The background of the slide features several stacks of coins, likely Euro coins, arranged in a way that creates a sense of depth and focus. The coins are stacked in various heights and positions, with some in sharp focus and others blurred. The lighting is warm and golden, highlighting the metallic texture of the coins. A white semi-transparent rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the main text.

VINDERVIRKSOMHEDER  
INVESTERER SIG UD AF  
COVID-19-PROBLEMER

---

**INNOVATION: MÅL DIG SELV - KEND DINE KONKURRENTER**

**Titel**

Vindervirksomheder investerer sig ud af COVID-19-problemer

**Udarbejdet af**

Teknologisk Institut  
Gregersensvej 1  
2630 Taastrup  
Produktion og Innovation

**Forfattere**

Stig Yding Sørensen, Carsten Christiansen, Anders Dyrup Jensen

**Foto**

Teknologisk Institut  
Pixabay

**Layout og opsætning**

Sine Kølvråa Bach

**2021**

Undersøgelsen er et led i projektet Innovation Benchmark som gennemføres af Teknologisk Institut, Produktion og Innovation [TI] Copenhagen Business School, Økonomisk Institut, Center for Innovation [CBS] Syddansk Universitet, Center for Integrerende Innovationsledelse [SDU]. Projektet er støttet af Industriens Fond. Se <https://innovationbenchmark.dk/> og <https://www.industriensfond.dk/CFI>

**INDUSTRIENS  
FOND** FREMMER DANSK  
KONKURRENCEEVNE  
The Danish Industry Foundation



**CBS**  **COPENHAGEN  
BUSINESS SCHOOL**  
HANDELSHØJSKOLEN

**SDU** 

 **TEKNOLOGISK  
INSTITUT**

# Indhold

---

<b>Fordord</b>	
Innovation er en nødvendighed	4
<b>Introduktion</b>	
Vindervirksomheder investerer sig ud af COVID-19-problemer	6
<b>Innovationsanalyse</b>	
Vækst i industrien hæmmes af COVID-19	8
COVID-19 koster arbejdspladser	10
COVID-19 påvirker tempoet i automatisering i industrien	12
COVID-19 både hæmmer og fremmer innovation	14
COVID-19 og nye digitale værktøjer	16
Investeringsprofil	18
Påholdende og investerende virksomheder	20
Investeringer lønner sig	22
Innovationsprofil for danske fremstillingsvirksomheder	24
Investerende virksomheder har en bredere innovationsprofil	25
Vindere og tabere efter COVID-19	26
<b>Om virksomhederne</b>	
Virksomhederne bag undersøgelsen	28
<b>Om undersøgelsen</b>	
Interview gennemført som telefoninterview	30
<b>Partnere bag undersøgelsen</b>	
Roller og bidrag	31
<b>Innovationbenchmark.dk - sådan gør du</b>	32

## Innovation er en nødvendighed

---

En virksomheds konkurrenceevne kan bestå af mange elementer. Et efterspurgt og patenteret produkt, en unik forretningsmodel eller en stærk salgsorganisation. Eller noget helt fjerde. Og ofte en kombination af flere ting.

Men uanset hvad det er, der gør virksomheden stærk og konkurrencedygtig, så er det vigtigt, at den hele tiden er parat til at holde sig forrest i feltet.

På forkant med markedsudviklingen og kundernes behov, på forkant med konkurrenterne i branchen og på forkant med aktører i andre brancher, der kan bryde brancheskellet og skabe helt nye konkurrenceparametre med banebrydende teknologi og produkter. Derfor er innovation altafgørende. Gennem innovation kan virksomheder bevare og styrke konkurrenceevnen ved at implementere forbedringer af produkterne, processerne, salget og organisationen.

I Industriens Fond arbejder vi for at styrke virksomhedernes konkurrenceevne, og sammen med Copenhagen Business School, Teknologisk Institut og Syddansk Universitet løfter vi nu innovation højere op på dagsordenen i danske virksomheder gennem en todelt indsats i projektet Innovation Benchmark.

Virksomheder, der formår at udnytte ny teknologi, implementere nye idéer og konstant forbedrer forretningen, er dem, der står stærkest, når slaget skal slås om markedsandele og nye kunder på det globale marked.

For det første skal flere virksomheder arbejde målrettet og kontinuerligt med innovation, og derudover skal danske virksomheder blive bedre til at ramme plet med innovationsindsatsen, så den oftere munder ud i gode resultater, værdifulde løsninger og styrket konkurrenceevne.

Innovation er også vigtigt i krisetider. Og netop krisetid præger desværre dansk erhvervsliv lige nu. Coronapandemien hænger både herhjemme og på vores eksportmarkeder. Og det kan mærkes i industrien. Men det får også nogle virksomheder til at tage skeen i den anden hånd og kæmpe mod de nedadgående tendenser. De investerer og innoverer på trods af krisen, og ofte kaster det gode resultater af sig. Det er en af konklusionerne i nærværende rapport, der stiller skarpt på innovationsarbejdet og investeringslysten i danske fremstillingsvirksomheder i en uforudsigelig tid.

God læselyst!

**Industriens Fond**



## Vindervirksomheder investerer sig ud af COVID-19-problemer

**COVID-19 har både givet vindere og tabere blandt danske fremstillingsvirksomheder. Vinderne klarer sig blandt andet på aktive investeringer i fx automation, innovation og digitalisering – og vha. et stærkt fokus på salg, markedsføring og nye salgskanaler. Taberne har holdt igen på investeringerne i automation, innovation og digitalisering – og trods produktinnovation har der været mindre fokus på salg og markedsføring.**

Det viser nye tal baseret på interviews med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder i Danmark - virksomheder i størrelsesordenen 5-250 ansatte. Teknologisk Institut har sammen med CBS, SDU og Jysk Analyse gennemført interviewene i perioden september-oktober 2020. COVID-19 har påvirket både efterspørgslen efter virksomhedernes produkter, adgangen til produkter og services og ligeledes adgangen til arbejdskraft. Resultaterne er repræsentative for fremstillingsindustrien.

COVID-19 ramte SMV-virksomhederne hårdt i 2020. Hver anden industrivirksomhed med færre end 250 ansatte havde således nedgang i omsætningen på grund af COVID-19. Det gælder både eksportvirksomheder og virksomheder på hjemmemarkedet - uanset virksomhedernes størrelse. Der er med andre ord en massiv, negativ påvirkning, som berettiger de hjælpepakker, der skal hjælpe virksomhederne gennem pandemien. COVID-19 har også kostet arbejdspladser, men for færre virksomheder, end hvis der ikke havde været hjælpepakker, så deres afbødende virkning fremgår tydeligt i interviewene. I 56 procent af virksomhederne er beskæftigelsen således uberørt af COVID-19-pandemien.

Men det er værd at bemærke, at COVID-19 også har skabt muligheder. 19 procent af industrivirksomhederne mener, at COVID-19 har skabt større omsætning i deres virksomhed. Det er især virksomheder inden for møbelindustrien, den

keramiske industri (sten-, ler-, og glasindustrierne), den kemiske industri og fødevarerindustrien.

Virksomheder, der gerne vil vækste, kan investere på mange områder. Analysen viser, at hos nogle virksomheder har COVID-19 haft direkte betydning for virksomhedernes prioritering af investeringer i automation, innovation og digitalisering. Alle tre er områder, som har væsentlig betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. Analysen viser, at virksomheder, som har haft ambitioner og risikovillighed nok til at investere i automation, innovation og digitalisering, også i højere grad har oplevet, at COVID-19 har ført til vækst i omsætningen. Derimod har kun ganske få virksomheder, der valgte en påholdende investeringsstrategi, oplevet en vækst i omsætningen.

Det er også værd at bemærke, at for omkring syv ud af ti virksomheder har COVID-19 ikke haft betydning for investeringerne i enten automation, innovation og digitalisering. Fremstillingsindustrien har holdt åben, og for mange har det været "business as usual".

Vinderne, og dem som har oplevet fremgang under COVID-19-pandemien, er derfor virksomheder, der tør investere. Det er desuden virksomheder, som typisk har haft et større fokus på udvikling af deres markeder, salg og salgskanaler.

Der findes vindere og tabere i alle brancher, og der er andre forhold, som fx adgang til finansiering, efterspørgsel, konkurrenter, adgang til råvarer mv.,

# INTRODUKTION

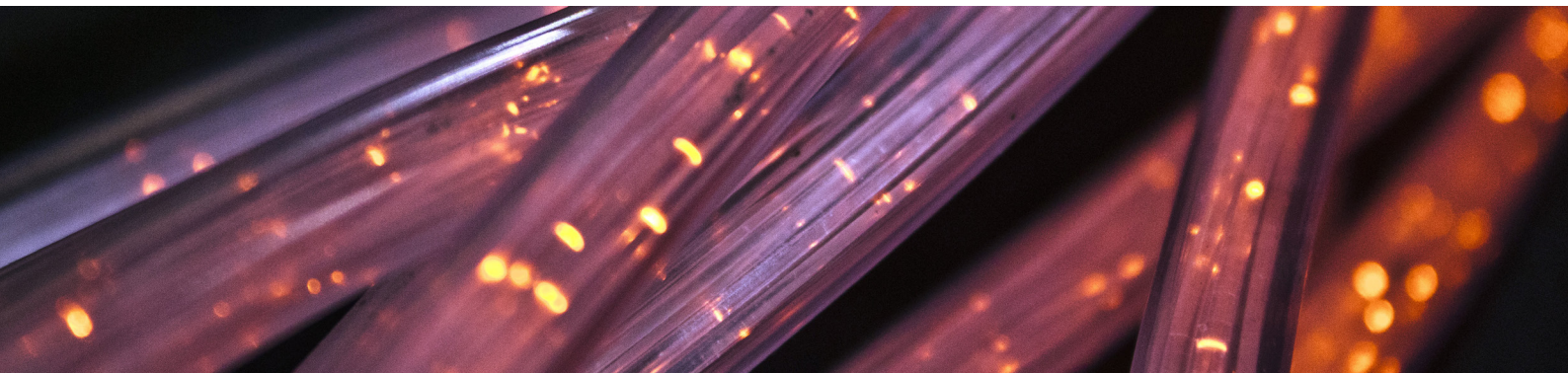
der har betydning for en virksomheds succes. Og endelig er virksomhedernes ejere og ledelse jo forskellige, hvad angår ambitioner og risikovillighed. Det betyder, at virksomheder i samme branche har klaret sig forskelligt under COVID-19-pandemien. Det generelle indtryk er, at virksomheder med aktive investeringer og fornyelse af salg og markedsføring har klaret sig pænt. Det er fokus og prioriteringer, som ligger hos virksomhedernes ledelse.

## Innovation i danske SMV-fremstillingsvirksomheder

Det at skabe værdi ved at finde på noget nyt, såsom produkter eller en ny måde at markedsføre sig på, er afgørende på et konkurrencepræget

marked. Innovative virksomheder har de bedste forudsætninger for at udvikle sig, vækste eller bare fastholde deres position på deres markeder.

