

Designisbryderordningen

Evaluering

April 2003

Indholdsfortegnelse

Resume	1
Baggrund	2
Tidligere evalueringer	2
Evalueringens formål	3
Metode	4
Spørgeskema	4
Statistisk usikkerhed	5
Konklusioner og anbefalinger	5
Konklusioner	5
Anbefalinger	6
Analysesammenfatninger	8
Stikprøvebeskrivelse	8
Sammenfatning - stikprøvebeskrivelse	11
Stikprøven i relation til designadfærd	12
Sammenfatning - designadfærd	13
Stikprøven i relation til designholdninger	14
Sammenfatning - designholdninger	17
Stikprøven i relation til ledelsesholdninger	18
Sammenfatning - ledelsesholdninger	20

Evaluering af Designisbryderordningen

Erhvervs- og Boligstyrelsen har gennemført en evaluering af Designisbryderordningen. Evalueringen af ordningen er gennemført i perioden september 2002 - marts 2003 af Dansk Design Center (DDC) i et samarbejde med Advice Analyse & Strategi A/S.

Designisbryderordningen forløb i perioden 1998-2001 og havde til formål at give mindre virksomheder incitament til at benytte en designer i tilknytning til et udviklingsprojekt.

Resume

Evalueringen viser, at

- knap 60% af virksomhederne enten er fortsat med at samarbejde med designere (41%) eller planlægger det (16%)
- der er svage sammenhænge mellem virksomhedernes designadfærd og deres hhv branchetilhørsforhold og virksomhedsstørrelse
- virksomhedernes omsætning ikke har betydning for, om virksomhederne fortsætter med at samarbejde med designere. Dvs denne stikprøve viser ingen tydelige mønstre
- af de virksomheder, som er fortsat med at samarbejde med designere eller planlægger det, er 93% af virksomhederne helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 80% er helt enige eller enige i, at design er en investering
- af de virksomheder, som *ikke* er fortsat med at samarbejde med designere, er 89% helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 86% er helt enige eller enige i, at design er en investering
- af de virksomheder som er fortsat, samarbejder 35% (svarende til 17% af de virksomheder, der er fortsat med design) med designerne omkring design af nye produkter eller produkt/konceptudvikling eller designerne deltager i strategimøder. Denne adfærd er sammenlignelig med de karaktertræk, der kendetegner virksomheder placeret på Designtrappens trin 3.
- forankring af designprojekterne især sker, når mellemliderniveauet er ansvarlig for implementering af design i virksomheden.

Alt i alt kan det konkluderes, at virksomheder, der har modtaget tilskud gennem Designisbryderordningen, vurderer, at design er en væsentlig konkurrenceparameter.

I forhold til Designredegørelsen, der lå til grund for bl a Designisbryderordningen fremgår det, at smv's holdning til design har ændret sig. I forbindelse med redegørelsen blev det fremhævet, at prisen på design udgjorde en barriere for at samarbejde med designere. Virksomhederne peger fortsat på, at 'design er dyrt', men det er ikke længere et element, der afholder dem fra at fortsætte samarbejdet med designerne.

I det følgende præsenteres undersøgelsen i kort form mht

1. Baggrund og formål
2. Metode
3. Konklusioner og anbefalinger
4. Analysesammenfatninger

1. Baggrund

Situation

I 1998 iværksatte Erhvervsfremme Styrelsen Designisbryderordningen mhp at øge små og mellemstore virksomheders brug af professionelle designere.

Kriterierne for at komme i betragtning til tilskud var, at virksomhederne

- opfyldte EU kommissionens krav til små- og mellemstore virksomheder (dvs max 250 ansatte, en årlig omsætning på højest 300 mio kr og hvor max 25% af kapitalen ejes af et eller flere selskaber)
- ikke havde samarbejdet eller haft en designer ansat indenfor de sidste 5 år
- ansatte isbryderen på fuld tid i virksomheden på almindelige arbejdsvilkår og på kontrakt eller, at virksomheden havde modtaget et tilbud fra et designfirma.

Mere end 400 virksomheder har i perioden fra 1998 til 2001 modtaget tilskud til et udviklingsprojekt gennem Designisbryderordningen. Det er sket i samarbejde med omkring 120 forskellige designere eller designvirksomheder, som alle var godkendt til at arbejde under ordningen.

Målet med Designisbryderordningen var, at

- 70% af de deltagende virksomheder har haft et tilfredsstillende udbytte af at benytte en professionel designer til udvikling af design i virksomheden
- 60% af de deltagende virksomheder regelmæssigt* vil benytte designere til at løse designopgaver

Ad * Regelmæssigt er ikke defineret, hvorfor der fokuseres på, i hvilken grad virksomhederne er fortsat eller vil fortsætte med design.

Tidligere evalueringer

Konstruktionen af denne undersøgelse, spørgsmålene i spørgeskemaet etc er baseret på erfaringer og konklusioner fra tidligere evalueringer og undersøgelser. Disse erfaringer og konklusioner er skitseret kort nedenfor.

Hovedkonklusionerne fra den *løbende evaluering*, som blev foretaget i forlængelse af, at de enkelte Designisbryderprojekter blev afsluttet.

- Ca 90% af virksomhederne var tilfredse eller meget tilfredse med Designisbryderordningen
- Knap 75% af virksomhederne vurderede, at designerne havde bidraget til at øge bevidstheden om design i ledelsen
- Knap 80% af virksomhederne oplevede, at de havde fået et løft mht konkurrenceevne, økonomi etc (samlet set).

I forbindelse med den løbende evaluering har det ikke været muligt at fastslå, om 60% af de deltagende virksomheder regelmæssigt vil benytte en professionel designer.

