke svare	67	4,5 %	
	System	467	31,4 %	
	Total	1249	84,2 %	
<b>Total</b>		<b>1484</b>	<b>100 %</b>	

Udviklingen i udenlandske køb er mest af alt konstant, svarende til 69 %.  
Dog er den for 25,7 % af virksomhedernes vedkommende stigende.

**Tabel B.17 Udviklingen i eksterne køb krydset med seneste års bruttoresultat**

			Seneste års bruttoresultat opdelt i 4 grupper (gns. i 1.000 kr)				Total
			>4,14 0	4.141- 8.214	8.215 – 18.760	18.76 1+	
Har den udenland ske andel af de eksterne køb været sigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år?	Faldende	Antal	0	1	7	5	13
		Procent	0,0 %	2,0 %	10,4 %	7,4 %	5,7 %
	Konstant	Antal	41	39	37	37	154
		Procent	95,3 %	78 %	55,2 %	54,4 %	67,5 %
	Stigende	Antal	2	10	23	26	61
		Procent	4,7 %	20 %	34,3 %	38,2 %	26,8 %
Total	Antal	43	50	67	68	228	
	Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Der er signifikant flere af de rige virksomheder, der øger deres udenlandske designkøb. Dvs jo rigere virksomhed, desto flere udenlandske køb. Ligeledes viser denne tabel, at jo rigere virksomhed, desto større signifikant stigning i udenlandske køb.

**Tabel B.18 Udvikling i eksterne køb krydset med virksomhedsstørrelser**

			Virksomheder grupperet				Total
			10-19 ansatte	20-49 ansatte	50-99 ansatte	100+ ansatte	
Har den udenlandske andel af de eksterne køb været stigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år?	Faldende	Antal	2	7	1	3	13
		Procent	1,8 %	9,9 %	3,2 %	12,5 %	5,5 %
	Konstant	Antal	86	44	19	13	162
		Procent	78,9 %	62 %	61,3 %	54,2 %	68,9 %
	Stigende	Antal	21	20	11	8	60
		Procent	19,3 %	28,2 %	35,5 %	33,3 %	25,5 %
Total	Antal	109	71	31	24	235	
	Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Der er signifikant flere mellemstore virksomheder, der øger den udenlandske andel. De helt store virksomheder har færre, der holder andelen konstant og flere, der enten øger eller sænker den. Tendensen er signifikant, dog kun i moderat grad.

**Tabel B.19** Udviklingen i eksterne køb krydset med brancher

			Brancheopdeling		Total
			Fremstilling	Handel og Service	
Har den udenlandske andel af de eksterne køb været stigende, konstant eller faldende i de seneste 5 år?	Faldende	Antal	3	10	13
		Procent	3,7 %	6,5 %	5,5 %
	Konstant	Antal	67	95	162
		Procent	81,7 %	62,1 %	68,9 %
	Stigende	Antal	12	48	60
		Procent	14,6 %	31,4 %	25,5 %
Total	Antal	82	153	235	
	Procent	100 %	100 %	100 %	

Der er signifikant flere handels- og servicevirksomheder, der øger andelen af udenlandske køb.

**Tabel B.20** Udviklingen i den samlede mængde af arbejde, der drejer sig om design i de sidste 5 år

		Antal virksomheder	Procent	Procent/gyldige
Gyldige svar	Faldende	35	2,3 %	3,9 %
	Konstant	479	32,3 %	54,1 %
	Stigende	372	25 %	42 %
	Total	885	59,7 %	100 %
Ugyldige besvarelser/mangler	I/T	92	6,2 %	
	Ved ikke/ vil ikke svare	40	2,7 %	
	System	467	31,4 %	
	Total	598	40,3 %	
Total		1484	100 %	

Tabellen viser, at udviklingen i mængden af designarbejde de sidste 5 år har været henholdsvis konstant og stigende.

**Tabel B.21** Udviklingen i den samlede mængde af arbejde, der drejer sig om design de sidste 5 år krydset med seneste års bruttoresultat

			Seneste års bruttoresultat (gns. i 1.000 kr.)				Total
			>4.140	4.141-8.214	8.215-18.760	18.761+	
Udviklingen i designarbejde i de sidste 5 år	Faldende	Antal	9	8	8	10	35
		Procent	4,3 %	4,0 %	3,9 %	4,7 %	4,2 %
	Konstant	Antal	130	114	116	86	446
		Procent	61,9 %	56,4 %	56,3 %	40,2 %	53,6 %
	Stigende	Antal	71	80	82	118	351
		Procent	33,8 %	39,6 %	39,8 %	55,1 %	42,2 %
Total		Antal	210	202	206	214	832
		Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Jo rigere virksomhed, desto større stigning i designarbejdet. Forskellen er signifikant.