Innovation hos konkurrenterne ændrer hele tiden de spilleregler, der findes på et marked. Virksomheder, som selv er innovative, vil alt andet lige have større chancer for at overleve og for at vækste. De mange informationer, der er samlet i denne undersøgelse, indgår i en anonymiseret database på [innovationbenchmark.dk](http://innovationbenchmark.dk), hvor enhver fremstillingsvirksomhed kan klikke sig ind og benchmarke sig selv i forhold til det generelle konkurrentbillede. Muligheden for dette er beskrevet sidst i rapporten.



## HVAD ER INNOVATION?

Innovation handler om at finde på noget nyt, der kan skabe værdi.

For virksomheder resulterer innovation ofte i **nye produkter eller services**, som kan sælges. Men innovation kan også komme til udtryk i **nye måder at sælge eller markedsføre sig på - eller måske bare i form af en ny emballage/ indpakning**, som sælger produktet bedre.

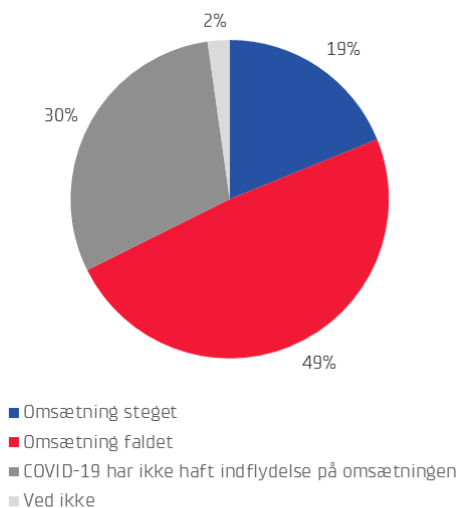
Innovation kan også være udvikling af **nye processer eller organisering**, som betyder, at virksomhederne arbejder mere effektivt og derigennem skaber større værdi for de ressourcer, der er investeret i lokaler, udstyr og mandskab.

**Figur 1. Omsætningen er faldet i 49 procent af virksomhederne i 2020 pga. COVID-19**

Spørgsmål:

Er virksomhedens omsætning steget eller faldet i 2020 på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for omsætningen i 2020



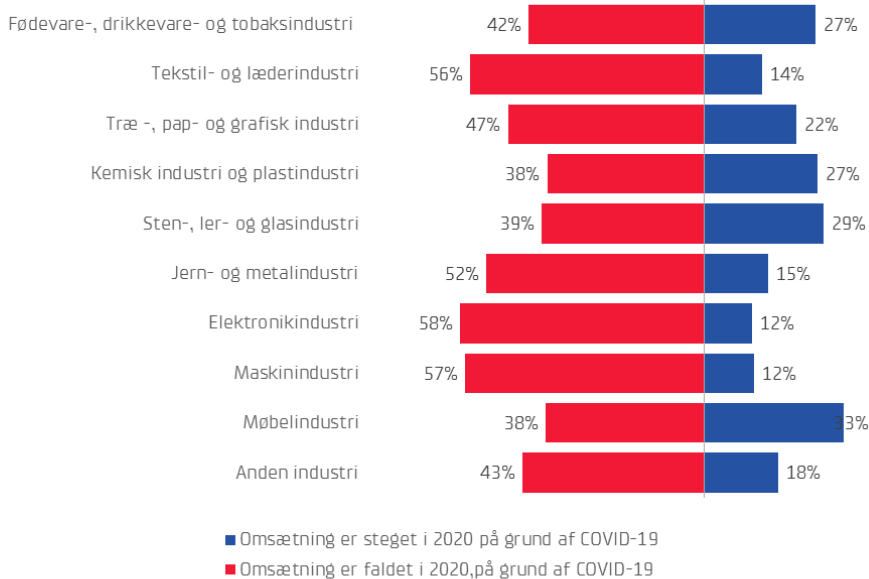
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV Fremstillingsvirksomheder.

**Figur 2. I alle brancher er der virksomheder med tab og virksomheder med gevinst på omsætningen**

Spørgsmål:

Er virksomhedens omsætning steget eller faldet i 2020 på grund af COVID-19?

Andele af brancher, som er steget eller faldet i omsætning pga. COVID-19



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. Kategorierne 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## Vækst i industrien hæmmes af COVID-19

COVID-19 påvirker efterspørgslen efter varer og tjenester, og på mange områder har den faldende aktivitet i samfundet en negativ påvirkning af virksomhederne. Hver anden industrivirksomhed med færre end 250 ansatte har oplevet nedgang i omsætningen på grund af COVID-19. Det gælder både eksportvirksomheder og virksomheder på hjemmemarkedet - og uanset virksomhedernes størrelse. Der er med andre ord en massiv, negativ påvirkning, som berettiger hjælpepakkerne, der hjælper virksomhederne gennem pandemien.

COVID-19 har påvirket både negativt og positivt i samtlige brancher. De hårdest ramte brancher er elektronikindustrien, maskinindustrien, jern- og

metalindustrien samt tekstilindustrien, herunder modebranchen.

For andre virksomheder har COVID-19 øget efterspørgslen. 19 procent af industrivirksomhederne mener, at COVID-19 har skabt større omsætning i deres virksomhed. Det er især virksomheder inden for møbelindustrien, den keramiske industri (sten-, ler-, og glasindustrien), den kemiske industri og fødevarerindustrien. Desuden er det bemærkelsesværdigt, at COVID-19 ikke har haft effekt på omsætningen for hele 30 procent af fremstillingsvirksomhederne, hverken positivt eller negativt. Det kan hjælpepakkerne være en del af forklaringen på.

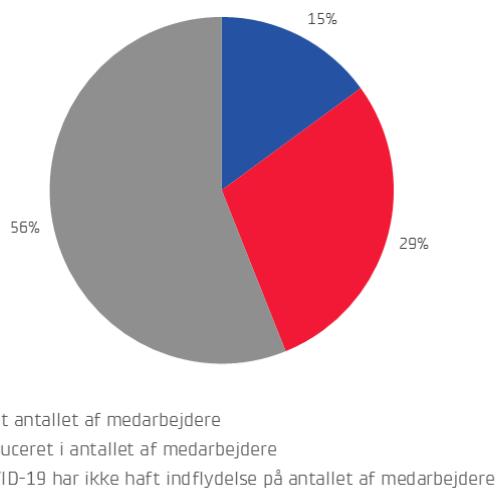


**Figur 3. 29 procent af virksomhederne har reduceret antallet af medarbejdere pga. COVID-19 i 2020**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret antallet af medarbejdere i 2020 på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for antallet af medarbejdere i 2020



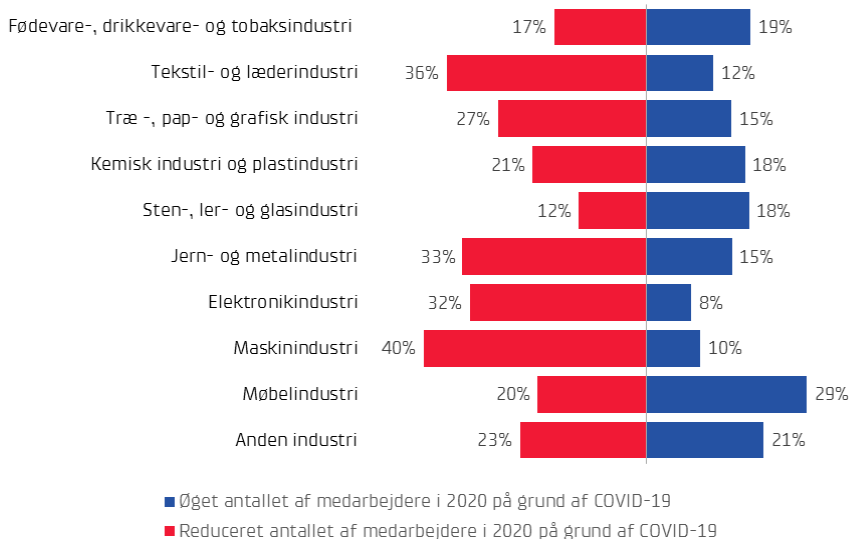
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

**Figur 4. Et overtal af virksomheder har måttet reducere i antallet af medarbejdere pga. COVID-19**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret antallet af medarbejdere i 2020 på grund af COVID-19?

COVID-19s effekt på beskæftigelsen opdelt efter brancher



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## COVID-19 koster arbejdspladser

---

COVID-19 har, trods hjælpepakker til virksomhederne, kostet arbejdspladser i industrivirksomheder. 29 procent af industrivirksomhederne har tabt arbejdspladser på grund af COVID-19. Tabet af arbejdspladser har især været hos virksomheder i maskinindustrien, hvor 40 procent har mistet arbejdspladser, men også tekstilindustrien, og i nogen grad elektronik- samt jern- og metalindustrien, har haft en overvægt af virksomheder, der har mistet arbejdspladser. Inden for fødevarerindustrien har COVID-19 ikke haft indflydelse på antallet af medarbejdere i to ud af tre virksomheder.

56 procent af virksomhederne har hverken tabt eller øget antallet af medarbejdere på grund af COVID-19. En del af disse virksomheder har bevaret arbejdspladser med støtte fra hjælpepakkerne.

I betragtning af at omsætningen kun har været uberørt af COVID-19 i 30 procent af virksomhederne, og at næsten halvdelen har mistet omsætning, så har hjælpepakkerne effekt været betydelig.

15 procent af virksomhederne har haft direkte fordel af COVID-19 og ansat flere medarbejdere. Især i møbelindustrien har der været stigning i antallet af arbejdspladser.

Virksomhederne er ramt forskelligt afhængigt af størrelse. Fx har 25 procent af de mindste virksomheder med under 20 ansatte tabt arbejdspladser, mens det for virksomheder med mere end 100 ansatte gælder 33 procent af virksomhederne. Til gengæld ligger andelen af virksomheder, der har ansat flere medarbejdere på 15-18 procent for alle størrelseskategorier.