Hovedkonklusionerne fra *DDCs 2001-undersøgelse*, hvor formålet var at afdække hvad, der kendetegner de virksomheder, der fortsætter med at arbejde med design.

- 30 % af virksomhederne havde fortsat samarbejdet med designerne
- Designadfærden i virksomheden afhang ikke af branche, størrelse eller omsætning. Helt generelt kunne det konkluderes, at designadfærd er vanskelig at måle kvantitativt på kortsigt
- Der kunne anes en sammenhæng mellem graden af designadfærd og det akademiske niveau i virksomhedens ledelse
- De virksomheder, der ikke var fortsat med design svarede typisk, at:
 - der ikke er behov for mere design
 - udviklingsprojekter ikke kræver en professionel designer
 - der mangler indikatorer for effekten af design.Dog svarede knap 2/3 af de, som ikke var fortsat, at man planlagde et nyt projekt indenfor det næste år
- Ca 45% vurderede, at designprojektet havde forbedret virksomhedens konkurrenceevne, og knap 25% vurderede, at designprojektet havde forbedret virksomhedens økonomiske resultater.

Hovedkonklusioner fra *DDCs effekt- og nulpunktsmåling*, som også giver relevant viden om små og mellemstore virksomheder (Advice Analyse A/S jan 2002). Undersøgelsens resultater bekræfter resultaterne fra de løbende evalueringer af ordningen.

- Der var en stor tilfredshed med ordningen og med de aktører, der havde ydet støtte og rådgivning.
- Blandt de virksomheder, der havde benyttet ordningen, var der en udpræget anerkendelse af, at ordningen havde haft effekter i form af øget konkurrenceevne og eksport. En del virksomheder angav, at ordningen havde ført til både øgede investeringer i og bevidsthed om design og designere.
- Den store tilfredshed og de gode intentioner fulgtes ikke altid op i virksomhederne med konkrete handlinger og investeringer i eksterne designere. Flertallet af dem, der havde modtaget støtte, stoppede samarbejdet med designeren, når støtteperioden afsluttedes.

Evalueringens formål

Formålet med evalueringen er at afdække:

- Hvor mange af virksomhederne har efterfølgende tilknyttet en professionel designer?
- Hvor mange af virksomhederne vurderer, at design bidrager til økonomisk vækst og således er en nødvendig konkurrenceparameter?
- Hvor mange af virksomhederne vurderer, at design er en proces eller, at design er et væsentlig element i forhold til innovation? Herunder, hvordan placerer virksomhederne sig på Designtrappen?

DDCs Designtrappe

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. proces teknikere, materiale teknologer, 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.

Endvidere er det undersøgelsens mål at afdække, hvilke faktorer eller nye synspunkter, der kan tages i anvendelse for at fremme danske virksomheders brug af design mhp. at styrke den næste designpolitik.

2. Metode

Stikprøven i indeværende rapport beror på 203 respondenter. Det svarer til en svarprocent på ca. 50%, hvilket er tilfredsstillende og anses for at være rimelig pålidelig.

Spørgeskemaet

Undersøgelsen beror på en spørgeskemaundersøgelse. Spørgeskemaerne er fremsendt pr. mail med link til selve skemaet hos I&A Research. De virksomheder, der ikke responderede på mail, er blevet ringet op efterfølgende.

Spørgeskemaet er pre-testet på 5 virksomheder, der alle har givet deres vurdering af spørgsmålenes relevans og forståelse af de enkelte spørgsmål.

Indledningsvist er virksomhederne blevet stillet en række faktuelle spørgsmål omhandlende branchetilhørsforhold, virksomhedsstørrelse, omsætning samt spurgt til kontaktpersonens uddannelsesmæssige baggrund, stilling og hvilken type af design isbryderprojektet omfattede.

Dernæst er virksomhederne blevet spurgt, om de har igangsat nye designprojekter efter isbryderprojektet. Tidligere evalueringer har vist, at der ikke er tydelige sammenhænge mellem virksomheder, der arbejder med design og deres branchetilhørsforhold, omsætning, størrelse etc. Derfor har størstedelen af spørgsmålene i skemaet søgt at identificere og afdække de kvalitative sammenhænge,

som er relateret til adfærd og holdning. Virksomhederne er afhængigt af designadfærd blevet stillet en række forskellige spørgsmål.

Virksomhederne er generelt blevet bedt om at vurdere, i hvilken grad de er enige eller uenige i en lang række af udsagn omhandlende design.

Svarmulighederne har fået følgende karaktervægtning:

Helt enig	Enig	Hverken enig eller uenig	Uenig	Helt uenig	Ved ikke
5	4	3	2	1	0

Den gennemsnitlige karakter er således 3, hvorfor alt over 3 i denne rapport er udtryk for en tendens til at være enig og alt under er udtryk for en tendens til at være uenig.

Statistisk usikkerhed

Det er værd at bemærke, at når stikprøven inddeles i diverse baser bliver stikprøverne små. Retfærdigvis er det relevant at tale om tendenser og forsigtige antagelser i undersøgelsen frem for signifikante forskelle.

Antal respondenter, tilfældigt udvalgt	Usikkerhed ved 95% signifikansniveau*
200	Ca 3-7%
100	ca 4-10%
50	ca 6-14%
25	ca 9-20%

* Usikkerheden er angivet ved et interval. Den mindste usikkerhed er gældende ved en 95/5-fordeling. Den største usikkerhed er gældende ved en 50/50-fordeling.

3. Konklusioner og anbefalinger

Konklusioner

I det følgende afdækkes evalueringens formål og de 3 spørgsmål besvares.