**Tabel B.22** Udviklingen i den samlede mængde af arbejde, der drejer sig om design de sidste 5 år krydset med virksomhedsstørrelse

			Virksomheder grupperet				Total
			10-19 ansatte	20-49 ansatte	50-99 ansatte	100+ ansatte	
Udviklingen i designarbejde i de sidste 5 år	Faldende	Antal	12	15	4	4	35
		Procent	2,9 %	5,1 %	4,0 %	5,1 %	4,0 %
	Konstant	Antal	257	144	50	28	479
		Procent	62,5 %	48,5 %	50,5 %	35,4 %	54,1 %
	Stigende	Antal	142	138	45	47	372
		Procent	34,5 %	46,5 %	45,5 %	59,5 %	42,0 %
Total		Antal	411	297	99	79	886
		Procent	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Jo større virksomhed, desto større stigning i mængden af designarbejde. Forskellen er signifikant.

**Tabel B.23** Udviklingen i den samlede mængde af arbejde, der drejer sig om design de sidste 5 år krydset med brancher

			Virksomheder grupperet		Total
			Fremstilling	Handel & service	
Udviklingen i designarbejde i de sidste 5 år	Faldende	Antal	18	17	35
		Procent	6,2 %	2,8 %	4,0 %
	Konstant	Antal	145	334	479
		Procent	50,2 %	55,9 %	54,1 %
	Stigende	Antal	126	246	372
		Procent	43,6 %	41,2 %	42,0 %
Total		Antal	289	597	886
		Procent	100 %	100 %	100 %

Mængden af designarbejde er i højere grad konstant i handels- og servicevirksomhederne, hvor fremstillingsvirksomhederne i lidt højere grad oplever en stigning eller et fald. Forskellen er moderat signifikant.

**Tabel B.24** Eksportandel hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til størrelse

Procent af omsætning fra eksport		Antal	Gennemsnit ( % )
<b>Bruger design</b>			
A	10-19 medarb.	296	11,32
B	20-49 medarb.	218	21,12
C	50-99 medarb.	77	22,09
D	100+ medarb.	69	36,88
<b>Bruger ikke design</b>			
E	10-19 medarb.	148	12,37
F	20-49 medarb.	79	21,75
G	50-99 medarb.	22	28,16
H	100+ medarb.	11	37,97
Total		920	18,25

Hvad angår andelen af omsætningen, som går til eksport, er der ikke signifikante forskelle. Gruppe A og E ser ud til at ligge nederst. D og H ligger

øverst. B, C, F og G ligger midt imellem de to uden at adskille sig signifikant fra nogen af dem. Det lader altså til, at det kun er størrelsen, der giver signifikant udslag, faktisk ser designbrugere ud til i alle tilfælde at have en marginalt lavere eksportandel end ikke-brugere af tilsvarende størrelse.

**Tabel B.25 Beskæftigelsesudvikling hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til størrelse**

Beskæftigelsesudviklingen	Antal virksomheder	Gennemsnit (antal medarbejdere)
<b>Bruger design</b>		
A            10-19 medarb.	274	5,1986
B            20-49 medarb.	221	9,0838
C            50-99 medarb.	81	16,9669
D            100+ medarb.	74	126,9395
<b>Bruger ikke design</b>		
E            10-19 medarb.	130	3,4478
F            20-49 medarb.	77	8,3276
G            50-99 medarb.	23	12,6731
H            100+ medarb.	11	37,6250
Total	891	17,8830

Heller ikke hvad angår beskæftigelsesudviklingen ses der markante forskelle. Grupperne A, B, C, E, F og G ligger nederst. Gruppe D ligger øverst og gruppe H ligger midt imellem, uden at adskille sig signifikant fra nogen af de andre. Her er størrelse igen den eneste signifikante parameter, dog klarer designbrugere sig tendentielt bedre end ikke-brugere af tilsvarende størrelse.

**Tabel B.26 Bruttoresultatudvikling over seneste 5 år hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til seneste bruttoresultat**

Bruttoresultat-udvikling	Seneste bruttoresultat (Gennemsnit i 1.000 kr)	Antal virksomheder	Bruttoresultatudvikling (Gennemsnit i 1.000 kr)
A	Mindre end 4.140, bruger design	146	-15,5940
B	4.141-8.214, bruger design	146	3127,2985
C	8.215-18.760, bruger design	144	4881,4002
D	18.761+, bruger design	144	33422,0201
E	Mindre end 4.140, bruger ej design	56	659,7657
F	4.141-8.214, bruger ej design	74	2265,6370
G	8.215-18.760, bruger ej design	73	3300,3398
H	18.761+, bruger ej design	38	13887,5908
Total		820	8455,1346

Grupperne A, B, C, E, F og G ligger nederst. Gruppe D ligger øverst og gruppe H midt imellem. Der er ikke signifikant forskel mellem gruppe H og de tilgrænsende grupper.