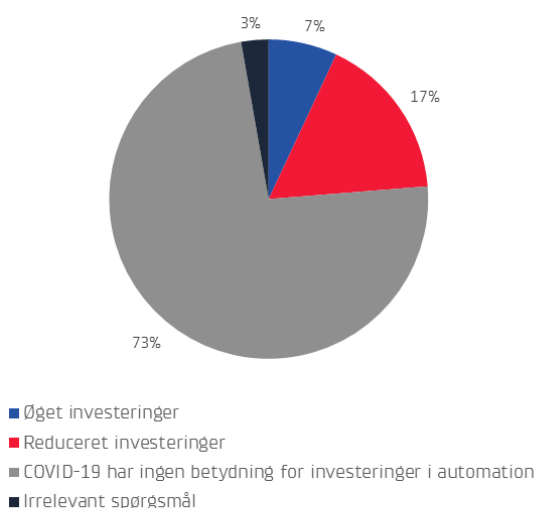


**Figur 5. 7 procent af virksomhederne har øget investeringer i automation pga. COVID-19 i 2020**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i automation, for eksempel industrirobotter, på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i automation i 2020



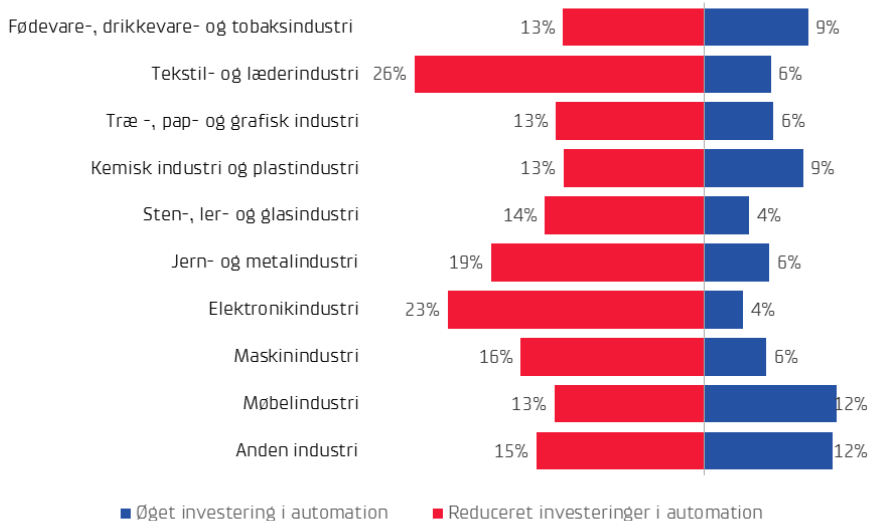
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

**Figur 6. Brancheforskelle i COVID-19s konsekvenser for investering i automation**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i automation, for eksempel industrirobotter, på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i automation i 2020 opdelt efter brancher



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## COVID-19 påvirker tempoet i automatisering i industrien

Automation, fx industrirobotter, er for mange virksomheder et afgørende element i effektiv produktion, kvalitet i produktionen, prisniveauet og dermed for virksomhedernes konkurrencedygtighed. Potentialet for automation er forskelligt fra virksomhed til virksomhed og ændrer sig løbende med den teknologiske udvikling.

COVID-19 har betydet, at 17 procent af virksomhederne har reduceret deres investeringer i automation. Forklaringen kan være nedgang i omsætning, afventning af efterspørgsel eller mindre behov for automatisering. Men uden COVID-19 havde 17 procent af industrivirksomhederne investeret mere i automation i 2020. Især i elektronik- og tekstilindustrien er investeringerne i automation i 2020 mindre end forventet på grund af COVID-19. Det er de samme brancher, der har oplevet både

omsætnings- og beskæftigelsesnedgang som følge af COVID-19.

For 7 procent af virksomhederne har COVID-19 sat mere fart i automatiseringen, mens investeringerne er øget. Forklaringerne kan være stigende omsætning, udvidelse af produktionen eller styrkelse af interne processer. 12 procent af virksomhederne i møbelbranchen har øget investeringerne i automation. Det er yderligere en branche, der har haft stigende omsætning, og hvor hele 29 procent har ansat flere medarbejdere.

Investeringerne er ikke påvirket af COVID-19 i 73 procent af virksomhederne, men disse kan jo både omfatte virksomheder, der investerer og virksomheder, der ikke investerer i automation. Frem for alt er det måske udtryk for, at det for hovedparten har været "business as usual".

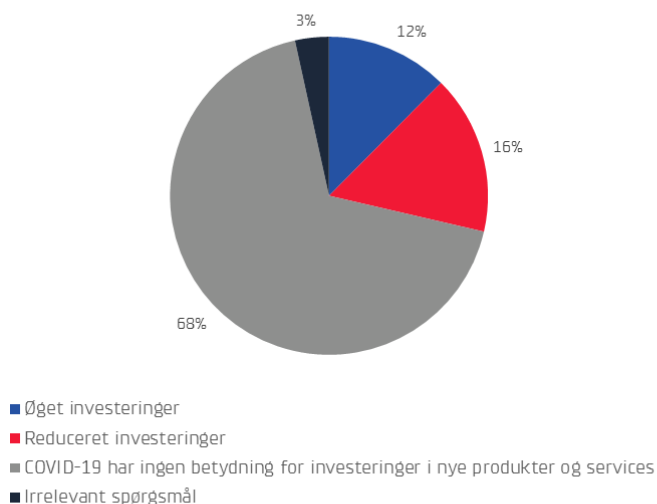


**Figur 7. 12 procent af virksomhederne har øget investeringer i nye produkter og services pga. COVID-19 i 2020**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye produkter og services på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i nye produkter og services i 2020



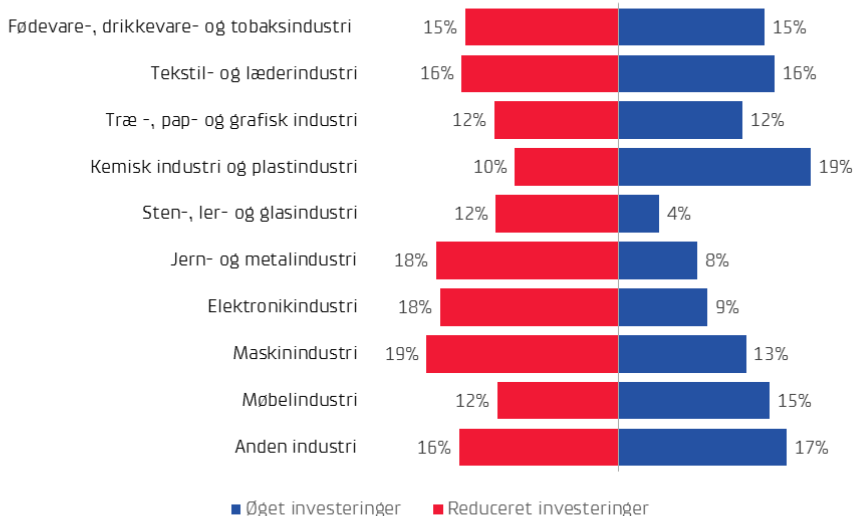
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

**Figur 8. Brancheforskelle i COVID-19s konsekvenser for investering i nye produkter og services**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye produkter og services på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i nye produkter og services i 2020 opdelt efter branche



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## COVID-19 både hæmmer og fremmer innovation

---

COVID-19 har påvirket innovation i form af nye produkter og services i 28 procent af virksomhederne. 16 procent af virksomhederne har reduceret deres investering, og 12 procent har øget deres investering.

Når COVID-19 har øget innovationen i især den kemiske, møbel-, fødevarer- og tekstilindustrien, kan forklaringen ligge i øget konkurrence for disse virksomheder, så innovation er uomgængeligt. Innovation med investering i nye produkter og services kan styrke virksomhedernes konkurrencedygtighed. Dette kan måske åbne for at vinde enten en andel af en øget efterspørgsel eller nye markedsandele på bekostning af virksomheder, som klarer sig dårligere.

68 procent af virksomhederne har ikke ladet deres innovation påvirke af COVID-19. Forklaringen kan være, at eftersom restriktionerne i mindre omfang har ramt produktionsvirksomheder, så er konkurrencen - og dermed og behovet for innovation - heller ikke blevet mindre.

16 procent af virksomhederne har været mere tilbageholdende med at investere i nye produkter og services på grund af COVID-19. Det gælder især maskin-, jern- og elektronikindustrien. Forklaringen kan være mindre omsætning og færre medarbejdere, vigende efterspørgsel samt vanskeligere finansiering.



**Figur 9. 16 procent af virksomhederne har øget investeringer i nye digitale værktøjer pga. COVID-19 i 2020**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye digitale værktøjer - såsom netforbindelser, webshops mm. på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i nye digitale værktøjer i 2020



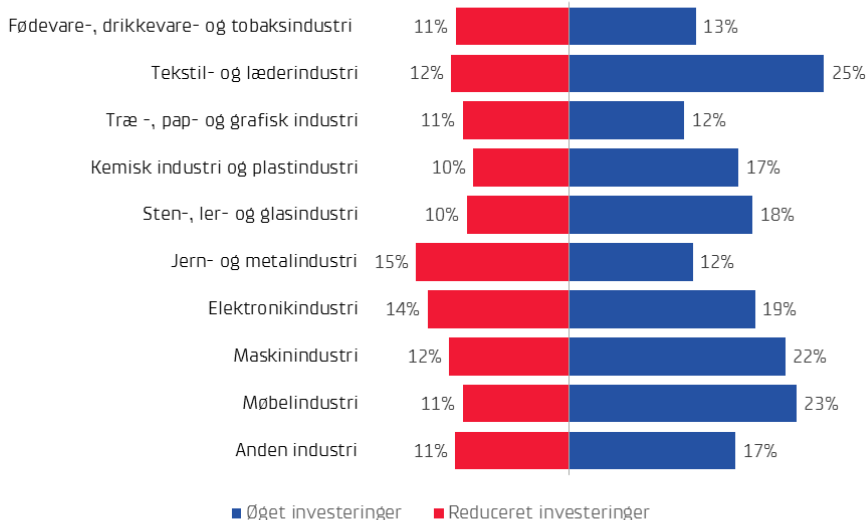
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

**Figur 10. Brancheforskelle i COVID-19s konsekvenser for investering i nye digitale værktøjer**

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye digitale værktøjer - såsom netforbindelser, webshops mm. på grund af COVID-19?

COVID-19s konsekvenser for virksomhedens investeringer i nye digitale værktøjer i 2020 opdelt efter branche



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## COVID-19 og nye digitale værktøjer

Digitale værktøjer over internettet er i vækst, og der opstår hele tiden nye muligheder i Industri 4.0. Den digitale udvikling har stor betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. COVID-19 betyder, ligesom for automation og innovation, at der er nogen virksomheder, der har øget deres investeringer og andre, der har reduceret deres investeringer i nye digitale værktøjer.

Blandt de 16 procent af virksomhederne, som har øget deres investeringer i nye digitale værktøjer i kølvandet af COVID-19, er især tekstil- og møbelindustrien, men også maskin- og elektronikindustrien er med. For tekstil-, maskin- og elektronikindustrien, hvor virksomheder har tabt omsætning og arbejdspladser, er det interessant, at investeringerne i digitale værktøjer er øget.

12 procent af virksomhederne har til gengæld reduceret deres investeringer i nye digitale værktøjer. Det er blandt andet jern-, metal- og elektronikindustrien. Forskellen mellem brancherne er dog så små, at det statistisk set kan være en tilfældighed.

At elektronikindustrien på samme tid har en stor andel virksomheder, der reducerer og andre, der udvider investeringerne, kan have flere forklaringer. Dels kan elektronikvirksomhederne hver især have forskellige markeder og dermed forskellige typer efterspørgsler. Og dels kan udgangspunktet for virksomhederne også være forskelligt.