Hvor mange af virksomhederne har efterfølgende tilknyttet en professionel designer?

57% af virksomhederne har efterfølgende enten tilknyttet eller planlægger at tilknytte en professionel designer.

Isoleret set er der 41% af virksomhederne, som allerede har igangsat nye projekter. I DDCs 2001 undersøgelse var der blot 30% af virksomhederne, der havde igangsat nye projekter. Der er således tale om en stigning på omkring 10% set over en 2-årig periode. Der er relativ stor sandsynlighed for, at virksomheder, der planlægger at igangsætte nye projekter, rent faktisk også gør det. Og endnu en gang bekræftes hypotesen om, at der er relativ lang tid mellem udviklingsprojekter i smv.

Designisbryderordningen er primært blevet benyttet af virksomheder fra maskin- og metalindustrien indenfor Fremstilling. Virksomhederne er meget små (33% har 1-4 ansatte) og deres omsætning er nogenlunde proportional med antallet af ansatte.

Ordningen har overvejende tiltrukket personer i virksomheder, der har en længere videregående uddannelse og som oftest er ansat som direktør.

Der er svage sammenhænge mellem hvorvidt virksomhederne er fortsat med design og hhv branche og størrelse. Derimod kan der antages at være sammenfald mellem den designansvarlige's uddannelsesniveau og stilling og hvorvidt virksomheden er fortsat med design, forudsat der fokuseres isoleret på de, som rent faktisk er fortsat.

Hvor mange af virksomhederne vurderer, at design bidrager til økonomisk vækst og således er en nødvendig konkurrenceparameter?

Holdningerne til design er meget positive, selv om det er vanskeligt at måle på bundlinien. 33% af virksomhederne svarer, at de ikke måler effekter, da effekten ikke er målbar. 16% af de virksomheder, som allerede er fortsat, vurderer, at design øger afsætning og omsætning.

Af de virksomheder, som er fortsat med at samarbejde med designere eller planlægger det, er 93% af virksomhederne helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 80% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Af de virksomheder, som *ikke* er fortsat med at samarbejde med designere, er 89% helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 86% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Endeligt er virksomhederne uafhængigt designadfærd hverken enige eller uenige i, at der ikke er oplevet et økonomiske afkast af at investere i design.

Hvor mange af virksomhederne vurderer, at design er en proces eller, at design er et væsentlig element i forhold til innovation? Herunder hvordan placerer virksomhedernes sig på designtrappen.

Omkring 65% af virksomhederne, som er fortsat eller planlægger at fortsætte vurderer, at design er en proces. Og samlet set er 85% meget enige eller enige i, at innovation er en nøglefaktor. Virksomheder, der er fortsat er mere enige end virksomheder, der ikke er fortsat.

Der er som sagt 57% af virksomhederne, som er fortsat eller planlægger at fortsætte med design. Ud af de 41%, der allerede er fortsat, samarbejder 17% af virksomhederne med designerne omkring design af nye produkter, produkt/konceptudvikling eller designerne deltager i strategimøder. Dette er alle samarbejdsformer, der karakteriserer virksomheder placeret på Designtrappens trin 3. Det vurderes som en meget positiv effekt.

Virksomheder, der har modtaget tilskud, har ledelsesholdninger, der placerer dem på Designtrappens trin 3 og 4. Det skal fremhæves, at holdninger ikke er ensbetydende med adfærd men, at det vurderes som et godt udgangspunkt for, at adfærden følger efter.

Anbefalinger

Ovenfor er det blevet konkluderet, at Designisbryderordningen har haft en stor effekt for mange af de virksomheder, der har modtaget tilskud. Der er imidlertid en række faktorer og synspunkter, som bør fremhæves mhp den fremtidige designfremme indsats overfor små og mellemstore virksomheder.

Der vil alt andet lige være udsigt til en betragtelig forøgelse af effekten af ordningen, hvis virksomhederne også efter støtteperioden forpligtiger sig til at arbejde seriøst med design samt hvis støtten kombineres med et udviklingskrav om, at virksomhederne går fra trin 1 og 2 til trin 3 og 4.

Der ud over anbefales det, at der fremover kommunikeres med flere personer i virksomheden. Det er fortsat en forudsætning for designs strategiske forankring, at det er den øverste ledelse, der er involveret. Men det er ligeledes en forudsætning, at de personer, der er ansvarlige for den operationelle del af designs implementering inddrages fra start og således også forstår effekten af at samarbejde med designere.

Det at få design til at blive en regelmæssig begivenhed i virksomheden, både i forhold til egentlige nye projekter og i forhold til den jævnlige designmæssige ajourføring, tager tid. Derfor anbefales det, at virksomhederne bliver sat ind i nogle længere forløb med mulighed for undervisning og hvor viden og inspiration løbende er til rådighed.

4. Analyzesammenfatninger

Nedenfor er gengivet de resultater, der er fremkommet af spørgeskemaundersøgelsen.

Resultaterne er inddelt i følgende afsnit:

- Stikprøvebeskrivelse
- Stikprøven i relation til designadfærd
- Stikprøven i relation til designholdninger
- Stikprøven i relation til ledelsesholdninger

Stikprøvebeskrivelse

I det følgende beskrives stikprøven i forhold til branche, virksomhedsstørrelse og -omsætning samt kontaktpersonernes akademiske niveau og stilling. Endvidere beskrives hvor mange af virksomhederne, der er fortsat med design, og indenfor hvilke områder, der samarbejdes med designerne.

Brancherne er inddelt i to overordnet industrikategorier af hensyn til, at de enkeltvis bliver meget små baser behæftet med stor usikkerhed.