Det ses, at dem, der har haft det bedste resultat i det seneste år, også er dem, der har klaret sig bedst over de seneste fem år. Design lader ikke til at have nogen signifikant betydning, der er dog en tendens til, at dem, der bruger design, klarer sig bedre end sammenlignelige, der ikke bruger design.

**Tabel B.27 Eksportandel hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til seneste bruttoresultat**

Procent af omsætning fra eksport		Antal virksomheder	Gennemsnit ( % )
A	Mindre end 4.140, bruger design	163	10,3285
B	4.141-8.214, bruger design	148	10,4019
C	8.215-18.760, bruger design	144	21,6817
D	18.761+, bruger design	165	33,8486
E	Mindre end 4.140, bruger ej design	60	7,8834
F	4.141-8.214, bruger ej design	74	15,3979
G	8.215-18.760, bruger ej design	68	25,3858
H	18.761+, bruger ej design	41	25,0785
Total		863	18,8866

Gruppe E ligger nederst og gruppe D øverst. Grupperne A, B, C, F, G og H ligger i midten. Igen er det de rigeste, der har den største eksportandel. En effekt af design kan måske ses i det faktum, at gruppe H, virksomheder i højeste bruttoresultatgruppe som ikke bruger design, ligger noget lavere (dog ikke signifikant lavere) end gruppe D, som tilhører tilsvarende bruttoresultatgruppe, men er designbrugere.

**Tabel B.28 Beskæftigelsesudvikling hos designbrugere og ikke-designbrugere i relation til seneste bruttoresultat**

Beskæftigelses udviklingen	Antal virksomheder	Gennemsnit (antal medarbejdere)
A Mindre end 4.140, bruger design	143	7,8939
B 4.141-8.214, bruger design	145	6,6717
C 8.215-18.760, bruger design	151	6,6856
D 18.761+, bruger design	181	56,7458
E Mindre end 4.140, bruger ej design	56	7,4074
F 4.141-8.214, bruger ej design	65	5,8638
G 8.215-18.760, bruger ej design	71	6,7220
H 18.761+, bruger ej design	41	9,5433
Total	853	17,6070

Ingen signifikant forskel mellem grupperne.

## Bilag - spørgeskema

DDC 2 uge 18  
Advice Analyse. P3720

Goddag, mit navn er .... Jeg ringer fra analyseinstituttet I & A Research. Vi er i øjeblikket ved at gennemføre en undersøgelse for Dansk Designcenter, der handler om virksomheders brug af design. Må jeg i den forbindelse have lov til at tale med den person, der har det overordnede ansvar for designspørgsmål i virksomheden?

(INTV.: Den ansvarlige for brug af design kan være en produktchef, en udviklingschef, en designchef, marketingchef eller en adm. direktør/ejer etc.)

(INTV.: Ved rette person:)

Goddag, mit navn er ... fra analyseinstituttet I & A Research. Vi er i øjeblikket ved at gennemføre en undersøgelse for Dansk Designcenter, der handler om virksomheders brug af design. Når vi taler om design, mener vi designstrategi, udvikling og formgivning, alt det, der foregår inden selve produktionen eller implementeringen (af både produkter, tryksager, messestande, websider, indretning osv.)

Må jeg i den forbindelse have lov til at stille Dem nogle spørgsmål ? Interviewet varer 5 min., og De deltager anonymt.

(INTV.: Hvis nødvendigt:)

I & A Research er et uafhængigt analyseinstitut. Vi overholder de for FMD (Foreningen af Markedsanalyseinstitutter i Danmark) og ESOMAR (The World Association of Research Professionals) gældende regler for gennemførelse af markedsanalyser og alle dine svar vil blive behandlet i streng fortrolighed. Såfremt du gerne vil have bekræftet disse ting, kan du kontakte I & A Research på telefon 35 39 20 60.

1. Hvad er Deres stillingsbetegnelse?  
[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_  
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

2. Hvilken branche tilhører virksomheden?  
[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_  
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

3. Hvor mange designuddannede medarbejdere har virksomheden?  
(INTV.: Designuddannede kommer fra Designskolen Kolding, Danmarks

Designskole, Den Grafiske Højskole, Arkitektskolen København - designlinierne, Arkitektskolen Århus - designlinierne)  
(INTV.: Forsøg at få respondenter til at angive et antal - også bare et omtrentligt tal.)  
[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_  
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

4. Hvor mange øvrige medarbejdere har virksomheden ansat som arbejder med udvikling af design i det meste af deres arbejdstid?  
(INTV.: Til info/læs evt. op): Design forstået som designstrategi, udvikling, indretning og formgivning, alt det der foregår inden selve

produktionen/implementeringen (af både produkter, tryksager, messestande, websider osv.)