Igen er det bemærkelsesværdigt, at der ikke har været nogen effekt af COVID-19 på investeringer i digitale værktøjer for 70 procent af virksomhederne. Det vidner om, at selvom tiderne er usikre og presset stort, så er der optimisme og håb for fremtiden.

```

763     $json['quotes'] = $quotes;
764 }
765
766 if (isset($this->session->data['lpa']['shipping_method']) && !
767     empty($this->session->data['lpa']['shipping_method']) &&
768     isset($this->session->data['lpa']['shipping_method']['code']
769     )) {
770     $json['selected'] = $this->session->data['lpa']['
771         shipping_method']['code'];
772 } else {
773     $json['selected'] = '';
774 }
775 } else {
776     $json['error'] = $this->language->get('error_shipping_methods');
777 }
778 }
779 }
780 }
781 }
782 }
783 }
784 }
785 }
786 }
787 }
788 }
789 }
790 }
791 }
792 }
793 }
794 }
795 }
796 }
797 }
798 }
799 }
800 }
801 }
802 }
803 }
804 }
805 }
806 }
807 }
808 }
809 }
810 }
811 }
812 }
813 }
814 }
815 }
816 }
817 }
818 }
819 }
820 }
821 }
822 }
823 }
824 }
825 }
826 }
827 }
828 }
829 }
830 }
831 }
832 }
833 }
834 }
835 }
836 }
837 }
838 }
839 }
840 }
841 }
842 }
843 }
844 }
845 }
846 }
847 }
848 }
849 }
850 }
851 }
852 }
853 }
854 }
855 }
856 }
857 }
858 }
859 }
860 }
861 }
862 }
863 }
864 }
865 }
866 }
867 }
868 }
869 }
870 }
871 }
872 }
873 }
874 }
875 }
876 }
877 }
878 }
879 }
880 }
881 }
882 }
883 }
884 }
885 }
886 }
887 }
888 }
889 }
890 }
891 }
892 }
893 }
894 }
895 }
896 }
897 }
898 }
899 }
900 }
901 }
902 }
903 }
904 }
905 }
906 }
907 }
908 }
909 }
910 }
911 }
912 }
913 }
914 }
915 }
916 }
917 }
918 }
919 }
920 }
921 }
922 }
923 }
924 }
925 }
926 }
927 }
928 }
929 }
930 }
931 }
932 }
933 }
934 }
935 }
936 }
937 }
938 }
939 }
940 }
941 }
942 }
943 }
944 }
945 }
946 }
947 }
948 }
949 }
950 }
951 }
952 }
953 }
954 }
955 }
956 }
957 }
958 }
959 }
960 }
961 }
962 }
963 }
964 }
965 }
966 }
967 }
968 }
969 }
970 }
971 }
972 }
973 }
974 }
975 }
976 }
977 }
978 }
979 }
980 }
981 }
982 }
983 }
984 }
985 }
986 }
987 }
988 }
989 }
990 }
991 }
992 }
993 }
994 }
995 }
996 }
997 }
998 }
999 }
1000 }

```

## Investeringsprofil

Investering i automation, innovation og nye digitale værktøjer er nøgleområder for styrkelse af konkurrenceevnen for langt de fleste virksomheder. COVID-19 har givet nogle virksomheder et øget incitament. Størst effekt har COVID-19 haft på investeringer i nye digitale værktøjer og en reorientering mod hjemmearbejdspladser, og online møder er sandsynligvis en del af forklaringen.

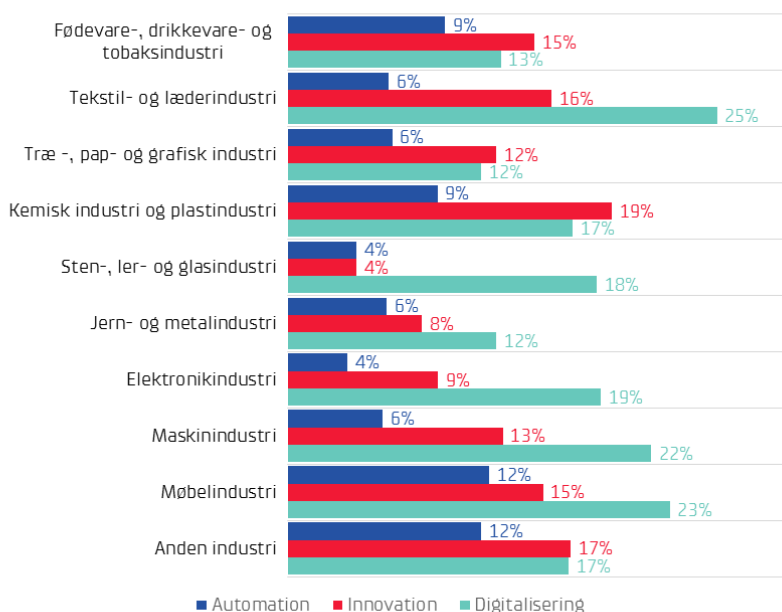
En anden almindelig investering er i innovation med lancering af nye produkter og services. COVID-19 har måske især krævet en omstilling ved levering af services, hvor en digital strategi uden menneskelig kontakt vil være en fordel.

Endelig er der automation, som færre virksomheder har investeret i. Når det er en følge af COVID-19, er det tænkeligt, at automationsprocesser, som reducerer behovet for tæt kontakt mellem mennesker, er efterspurgt.

**Figur 11. Brancheforskelle i investeringsstrategier efter COVID-19**

Procenterne angiver andelen i en branche, der har øget investeringerne i hhv. Automation, Innovation og Digitalisering.

Virksomhedernes investeringsprofil som følge af COVID-19 opdelt efter branche



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

# INNOVATIONSANALYSE



**Figur 12. Investeringsstrategi**

**Automationsstrategi**

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i automation, for eksempel industrirobotter, på grund af COVID-19?

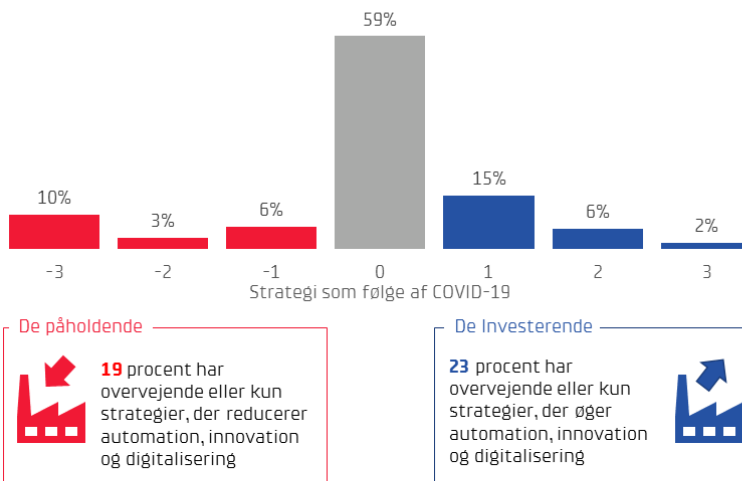
**Innovationsstrategi**

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye produkter og services på grund af COVID-19?

**Digitaliseringsstrategi**

Har virksomheden øget eller reduceret investeringer i nye digitale værktøjer - såsom netforbindelser, webshops mm. på grund af COVID-19?

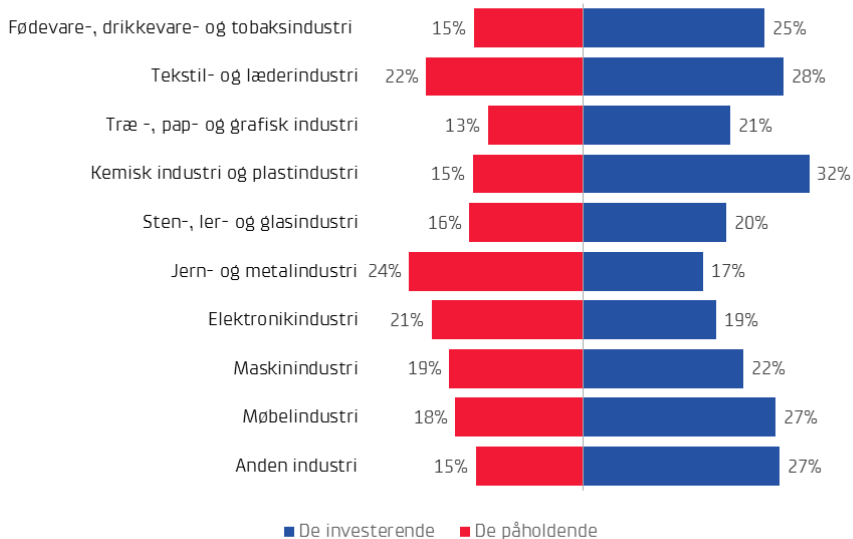
Virksomhedernes investeringsstrategi i lyset af COVID-19: Er virksomhedens samlede strategi at øge eller reducere investeringer i automation, innovation og digitalisering?



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. Note: 'Ved ikke' er undladt i denne figur. "Strategiscoren" er beregnet ved at tildele et point pr. investeringsstrategi og fratække et point ved en påholdende strategi. En score på 3 svarer til virksomheder, der har svaret 'øget investering' til alle tre spørgsmål. En score på -3 svarer til virksomheder, der har svaret 'reduktion' på alle tre spørgsmål.

**Figur 13. Brancheforskelle i investeringsstrategier efter COVID-19**

Virksomhedernes investeringsstrategi som følge af COVID-19 opdelt efter branche



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## Påholdende og investerende virksomheder

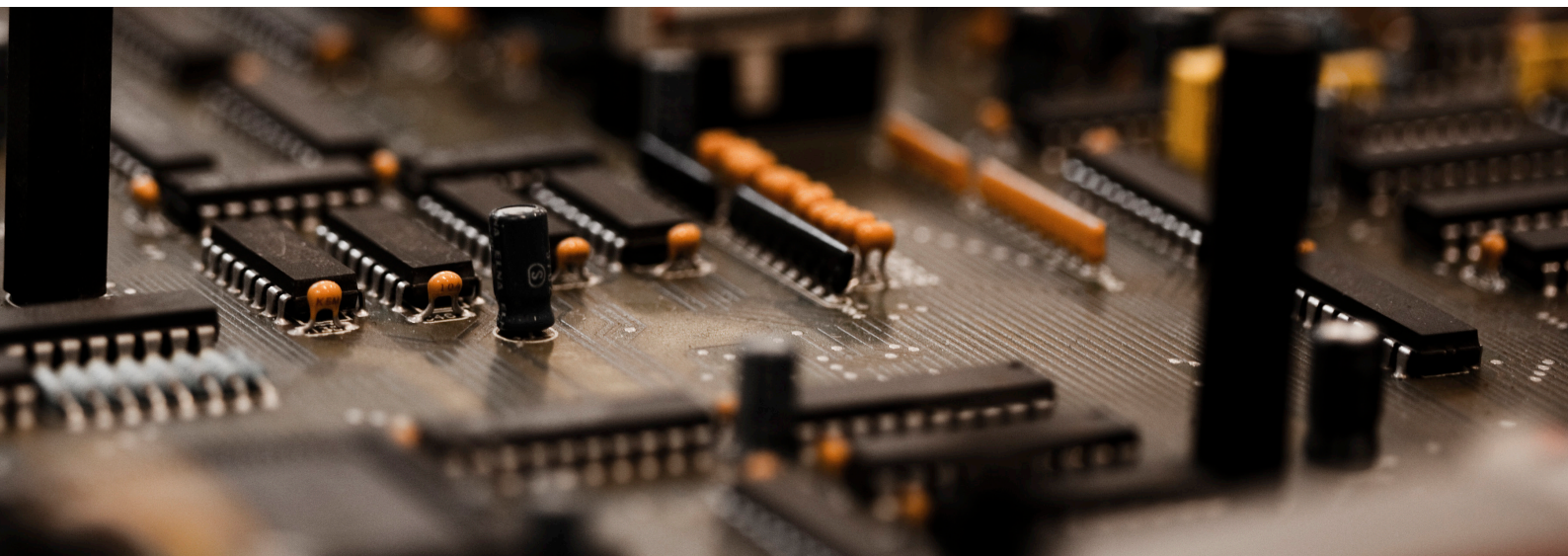
---

Mange virksomheder har som følge af COVID-19 haft mulighed for enten at øge eller reducere investeringerne i automation, innovation og digitalisering. Nogle har fx valgt at øge investeringen i automation og til gengæld investeret mindre i digitalisering.