Tabel 1 Branchefordelingen

	Procent	Antal
Fremstilling	51%	110
Handel&Service	34%	74
Andre	15%	32

Fremstilling: Bygge&Anlæg, Landbrug/skovbrug/fiskeri, Maskin&metal, Tekstil&beklædning, Kemisk industri, Møbel industri, Elektronik, Medicinal

Handel&Service: Grafisk&marketing, IT, Transport, Handel, Hotel&restauration, Finans, Undervisning, Konsulent/rådgivning.

Fremstilling har størst repræsentation fra maskin & metalindustrien (20%) og mindst fra Kemisk industri og Landbrug/skovbrug/fiskeri (under 1%). Handel&Service har størst repræsentation fra virksomheder indenfor handel (16%) og mindst fra Hotel & Restauration (under 1%).

Tabel 2 Virksomhedsstørrelser

	Procent	Antal
1-4 ansatte	33%	68
5-9 ansatte	15%	31
10-19 ansatte	20%	41
20-49 ansatte	18%	37
50-99 ansatte	9%	18
100 ansatte eller derover	4%	8

Stikprøven er primært repræsenteret af de helt små virksomheder, men generelt er fordelingen overensstemmende med erhvervsstrukturen i Danmark.

Tabel 3 Virksomhedsomsætning

	Procent	Antal
Under 1,5 mio kr	9%	18
1,5 mio kr – 5 mio kr	12%	24
5 mio kr – 10 mio kr	7%	14
10 mio kr – 20 mio kr	8%	16
Over 20 mio kr	16%	33
Ønsker ikke at oplyse	48%	98

Omsætningen blandt virksomhederne er forholdsvis lav og ca halvdelen ønsker ikke at oplyse deres omsætning. Datamaterialet viser, at virksomhedernes omsætning er nogenlunde proportionel med antallet af ansatte.

Tabel 4 Ledelsens* akademiske niveau

	Procent	Antal
Kort uddannelse (fra 7 klasse til og med kort videregående uddannelse)	37%	80
Længere videregående uddannelse (både mellemlang og lang videregående uddannelse)	60%	122

Der er et flertal af højt uddannet blandt respondenterne i stikprøven. Dvs ordningen har overvejende tiltrukket personer med længere videregående uddannelse.

Ad *: forstået som direktører, ejere, mellemledere

Tabel 5 Stillingsbetegnelse

	Procent	Antal
Ejer/selvstændig	11%	23
Direktør	65%	131
Chef/manager	8%	17
Marketingchef	4%	8
Andet	12%	24

Stikprøven viser, at det hovedsageligt er virksomhedernes direktører, 65%, der har været ansvarlig i virksomheden for gennemførelsen af Designisbryderprojektet. Datamaterialet viser, at jo større virksomhed, jo mere sandsynligt er det, at det er andre end direktører, der er ansvarlige for gennemførelse af projekterne, dvs chef/managere, marketingchefer etc.

Evalueringsens første formål er at afdække, hvor mange af virksomhederne, der efterfølgende har tilknyttet professionelle designere. Succeskriteriet er 60%.

Tidligere evalueringer af Designisbryderordningen viser, at der er relativ lang tid mellem udviklingsprojekter i små og mellemstore virksomheder. Derfor fik virksomhederne i indeværende måling mulighed for at svare hhv:

- ja,
- nej eller
- nej, men planlægger det

til spørgsmålet om, i hvilken grad de er fortsat med at samarbejde med designere. Som følge heraf vurderes der at være belæg for at betragte 'ja' og 'nej, men planlægger det' under et. Men de som svarer 'ja' har alt andet lige en helt reel designadfærd i forhold til de, som svarer 'nej, men planlægger det'.

Tabel 6 Har virksomhederne igangsat nye designprojekter efter Designisbryderordningen

	Procent	Antal
Ja	41%	83
Nej	43%	88
Nej, men planlægger det	16%	32

57% af de adspurgte virksomheder har efterfølgende tilknyttet eller planlægger at tilknytte professionelle designere. Det svarer til knap 60%, hvorfor Designisbryderordningens succeskriterie om, at 60% efterfølgende benytter en designer regelmæssigt, må konkluderes at være opfyldt.

Isoleret set er der 41% af virksomhederne, som allerede har igangsat nye projekter. I DDCs 2001 undersøgelse var der blot 30% af virksomhederne, der havde igangsat projekter efter isbryderens afslutning. Der er således tale om en stigning på omkring 10% set over en 2-årig periode. Der er relativ stor sandsynlighed for, at virksomheder, der oplyser, at de planlægger at igangsætte nye projekter, rent faktisk også gør det. Og endnu en gang bekræftes hypotesen om, at der er relativ lang tid mellem udviklingsprojekter i smv. Denne udvikling taler for, at virksomhedernes holdning over tid resulterer i reel adfærd.

Tabel 7 Indenfor hvilke af følgende områder skal designeren tilknyttes

	Ja		Planlægger	
	Procent	Antal	Procent	Antal
Vedligeholdelse af grafisk materiale	34%	28	44%	14
Vedligeholdelse/opdatering af www	33%	27	34%	11
Udvikling af messestand	19%	16	9%	3
Strategimøder	16%	13	9%	3
Møder vedrørende evaluering	30%	25	25%	8
Designmæssige ajourføring	52%	43	56%	18
Design af nye produkter	8%	7	3%	1
Produkt-/konceptudvikling	11%	9	0%	0
Andet	6%	5	0%	0

Virksomhederne har haft mulighed for at sætte flere krydser. Derfor er der sandsynlighed for, at de virksomheder, som har krydset af under f eks 'vedligeholdelse af grafisk materiale' også har krydset af under 'vedligeholdelse/opdatering af hjemmeside'.