(INTV.: Forsøg at få respondenterne til at angive et antal - også bare et omtrentligt tal.)  
[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

5. Hvor mange øvrige medarbejdere har virksomheden som arbejder med udvikling af design i en mindre del af deres arbejdstid?

(INTV.: Til info/læs evt. op): Design forstået som designstrategi, udvikling, indretning og formgivning, alt det der foregår inden selve produktionen/implementeringen (af både produkter, tryksager, messestande, websider osv.)

(INTV.: Forsøg at få respondenterne til at angive et antal - også bare et omtrentligt tal.)  
[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

6. Har antallet af designuddannede medarbejdere været stigende, konstant eller faldende de sidste 5 år?  
[single]

1. Stigende
2. Konstant
3. Faldende
4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

7. Har den samlede mængde af arbejde, der drejer sig om design været stigende, konstant eller faldende indenfor de sidste 5 år?  
[single]

1. Stigende
2. Konstant
3. Faldende
4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

8. Køber virksomheden designydelser uden for virksomheden?  
[single]

1. Ja
2. Nej → Gå til sp. 13
3. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op) → Gå til sp. 13

9. Har virksomhedens eksterne køb af design været stigende, konstant eller faldende inden for de seneste 5 år?  
[single]

1. Stigende
2. Konstant
3. Faldende
4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

10. Hvor stor en andel af virksomhedens køb af eksterne designydelser købes i udlandet?  
(INTV.: Andelen for det seneste regnskabsår ønskes oplyst)  
(INTV.: Læs evt. op)  
[single]

1. 0% → Gå til sp. 13
2. 1-10%
3. 11-20%
4. 21-30%
5. 31-40%
6. 41-50%
7. 51-60%
8. 61-70%
9. 71-80%
10. 81-90%
11. 91-99%
12. 100%
13. Andet, notér: \_\_\_\_\_
14. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

11. Har den udenlandske andel af virksomhedens eksterne køb været stigende, konstant eller faldende inden for de seneste 5 år?

[single]

1. Stigende
2. Konstant
3. Faldende
4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

12. Hvad vil du i runde omtrentlige tal anslå, at virksomheden brugte på køb af design uden for virksomheden i det seneste regnskabsår?

(INTV.: Notér det fulde beløb fx 130000. Det er vigtigt at huske ALLE nuller!)

(INTV.: Forsøg at få respondenterne til at angive et beløb - også bare et omtrentligt tal.)

[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

13. Hvilke af følgende udsagn passer bedst på anvendelsen af design i Deres virksomhed?

(INTV.: Læs op, kun ET svar muligt)

[single]

1. Design er ikke noget virksomheden arbejder systematisk med.
2. Virksomheden anvender design som en sidste finish, formgivning eller styling, når der udvikles noget nyt.
3. Design er et integreret, men ikke styrende element i virksomhedens processer, når der udvikles noget nyt.
4. Design er et centralt og styrende element i virksomhedens forretningsgrundlag.
5. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

Til sidst har jeg nogen spørgsmål, som vil indgå i den statistiske efterbehandling.

14. Hvor mange ansatte er der i virksomheden?

[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

15. Hvad var virksomhedens resultat ifølge seneste årsregnskab/regnskabsår?

(INTV.: Med "virksomhedens resultat" menes det overskud, virksomheden kommer ud med)

(INTV.: Notér det fulde beløb fx 130000. Det er vigtigt at huske ALLE nuller!)

(INTV.: Forsøg at få respondenterne til at angive et beløb - også bare et omtrentligt tal.)

[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

16. Hvad var virksomhedens omsætning ifølge seneste årsregnskab/regnskabsår?

(INTV.: Notér det fulde beløb fx 130000. Det er vigtigt at huske ALLE nuller!)

(INTV.: Forsøg at få respondenterne til at angive et beløb - også bare et omtrentligt tal.)

[single]

1. Notér: \_\_\_\_\_
2. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

17. Omtrent hvor stor en andel af omsætningen skyldes eksport?

[single]

1. 0%
2. 1-10%
3. 11-20%
4. 21-30%
5. 31-40%
6. 41-50%
7. 51-60%
8. 61-70%
9. 71-80%
10. 81-90%
11. 91-99%
12. 100%
13. Andet, notér: \_\_\_\_\_
14. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

[hop: 17.1 ==> < Interview afsluttet >]

18. Har eksportomsætningen været stigende, konstant eller faldende de sidste 5 år?

[single]

- 1. Stigende
- 2. Konstant
- 3. Faldende
- 4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

19. Har prisen per eksporteret enhed været stigende, konstant eller faldende de sidste 5 år?

[single]

- 1. Stigende
- 2. Konstant
- 3. Faldende
- 4. Ved ikke/vil ikke svare (læs ikke op)

20. Respondentnr. (indlæst fra fil)

[single]

- 1. Indlæst fra fil

Tak for hjælpen.