Investeringsstrategierne består således af forskellige mix af mere eller mindre investering i de tre områder. Virksomheder kan naturligvis investere i andet såsom bygninger, kompetenceudvikling, nyt måleudstyr og salgsindsatser. Men automation, innovation og digitalisering vil for mange være kerneområder og kan være en indikation på virksomhedens vækstambitioner, risikovillighed og strategi i forhold til konkurrenter.

Virksomhederne er kategoriseret i tre grupper på baggrund af deres investeringer: De påholdende, de investerende og øvrige. De påholdende virksomheder udgør 19 procent og har overvejende eller kun strategier, som reducerer automation, innovation og digitalisering. De investerende udgør 23 procent og har overvejende eller kun strategier, der øger investeringerne. 59 procent af virksomhederne udgør gruppen øvrige, som enten ikke har investeringsstrategier eller både har en strategi, der øger og en strategi, der reducerer.

Investeringsstrategierne går på tværs af brancher, så der i dem alle både er påholdende og investerende virksomheder. Jern- og metalindustrien har været de mest påholdende, mens kemisk industri har været de mest investerende. Gruppen af de øvrige er ikke vist i det følgende.

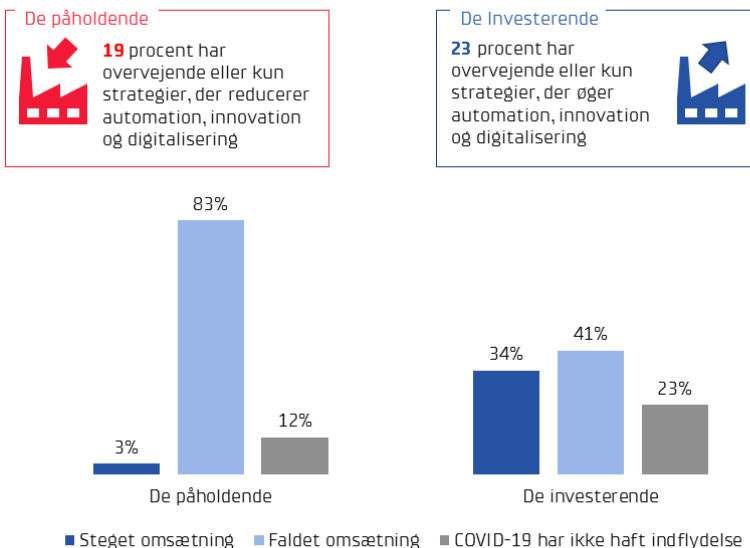


## Figur 14. Stigende omsætning i virksomheder med investeringer i automation, innovation og digitalisering under COVID-19

Spørgsmål:

Er virksomhedens omsætning steget eller faldet i 2020 på grund af COVID-19?

Ændret omsætning som følge af COVID-19 opdelt efter virksomhedernes investeringsstrategi



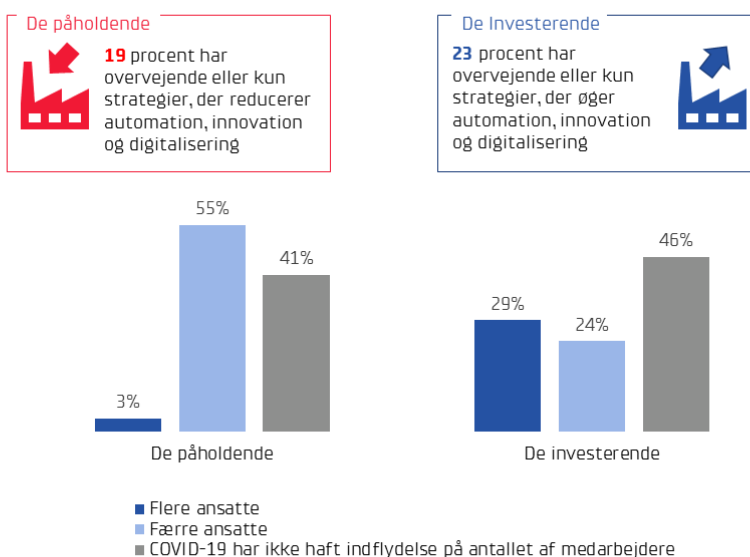
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'Ved ikke'-svar og virksomheder med en "strategiscore" på 0 er ikke vist.

## Figur 15. Flere nye ansatte i virksomheder med investeringer i automation, innovation og digitalisering under COVID-19

Spørgsmål:

Har virksomheden øget eller reduceret antallet af medarbejdere i 2020 på grund af COVID-19?

Ændring i antal ansatte som følge af COVID-19 opdelt efter virksomhedernes investeringsstrategi



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'Ved ikke'-svar og virksomheder med en "strategiscore" på 0 er ikke vist.

## Investeringer lønner sig

---

Virksomheder, som har investeret på grund af COVID-19, klarer sig bedre end virksomheder, der har været påholdende i deres investeringsstrategier. Dette er både i forhold til omsætning og antal arbejdspladser.

34 procent af de investerende virksomheder har oplevet en fremgang i omsætningen, mens det kun er tre procent af de påholdende virksomheder. Forklaringen kan gå begge veje, så virksomheder, der har tabt omsætning på grund af COVID-19, også har været tvunget til at holde investeringer tilbage.

Til gengæld ser virksomheder, der har investeret, også ud til at have været under et lidt større pres. I hvert fald har 23 procent tabt omsætning. Men for de fleste af de investerende virksomheder har investeringerne positiv sammenhæng med en større omsætning.

For antallet af arbejdspladser er konklusionen den samme, nemlig at det har lønnet sig at investere i automation, innovation og digitalisering. Og hele 29 procent af dem, der har investeret, har også fået flere ansatte som følge af COVID-19.



## Innovationsprofil for danske fremstillingsvirksomheder

Innovation er at finde, udvikle eller skabe noget nyt, der kan øge virksomhedens indtjening. Indtjening kan skabes på mange måder fx ved at udvikle nye produkter og services, optimere interne processer såsom ved automation, udvikle nyt design eller indpakke produkter og services på nye måder. Endelig er der afsætningen, hvor virksomheder kan prøve at nå ud på nye markeder, anvende nye medier, finde nye salgskanaler eller ændre i deres prisstruktur. Det er alt sammen innovation, hvis det skaber merindtjening for virksomhederne.

Blandt fremstillingsvirksomhederne har 63 procent fået nye produkter på markedet inden for de sidste tre år, og tre ud af fire virksomheder arbejder med at forbedre deres processer. Færre har øje for betydningen af indpakning og prissætning, og omkring halvdelen arbejder løbende med fornyelse af salg og marketing. Bemærk at 54 procent har udviklet nye markedsstrategier.

Innovationen i virksomhederne betyder, at konkurrencevilkårene er under konstant forandring. Som virksomhed er det væsentligt at kunne benchmarke sin egen indsats mod tilsvarende virksomheder. Hvad gør konkurrenterne? Hvad skal jeg gøre for at holde mig relevant og attraktiv? Virksomheder har mulighed for via [innovationbenchmark.dk](http://innovationbenchmark.dk) at måle deres egen benchmark op mod virksomhederne i denne undersøgelse og få konkret vejledning om deres position.

Hvilken type innovation, der kan skabe størst værdi, vil være forskellig fra virksomhed til virksomhed. Dog antyder innovationsprofilen, at virksomhederne har et større fokus indadtil med nye produkter og egne processer fremfor et mere aggressivt, udadrettet fokus på salg og markedsføring.

**Figur 16. Innovative danske fremstillingsvirksomheder**

Figuren viser, hvordan virksomhederne prioriterer deres innovation

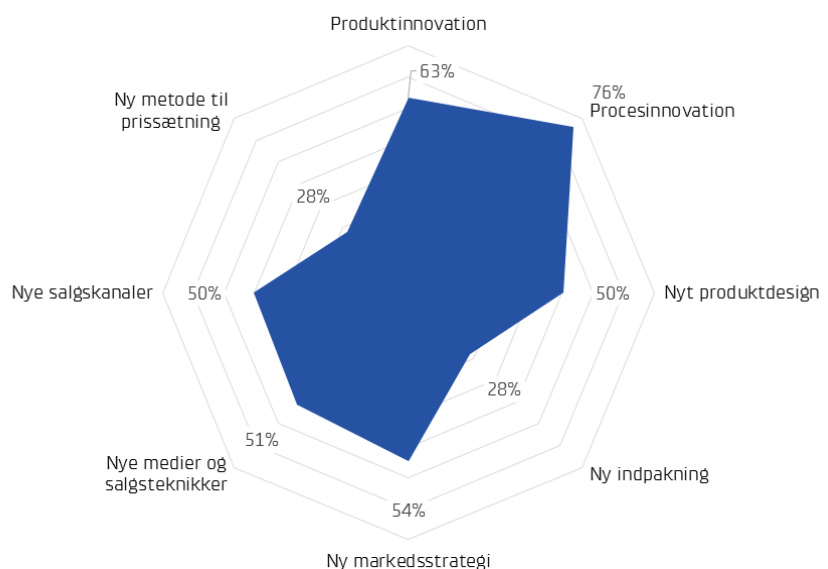
63 procent har omsætning fra produkter, de har fået på markedet inden for de sidste 3 år.

76 procent har lavet procesinnovation

51 procent bruger nye medier og salgsteknikker

50 procent har lavet nyt produktdesign

Innovationsprofilen for fremstillingsvirksomheder



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

## Investerende virksomheder har en bredere innovationsprofil

Innovationsprofilen er tegnet for henholdsvis de påholdende og de investerende virksomheder. Den første observation er, at de investerende virksomheder har en bredere innovationsprofil end de påholdende virksomheder. De påholdende virksomheder er dem, hvor COVID-19 har betydet, at de investerer mindre i ét eller flere områder, herunder automation, innovation og digitalisering. Det er derfor forventeligt, at innovationsprofilen vil være mindre fyldig for de påholdende virksomheder end for de investerende.