De designsamarbejder, som er fortsat eller planlægges fortsat, omfatter overvejende designmæssig ajourføring (53%) og vedligeholdelse af grafisk materiale (33%). Der er altså ikke primært tale om igangsættelse af helt nye projekter. Det virker logisk, da igangsættelse af helt nye designprojekter er en større økonomiske beslutning og virksomhederne i stikprøven har relativ lave omsætninger.

Det er alt andet lige meget perspektivrigt, at virksomhederne har erkendt, at designeren kan løse opgaver, som hidtil er blevet løst af andre kompetencer eller interne medarbejdere.

Af de virksomheder, som allerede er fortsat svarer omkring 35%, at designeren efterfølgende deltager i udvikling af nye produkter, produkt/konceptudvikling eller deltager i strategimøder, hvilket er sammenfaldende med de karaktertræk, der definerer en trin 3 virksomhed (design som proces) på Designtrappen. Det svarer til, at 17% af virksomhederne, der er fortsat, placeret sig på trin 3.

Disse tal vurderes at være meget høje for virksomheder, der, indtil for få år siden, ingen erfaring havde med design.

Sammenfatning – Stikprøvebeskrivelse

Designisbryderordningen er primært blevet benyttet af virksomheder fra maskin- og metalindustrien indenfor Fremstilling. Virksomhederne er meget små (33% har 1-4 ansatte) og deres omsætning er nogenlunde proportional med antallet af ansatte.

Ordningen har overvejende tiltrukket personer i virksomheder, der har en længere videregående uddannelse og som oftest er ansat som direktør.

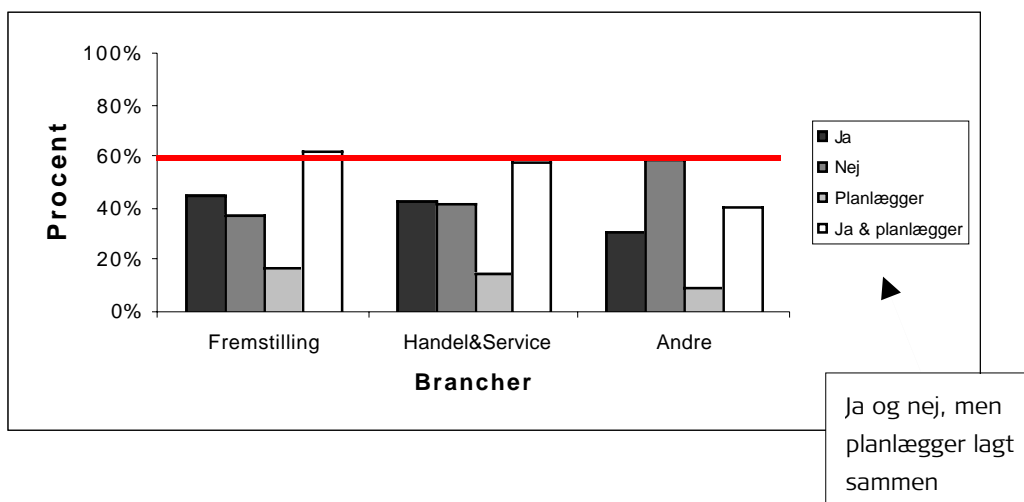
Samlet set har 57% af virksomhederne allerede igangsat nye projekter i samarbejde med designere eller planlægger det. Projekterne, den enten allerede er igangsat eller planlægges igangsat, omfatter primært designmæssig ajourføring og vedligeholdelse af grafisk materiale.

Og hele 35% af de virksomheder, der allerede har igangsat nye projekter samarbejder med designerne omkring udvikling af nye produkter, produkt/konceptudvikling eller har designerne til at deltage i virksomhedernes strategimøder. Det svaret omregnet til 17% af de virksomheder, som er fortsat.

Stikprøven i relation til designadfærd

I det følgende beskrives relationen mellem branche, virksomhedsstørrelse og -omsætning samt kontaktpersonens akademiske niveau og stilling sammenholdt med den reelle designadfærd.

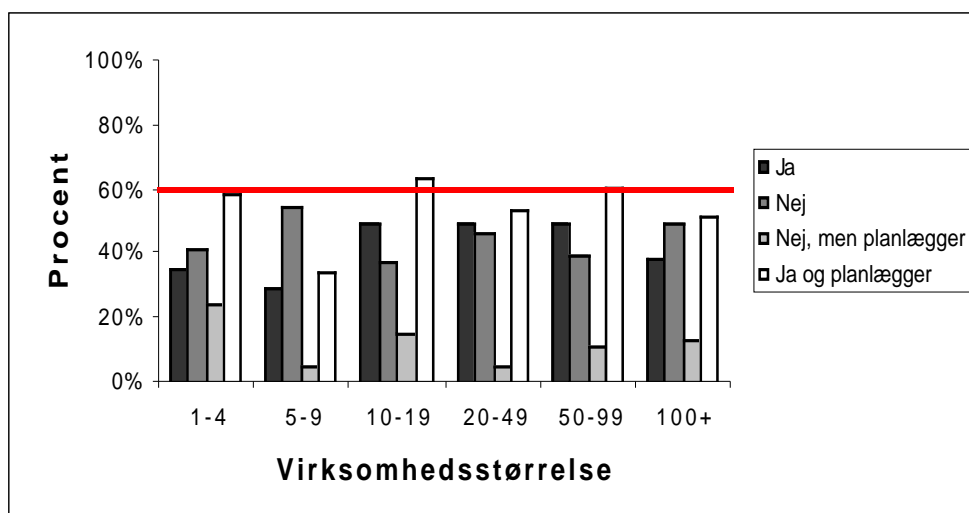
Figur 1 Designadfærd i relation til branche



Det er hovedsageligt virksomheder fra møbelindustrien under Fremstilling og indenfor IT branchen under Handel&Service, der er fortsat med design. Det være sig både i forhold til de, som er fortsat og de, som planlægger at fortsætte. Virksomheder indenfor "Andre brancher" har stor repræsentation i stikprøven, men er ikke fortsat med design med tilsvarende stor repræsentation.