Den anden observation er, at både påholdende og investerende virksomheder har samme fokus på produktinnovation: 67 procent har omsætning fra nye produkter på markedet inden for de sidste tre år.

Den tredje observation er, at virksomhederne har nogenlunde ens profiler, når det gælder aktiviteter i virksomheden: Produktinnovation, produktdesign og procesinnovation, mens de investerende virksomheder er væsentligt mere aggressive, når det handler om at finde nye markeder, salgskanaler og salgsteknikker.

Det kunne antyde, at virksomheder med en påholdende investeringsstrategi også er kendetegnet ved at være mindre risikovillige og ambitiøse med virksomhedens vækst – og at investerende virksomheder har et større markedsfokus. Det kan forklare den højere andel af virksomheder, der har oplevet vækst som følge af COVID-19 blandt de investerende virksomheder.

**Figur 17. Innovative danske fremstillingsvirksomheder**

Figuren viser, at virksomheder med en investeringsstrategi er mere innovative, når det gælder salg og marketing

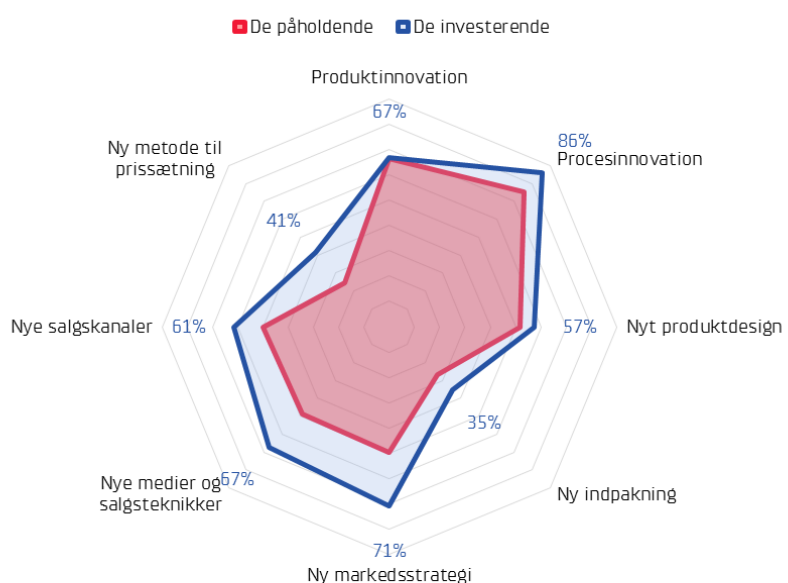
67 procent har omsætning fra produkter, de har fået på markedet inden for de sidste 3 år.

86 procent har lavet procesinnovation

67 procent bruger nye medier og salgsteknikker

71 procent har lavet ny markedsstrategi

Innovationsprofilen for fremstillingsvirksomheder



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. Profilen er kun vist for virksomheder med hhv. investeringsstrategi og påholdende strategi.

**Figur 18. Vindere og tabere efter COVID-19**

**Vinderne:** 11 procent af SMV-fremstillingsvirksomhederne steg i omsætning og fik flere medarbejdere som følge af COVID-19. N=147

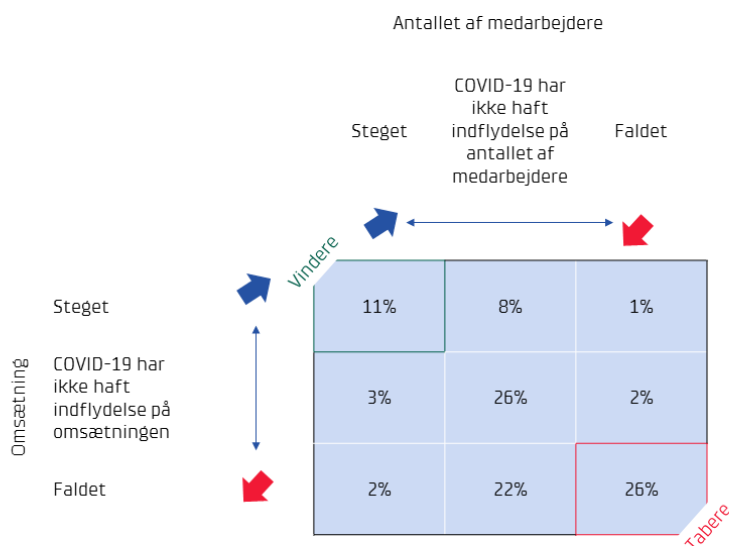
**Taberne:** 26 procent af SMV-fremstillingsvirksomhederne tabte både omsætning og medarbejdere som følge af COVID-19. N=345

26 procent af SMV-virksomhederne tabte hverken omsætning eller medarbejdere som følge af COVID-19.

22 procent har tabt omsætning uden at få færre medarbejdere.

Interviews gennemført september – oktober 2020.

COVID-19's konsekvenser for virksomheden



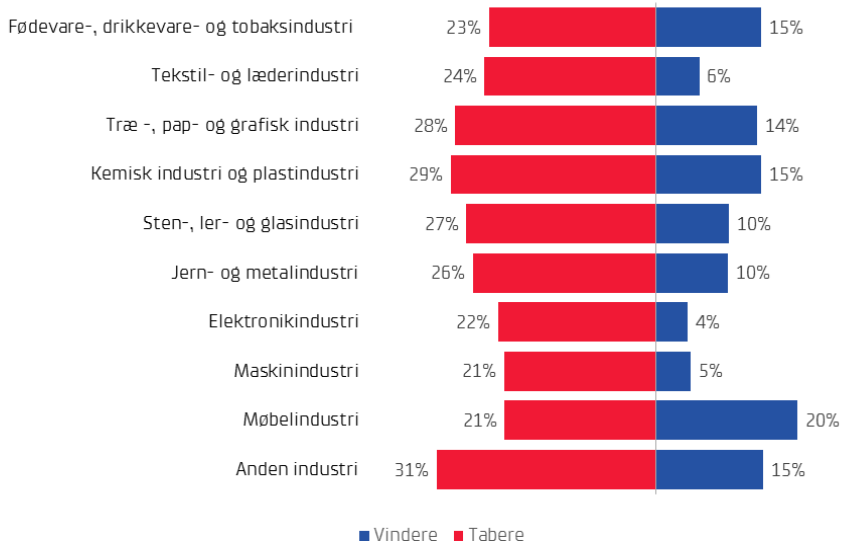
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. Bemærk: Enkelte ved ikke svar er udeladt.

**Figur 19. Brancheforskelle i vindere og tabere efter COVID-19**

**Vindere** er virksomheder, som er steget både i antal medarbejdere og omsætning som følge af COVID-19  
N=147

**Tabere** er virksomheder, som har tabt både omsætning og medarbejdere som følge af COVID-19  
N=345

Vindere og tabere som følge af COVID-19 opdelt efter branche



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder. 'COVID-19 har ikke haft indflydelse' samt 'Ved ikke' er undladt i denne figur.

## Vindere og tabere efter COVID-19

---

COVID-19 har givet nogle virksomheder tab, mens andre har vundet. 26 procent af virksomhederne har både fået færre medarbejdere og mindre omsætning. De kan kategoriseres som COVID-19s tabere.

11 procent har både fået flere medarbejdere og større omsætning. De kan kategoriseres som COVID-19s vindere. Det er især virksomheder inden for kemisk industri samt møbel-, fødevarer-, træ- og papirindustrien.

Værd at bemærke er, at alle brancher, især kemisk industri samt træ- og papirindustrien, indeholder både virksomheder, der er vindere og virksomheder, der er tabere. Forskellen på virksomhederne i en industri kan forklares af fx forskellige konkurrence-

og markedsvilkår samt virksomhedens finansielle tilstand i udgangspunktet, før COVID-19 satte ind. Men nok så vigtige er de ambitioner og strategier, virksomhedens ledelse følger. Nogle virksomheder i branchen vil vælge i højere grad at løbe risikoen eller tage chancer, mens andre er mere tilbageholdende.

Virksomheder, hvor omsætningen er steget, uden at det har betydet flere medarbejdere, er også virksomheder, der har klaret sig godt.

Interessant er det også at bemærke de 22 procent af virksomhederne, som er faldet i omsætning uden at miste medarbejdere. Det er nærliggende at tænke, at disse virksomheder har haft god gavn af hjælpepakkerne.

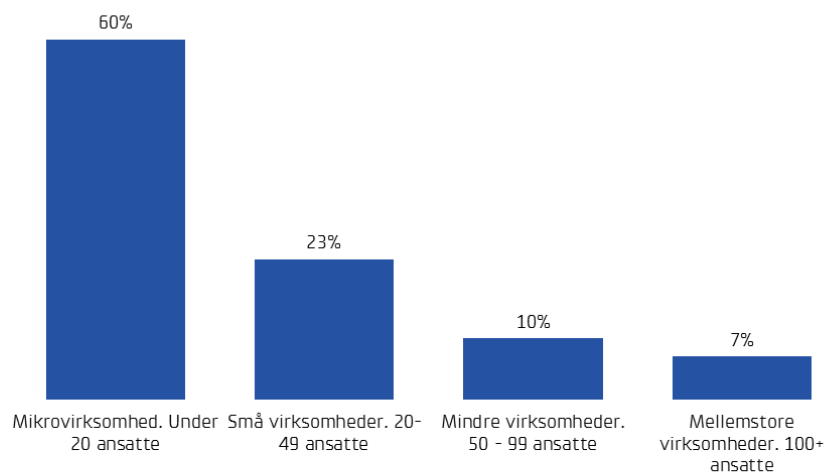


# OM VIRKSOMHEDERNE

**Figur 20. Antal ansatte**

Andel af respondenter fordelt over virksomhedsstørrelse.

Virksomheder fordelt efter antal ansatte i virksomheden



Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

**Figur 21. Branchefordeling**

Virksomheder fordelt efter brancher



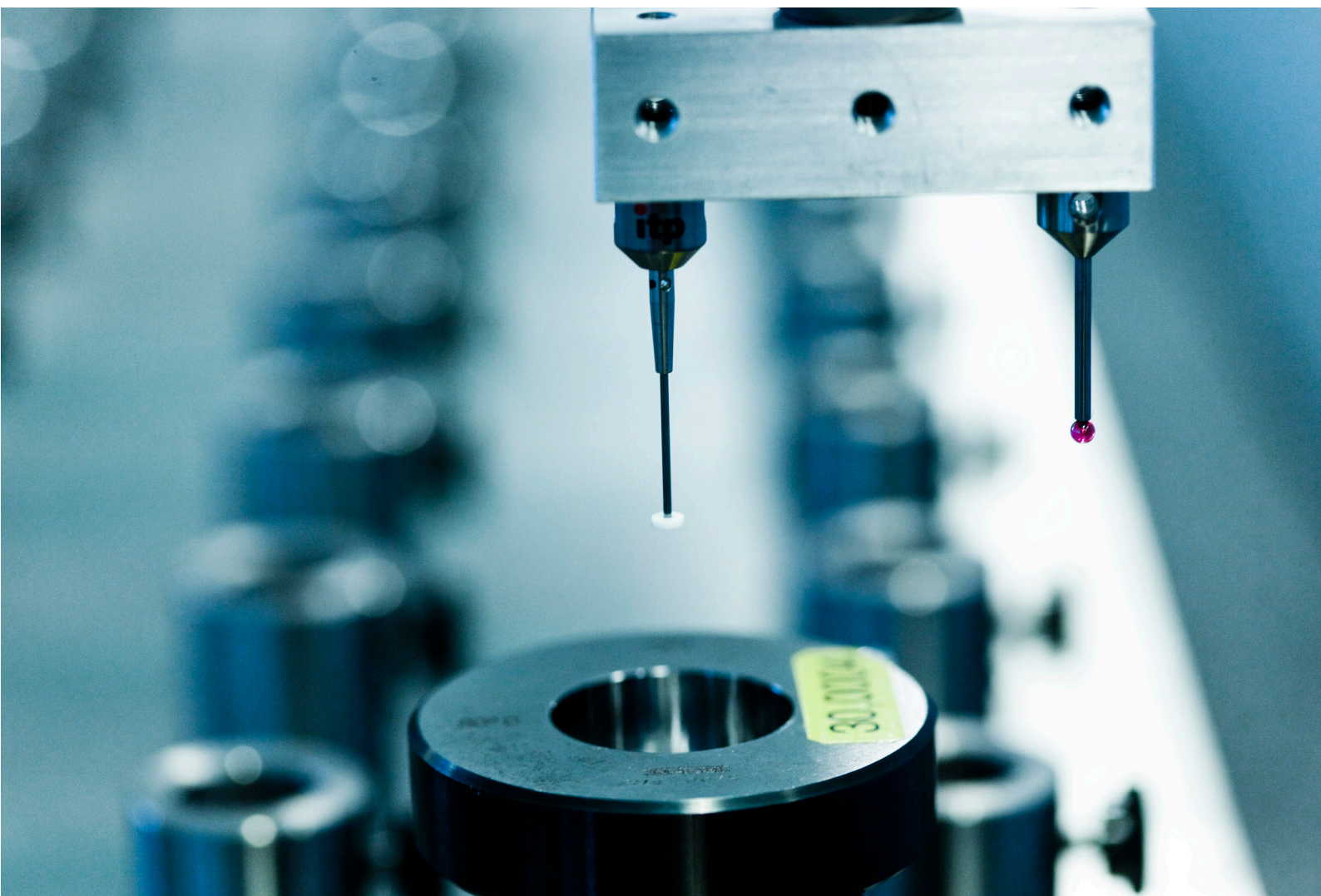
Kilde: Innovation Benchmark, Interview i 2020 med 1.380 SMV-fremstillingsvirksomheder.

# Virksomhederne bag undersøgelsen

---

Populationen er SMV-virksomheder inden for fremstillingsindustrien med 5 til 250 ansatte, der som selskabsform enten er registreret som et A/S, et ApS eller en enkeltmandvirksomhed. Fordelingen

af virksomhederne er repræsentativ, således at der er langt flere mikrovirksomheder med 5-20 ansatte end mellemstore virksomheder med 100-250 ansatte.



# Interview gennemført som telefoninterview

---

Teknologisk Institut har udformet spørgeskemaet, så spørgsmålene matcher spørgsmålene på innovationbenchmark.dk.

Undersøgelsens population er SMV-virksomheder inden for fremstillingsindustrien med 5 til 250 ansatte, der som selskabsform enten er registreret som et A/S, et ApS eller en enkeltmandvirksomhed. Totalpopulationen består af ca. 5.500 virksomheder. Der er udvalgt således, at kun hovedselskaber indgår.

Jysk Analyse A/S har på vegne af projektet gennemført interviewene som telefoninterview med direktør, produktionsdirektør, økonomidirektør eller en anden ledende medarbejder, der er beslutningstager i forbindelse med virksomhedens produktion. Der er gennemført en pilottest, og skemaet er tilpasset med mindre rettelser.

Vi har i alt kontaktet 3.469 virksomheder og gennemført 1.380 telefoninterview. Det giver en gennemførelsesprocent på 39, hvilket er tilfredsstillende for undersøgelser af denne type og længde.

Telefoninterviewene er gennemført i perioden 7. september til 26. oktober 2020. Alle telefoninterviews er gennemført ved hjælp af SOPHI, et CATI-system udviklet in-house hos Jysk Analyse med egne, uddannede interviewere.

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

I de tilfælde, hvor der mangler kontaktnummer eller dette er forkert, er der foretaget manuelle opslag for at finde et korrekt nummer.

Data er efterfølgende vejret i forhold til antal ansatte inden for grupperne 5-19 ansatte, 20-49 ansatte, 50 til 99 ansatte og 100+ ansatte.

Svarerne er anonymiseret, og resultaterne anvendes kun i statistiske sammenligninger. På innovationbenchmark.dk kan enhver virksomhed indtaste egne oplysninger og finde sammenligninger med gennemsnittet for andre virksomheder.

## Roller og bidrag

---

### Copenhagen Business School - CBS

CBS har i dette projekt først og fremmest den opgave at skabe det nødvendige datagrundlag, der gør det muligt at lave benchmarking på innovationsaktiviteter samt at udvikle det værktøj, der gør det muligt for den enkelte virksomhed at få en rapport, hvor den kan sammenligne sig med tilsvarende virksomheder i branchen.

Der er i den forbindelse gennemført kvantitative studier af innovation og virksomhedsperformance. Formålet er at skabe ny viden om, hvilke forhold der gør, at nogle virksomheder er innovative, mens andre ikke er; hvilke forhold der gør, at nogle virksomheder er mere innovationsintensive end andre virksomheder samt sammenhængen mellem innovation og virksomhedsperformance.

Værktøjet indeholder en række features, som indebærer, at virksomhedernes ledere og nøglepersoner kan benchmarke innovationsaktiviteter med andre sammenlignelige virksomheder på objektive mål for innovation. Derigennem får de mulighed for at:

- vurdere performanceeffekter af innovationstiltag
- se hvad andre virksomheder har af erfaringer med relevante innovationsaktiviteter
- blive ført videre til relevant innovationsrådgivning.

Værktøjet er derfor integreret i en samlet innovationsplatform med viden, dialogmuligheder, og beskrivelser af erfaringer og anbefalinger til processer og værktøjer.

### Syddansk Universitet - SDU

SDU har sammen med udvalgte virksomheder lavet en række interaktive studier med udvalgte virksomheder. Disse studier har skabt ny viden om innovationsdrivere, innovationsbarrierer, og hvorledes disse afhænger af virksomhedernes erfaring med innovation.

Desuden afdækkes muligheder for at styrke de innovative kompetencer igennem specifikke tiltag omfattende nye innovative former som produkt-relaterede services, strukturering af innovationsprocesser og løft af kompetencer igennem viden. Resultaterne formidles blandt andet gennem cases der er tilgængelige i værktøjet, som du finder på [innovationbenchmark.dk/](http://innovationbenchmark.dk/).

### Teknologisk Institut

Teknologisk Instituts rolle er at skabe dialog og netværk med de relevante virksomheder og resten af erhvervslivet. Der bliver i løbet af projektet opbygget et netværk med virksomhederne og det øvrige erhvervsliv med to formål for øje.

For det første præsenteres virksomheder for foreløbige versioner af værktøjet samt ny viden tidligt i projektets levetid for at sikre relevans og kvalitet af værktøjet. Derved sikres en feedbackmekanisme mellem værktøj og ny viden på den ene side og erhvervsliv på den anden.

På baggrund af dialogen med virksomhederne laves der analyser, der giver overblik over, hvordan innovation kan fremme vækst. Værktøjet og kommunikation til netværket er integreret i platformen Innovation Benchmark.

# Dit innovationsbarometer - sådan gør du

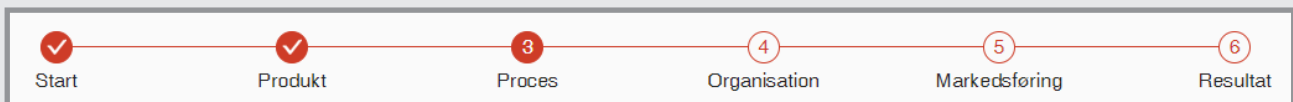
Med innovationstesten på innovationbenchmark.dk kan du tage pulsen på innovationsniveauet i din virksomhed på forskellige områder og se, hvordan den klarer sig ift. andre virksomheder. På innovationbenchmark.dk finder du også en række innovationscases, som du kan lade dig inspirere af.

Du kan både bruge testen som virksomhed eller hvis du som erhvervsrådgiver, revisor el. lign. rådgiver en fremstillingsvirksomhed.

Er du rådgiver, udgør testen et godt dialogværktøj mellem dig og virksomheden, som kan give anledning til nye perspektiver, betragtninger og ideer i jeres indbyrdes dialog.

Testen giver mulighed for at benchmarke virksomheden op mod andre inden for hhv. produktinnovation, procesinnovation, organisatorisk innovation og markedsføringsinnovation. Det er helt valgfrit, om du vil udfylde alle sektionerne eller blot nogle af dem.

Du navigerer i værktøjet ved hjælp af bjælken i toppen af testen (billede 1), ved at bruge 'Næste'-knappen nederst eller ved at klikke på 'Spring over'. Når hver sektion er færdiggjort vises et flueben i bjælken.



Billede 1: Oversigtsbjælke

## Del 1: Start

**Proces** Spring over

I hvilken grad er virksomheden god til at automatisere fremstillings-, paknings- og lagringsprocesserne?

I nogen grad

**Proces** Spring over

I hvilken grad er virksomheden god til at automatisere fremstillings-, paknings- og lagringsprocesserne?

I nogen grad

Billede 3: Spørgsmål 2 ud af 4 i Start-sektionen.

Billede 2: Testens startside

Til at begynde med bliver du spurgt ind til din vurdering af de fire områder, som testen benchmarker virksomheden på. Her bliver du bedt om at tage stilling til, hvor god virksomheden er på de fire områder (billede 2 og 3). Klik på 'Spring over', hvis du ikke ønsker at besvare disse spørgsmål.

Det er valgfrit, om du vil angive virksomhedens navn og branche samt dit eget navn og rolle.

Tryk på 'Næste' for at gå videre til næste del af testen.

## Del 2: Produktinnovation

**Produkter, der er nye på verdensplan** Spring over

Hvor stor en del af virksomhedens omsætningen i dag stammer fra produkter, som er introduceret i de seneste 3 år, og som er nye på verdensplan?

0%

---

**Produkter, der er nye for virksomhedens marked** Spring over

Hvor stor en del af virksomhedens omsætningen i dag stammer fra produkter, som er introduceret i de seneste 3 år, og som er nye på virksomhedens marked men ikke på verdensplan?