Figur 1 viser, at der næsten er lige mange virksomheder indenfor både Fremstilling og Handel&Service, der er hhv fortsat, planlægger at fortsætte og ikke er fortsat. Da virksomheder indenfor Fremstilling udgør halvdelen af stikprøven kan drages den konklusion, at Designisbryderordningen alt andet lige har haft den største effekt på virksomheder indenfor Handel&Service.

Figur 2 Designadfærd i relation til virksomhedsstørrelse



Der er relativt få virksomheder med 1 – 4 ansatte, der er fortsat med design til trods for, at gruppen er stærkest repræsenteret, ca 33%, i den samlede stikprøve. Dog er der flest blandt denne gruppe, 1-4 ansatte, der planlægger at fortsætte med design, 24%, hvorfor det samlede resultat ('ja' og 'nej, men planlægger det') er positivt.

Det er generelt de større virksomheder (10+), som er fortsat med design, og der kan drages en forsigtig antagelse om, at designanvendelse er stigende med virksomhedsstørrelse. Bemærkelsesværdigt er det, at virksomheder med 100+ ansatte ligger lavere end 10-99 ansatte. Men dette skal ses i lyset af, at stikprøven 100+ ansatte er meget lille og derfor behæftet med stor usikkerhed.

Tabel 8 Designadfærd og det akademiske niveau

	Kort uddannelse		Længere videregående udd	
	Procent	Antal	Procent	Antal
Ja	35%	29	43%	53
Nej	45%	36	43%	52
Planlægger	20%	15	14%	17

Det er typisk virksomheder, hvor kontaktpersonen har en længere videregående uddannelse, som er fortsat med design, hvis man ser bort fra 'nej, men planlægger det'. Sammenholdes 'ja' og 'nej, men planlægger det' har det akademiske niveau ikke signifikant betydning.

Tabel 9 Designadfærd og kontaktpersonens stilling/placering i virksomheden

	Ejer/selvstæ		Direktør		Chef/manag		marketing		Andet	
	%	A*	%	A	%	A	%	A	%	A
Ja	52%	12	37%	49	53%	9	63%	5	33%	8
Nej	35%	8	45%	59	29%	5	25%	2	58%	14
Planlægger	13%	3	18%	23	18%	3	13%	1	8%	2

*Antal

Sammenholdes 'ja' og 'nej, men planlægger det' er der størst designanvendelse der, hvor det enten er chef/manager eller marketingchefen, der er projektansvarlige. Det kan skyldes, at direktøren har mange andre ansvarsområder. Dvs at forankring af designprojekter især sker, når mellemederniveauet er ansvarlig for implementering af design i virksomheden.

Sammenfatning - Designadfærd

Det kan konkluderes, at der er svage sammenhænge mellem hvorvidt virksomhederne er fortsat med design og hhv branche og størrelse. Derimod kan der antages at være sammenfald mellem den designansvarlige's uddannelsesniveau og stilling og hvorvidt virksomheden er fortsat med design, forudsat der fokuseres isoleret på de, som rent faktisk er fortsat.

Stikprøven i relation til designholdninger

Evalueringsens andet formål er at afdække, hvor mange af virksomhederne, der vurderer, at design bidrager til økonomisk vækst og således er en nødvendig konkurrenceparameter.

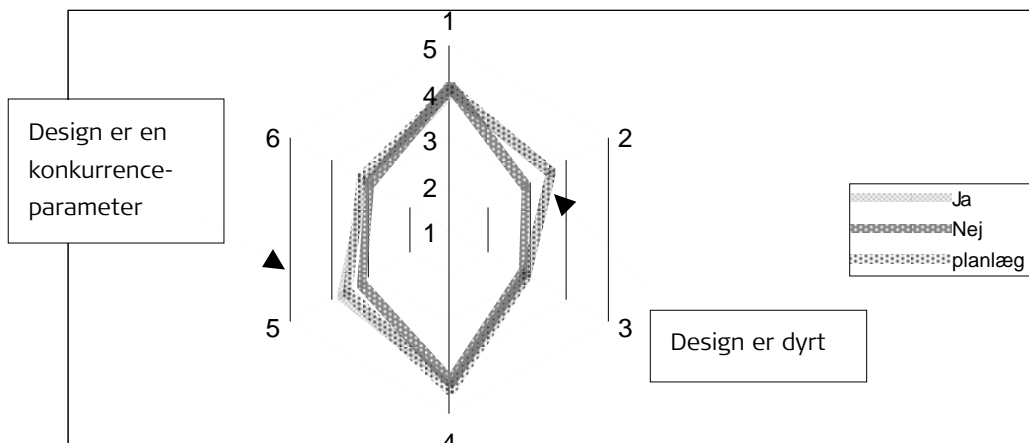
Virksomhederne er blevet bedt om at vurdere følgende udsagn:

1. Design er en investering og ikke en omkostning
2. Design er dyrt
3. Der er ikke oplevet et økonomisk afkast af at investere i design
4. Design er en konkurrenceparameter
5. Kunderne efterspørger gennemdesignede produkter
6. Konkurrenterne lægger stor vægt på design

Af de virksomheder, som er fortsat med at samarbejde med designere eller planlægger det, er 93% af virksomhederne helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 80% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Af de virksomheder, som *ikke* er fortsat med at samarbejde med designere, er 89% helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 86% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Figur 3 Designadfærd i relation til designholdninger



Det er bemærkelsesværdigt, at virksomheder, der er fortsat med design eller planlægger det, er enige i, at design er dyrt, mens virksomheder, der ikke er fortsat, er uenige i, at design er dyrt. Derimod er det mere forståeligt, at virksomheder, som er fortsat eller planlægger at fortsætte, i højere grad er enige i, at 'kunderne efterspørger gennemdesignede produkter' (udsagn 5), end de, som ikke er fortsat.

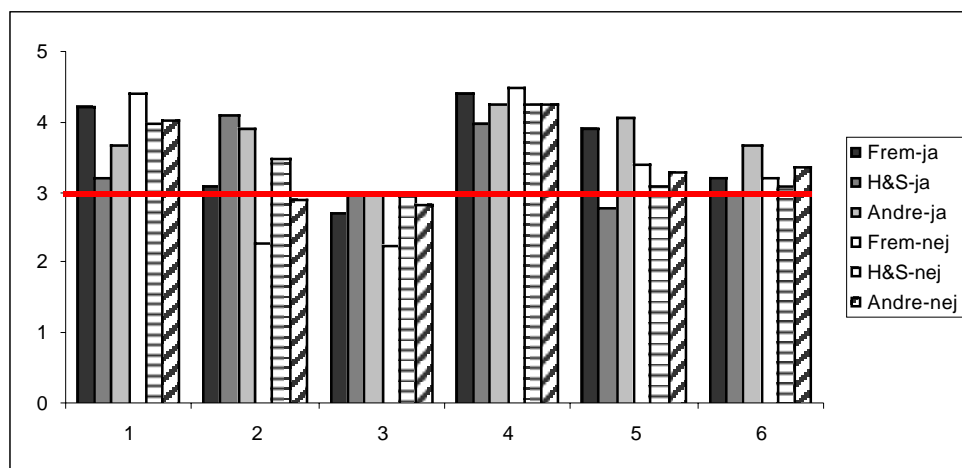
Som det fremgår af figur 3 er virksomhederne uafhængig af deres designadfærd hverken enige eller uenige i, at der ikke er oplevet et økonomiske afkast af at investere i design, udsagn 3.

Tabel 10 Hvordan måles effekten af design i virksomhedens drift

	Ja		Planlægger	
	Procent	Antal	Procent	Antal
Måler ikke / ikke målebare effekter	33%	27	31%	10
Kunders feedback / tilfredshed	22%	18	38%	12
Øget afsætning / omsætning	16%	13	6%	2
Øget efterspørgsel	8%	7	3%	1
Gennemtænkt kvalitetsprodukt	2%	2	13%	4
Øget kundetilgang	4%	3	3%	1
Ansattes feedback / tilfredshed	2%	2	6%	2
Bedre grafisk udtryk / image	4%	3	3%	1
Lette produktionsgange	5%	4	0%	0
Har en fornemmelse af effekten	4%	3	3%	1

Til trods for at 33% af virksomhederne i stikprøven vurderer, at effekten af design ikke kan måles eller i hvert fald ikke gør et forsøg på at måle den, er virksomheden fortsat med at investere i design. Dvs manglende beviser for designs økonomiske effekter hindrer ikke brugen af design.

Figur 4 Branchefordeling og designholdninger



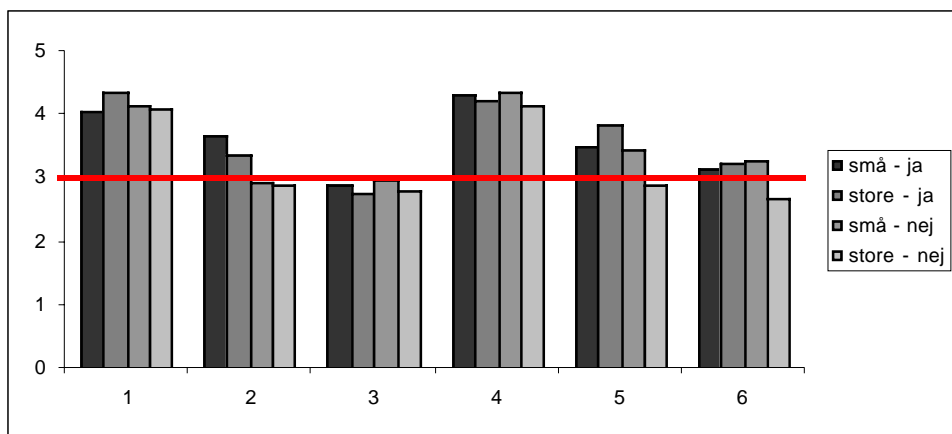
Virksomheder indenfor Handel&Service er mindst enige i, at design er en investering og ikke en omkostning (udsagn 1), til trods for, at der er flest virksomheder indenfor denne base, der relativ set er fortsat med design. Det er bemærkelsesværdigt, at virksomheder indenfor begge baser og som ikke er fortsat er mere enig i udsagn 1 end virksomheder, der er fortsat.

Virksomheder indenfor Fremstilling, som ikke er fortsat, er uenige i, at design er dyrt (udsagn 2). Dvs det ikke er dette forhold, der har afholdt flere af virksomhederne fra at fortsætte med design.