Max 100%

0%

---

**Produkter, der er nye for virksomheden** Spring over

Hvor stor en del af virksomhedens omsætningen i dag stammer fra produkter, som er introduceret i de seneste 3 år, og som er nye for virksomheden, men ikke på markedet generelt?

20%

---

Billede 4: Nye produkter og teknologier er ofte det første mange tænker på, når de hører ordet 'innovation'. Her bliver du spurgt ind til produktlanceringer de seneste 3 år.

Nu dykker testen ned i hvert enkelt af de fire områder. Denne del omhandler produktinnovationen i virksomheden.

Her stilles der spørgsmål til, hvor stor en procentdel af virksomhedens omsætning, der kommer fra nye produkter. Det drejer sig om hhv. produkter, der er nye på verdensplan, produkter, der er nye i branchen og produkter, der er nye for virksomheden (billede 4).

Procenterne i de tre spørgsmål skal til sammen give max 100 % (men må gerne give mindre). Klik på 'Spring over', hvis du ikke ønsker at besvare disse spørgsmål.

Tryk på 'Næste' for at gå videre til næste del af testen.

## Del 3: Procesinnovation

**Fremstilling** Spring over

Hvor stor en del af fremstillings-/bearbejdnings-/behandlingsprocesserne er automatiserede?

- Ingen
- Mindst en proces
- Flere, men under halvdelen af processerne
- Mere end halvdelen, men ikke alle processerne
- Alle processer

Billede 5: I del 3 spørges bl.a. ind til, hvor automatiseret virksomhedens fremstilling er.

Næste sektion omhandler virksomhedens evne til innovation indenfor processer.

Der stilles spørgsmål til automation af virksomhedens fremstillings-, paknings- og lagringsprocesser (se eksempel i billede 5).

Klik på 'Spring over', hvis du ikke ønsker at besvare disse spørgsmål.

Tryk på 'Næste' for at gå videre til næste del af testen.

## Del 4: Organisatorisk innovation

**Løsningsansvar** Spring over

Hvem bestemmer hovedsageligt hvordan opgaverne skal udføres (forslag til procesforbedringer, maskinvalg, osv.)?

- Lederen af produktionen bestemmer alt
- Lederen af produktionen bestemmer, men benytter mellemledere
- Samarbejde mellem mellemledere og medarbejdere
- Medarbejderne i produktionen bestemmer hovedsageligt
- Fuld automatisk produktion. Bestemt af afsætningen

I denne sektion spørges til, hvordan din virksomhed tænker innovativt ift. selve organisationen.

Du bliver spurgt om, hvem beslutningstagerne er i virksomheden, samt hvordan de forskellige roller fordeler sig. Du spørges ind til løsningsansvar (se billede 6), tidsplanlægning og selvstyrende grupper. Klik på 'Spring over', hvis du ikke ønsker at besvare disse spørgsmål.

Tryk på 'Næste' for at gå videre til næste del af testen.

Billede 6: Du bliver blandt andet spurgt ind til, hvem der har løsningsansvaret for opgaver i virksomheden.

## Del 5: Markedsføringsinnovation

Det sidste område, der spørges ind til er markedsføringsinnovation og hvorvidt virksomheden innoverer på markedsføringsområdet.

Specifikt spørges der ind til, om virksomheden har introduceret nyt produktdesign, indpakning, markedsføringsstrategier, promovring af produkt, eksponering og prissætning inden for de seneste 3 år (se eksempler i billede 7). Her svarer du blot ja eller nej. Klik på 'Spring over', hvis du ikke ønsker at besvare disse spørgsmål.

Tryk på 'Næste' for at gå videre til næste del af testen.

**Markedsføringsstrategier** Spring over

Introducerede virksomheden i de seneste 3 år nye eller væsentligt ændrede markedsføringsstrategier?

- Ja
- Nej

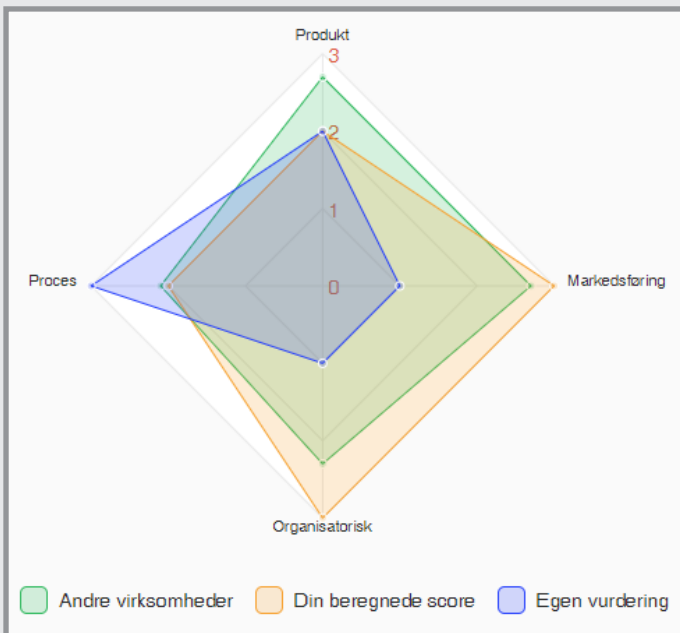
**Promovring af produkter** Spring over

Introducerede virksomheden i de seneste 3 år nye medier/teknikker til promovring af produkter?

- Ja
- Nej

Billede 7: Her spørges du ind til virksomhedens innovationstiltag på marketingområdet.

## Del 6: Resultat



Billede 8: Spider-diagram med dine resultater.

benchmarket mod andre virksomheder helt ned på spørgsmålsniveau. Her kan du se hvor mange procent af de sammenlignelige virksomheder, der har svaret det samme som dig (billede 10).

Holder du musen henover en af scorerne kan du se, den svarmulighed, scoren repræsenterer, og hvor mange der har svaret det samme (score 1 er den første svarmulighed - i eksemplet har virksomheden valgt den tredje svarmulighed, så her får den tildelt score 3).

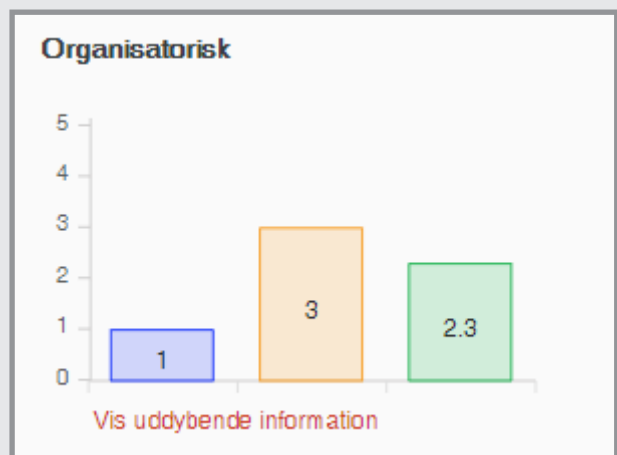
Du har også mulighed for at hente en PDF-rapport med dine resultater.

God fornøjelse med testen! Hvis du har spørgsmål eller kommentarer, kan du henvende dig til en af kontaktpersonerne på innovationbenchmark.dk.

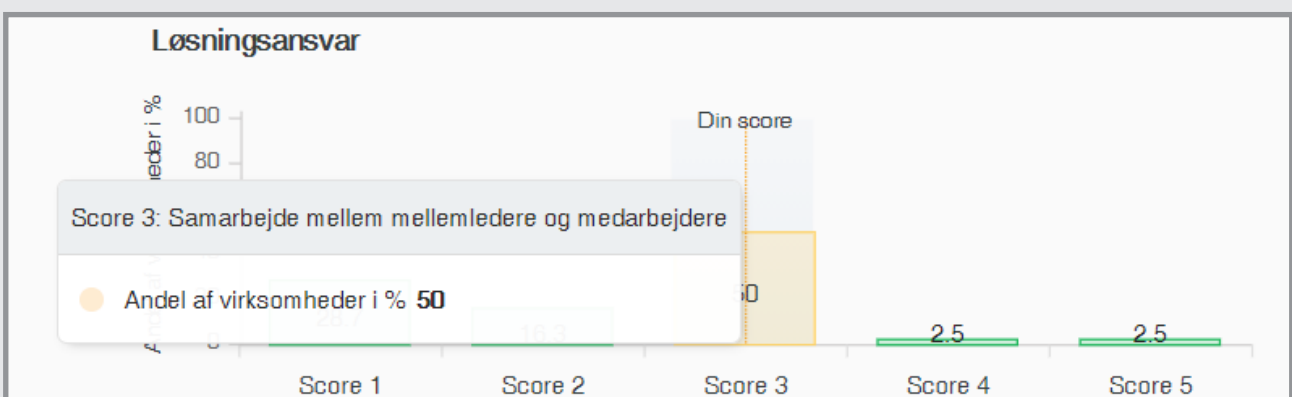
Når du har udfyldt de dele af testen, som du er interesseret i, kommer du til resultatsiden, hvor du øverst får et overblik i form af et spider-diagram (billede 8). 'Egen vurdering' er dine svar fra Start-sektionen og 'Din beregnede score' er et sammenlagt resultat af de resterende sektioner.

I eksemplet til venstre klarer virksomheden sig dårligere på produktinnovation end sammenlignelige virksomheder. Samtidig klarer den sig bedre på hhv. markedsføringsinnovation og organisatorisk innovation.


Du får også et resultat for hvert af de fire områder, som testen dækker. For hvert af områderne kan du få et uddybende resultat ved at klikke på 'Vis uddybende information' (billede 9), hvor du kan se dine resultater



Billede 9: På resultatsiden kan du bl.a. se hvordan du klarer dig for hvert af de fire innovationstyper sammenlignet med andre.



Billede 10: Du kan også se, hvordan du har besvaret de enkelte spørgsmål i testen ift. andre virksomheder.

The background of the page features several stacks of gold coins, some in sharp focus and others blurred, creating a sense of depth and value. The coins are stacked in various heights and positions, with some showing their intricate designs. The overall color palette is warm, dominated by the golden hues of the coins and the background.

Innovation er nødvendig i fremstillingsindustrien. Virksomhedsledere har en hel palet af muligheder for innovation som fx at udvikle nye produkter, nye salgskanaler, nyt design eller nye måder for markedsføring. De mest ambitiøse virksomheder finder på nyt – og fremfor alt arbejder de mere målrettet med at forny og udvikle virksomhedens afsætning.

Det viser en undersøgelse med ledere i 1.380 fremstillingsvirksomheder i Danmark med 10 – 250 ansatte. Undersøgelsen er gennemført af Teknologisk Institut, CBS og SDU for Industriens Fond i september-oktober 2020.

CBS har udviklet et online værktøj til benchmarking af virksomhedens innovation. Værktøjet, [innovationbenchmark.dk](http://innovationbenchmark.dk), gør det muligt at måle virksomheden i forhold til konkurrenterne.

Læs mere om undersøgelsen og værktøjet i denne rapport.