Virksomheder indenfor Fremstilling er mere enige end virksomheder indenfor Handel&Service i, at kunderne efterspørger gennemdesignede produkter (udsagn 5).

Derudover er virksomhederne uafhængigt branchetilhørsforhold relativt enige.

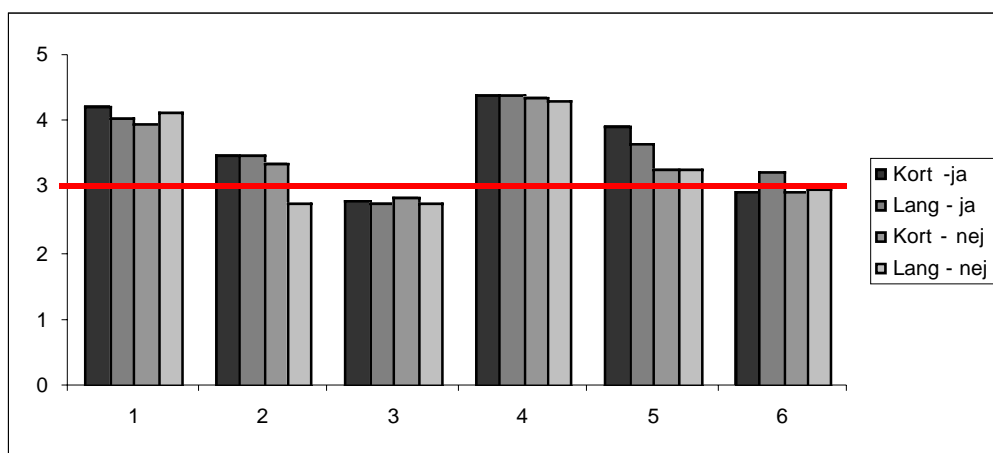
Figur 6 Virksomhedsstørrelse i relation til designholdninger



Generelt har virksomhedsstørrelse ingen betydning for holdningen til design og hvorvidt man er fortsat i relation til virksomhedsstørrelse. Dvs holdningsmønstrene er meget ens.

Dog er der en enkelt afvigelse, som viser, at uanset om små virksomheder er fortsat eller ej, vurderer de ens, at 'kunderne efterspørger gennemdesignede produkter' (udsagn 5) hvorimod større virksomheder, som er fortsat, oplever det mere end større virksomheder, som ikke er fortsat.

Figur 7 Det akademiske niveau i relation til design holdninger



Generelt har det akademiske niveau ikke betydning for holdningen til design og hvorvidt virksomhederne er fortsat med design eller ej. Dvs mønstrene er ens. Dog er der enkelte afvigelser. Alle virksomheder uafhængigt af deres designadfærd er enige i, at design er dyrt (udsagn 2) på nær der, hvor det akademiske niveau er højt og man ikke er fortsat med design.

Sammenfatning - Designholdninger

Alt i alt kan der konkluderes, at holdningerne til design er meget positive, selv om det er vanskeligt at måle på bundlinien. 33% af virksomhederne svarer, at de ikke måler effekten, da den ikke er målbar. Blot 16% af de virksomheder, som allerede er fortsat, vurderer, at design øger afsætning og omsætning.

Der er kun meget svage mønstre omkring holdninger til design og branche, størrelse og akademisk niveau.

Af de virksomheder, som er fortsat med at samarbejde med designere eller planlægger det, er 93% af virksomhederne helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 80% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Af de virksomheder, som *ikke* er fortsat med at samarbejde med designere, er 89% helt enige eller enige i, at design styrker konkurrenceevnen. Og 86% er helt enige eller enige i, at design er en investering.

Stikprøven i relation til ledelsesholdninger

I det følgende beskrives virksomhedernes branche, virksomhedsstørrelse og -omsætning samt kontaktpersonens akademiske niveau i relation til ledelsesadfærd.

Evalueringsens tredje og sidste formål er at afdække, hvor mange virksomheder, der vurderer, at design er en proces eller et væsentligt element i forhold til innovation, herunder virksomhedernes placering på Designtrappen.

Datamaterialet viser, at 65% af de virksomheder, der er fortsat med design vurderer, at design er en proces og ikke et resultat.

Ingen af virksomhederne er placeret på trin 1, da alle virksomheder indenfor denne undersøgelse har en designmæssig erfaring. Dvs alle virksomheder er som minimum en trin 2 virksomhed (design som formgivning).

Udsagn om ledelsesholdninger

1. Definerer nye forretningsområder med designeren
2. Produktudviklingsansvarlige har stor frihedsgrad indenfor målsætningerne
3. Det er klar sammenhæng mellem vision og visuelle identitet
4. Virksomheden har oplevet direkte effekt af at designudvikle
5. Investeringer i design prioriteres på lige fod med andre udviklingsprojekter
6. Vi anser hele tiden innovation* som en nøglefaktor
7. Vi prioriterer den interne kommunikation højt
8. Det er vigtigt, at alle medarbejdere kender virksomhedens vision
9. Vi er meget bevidste om, hvordan vi kommunikerer til omverdenen
10. Kunderne får den samme oplevelse uanset, hvordan de møder virksomheder
11. Produktudvikling varetages af flere forskellige kompetencer
12. Ved produktudvikling fokuseres bl a på produktets merværdi
13. Ledelsen deltager aktivt i udviklingsprocesserne
14. Produktudvikling er baseret på analyser om kundebehov og forventninger
15. Vi holder os jævnligt orienteret om konkurrenterne
16. Viden om konkurrenternes produkter er udgangspunkt for udvikling af nye produkter

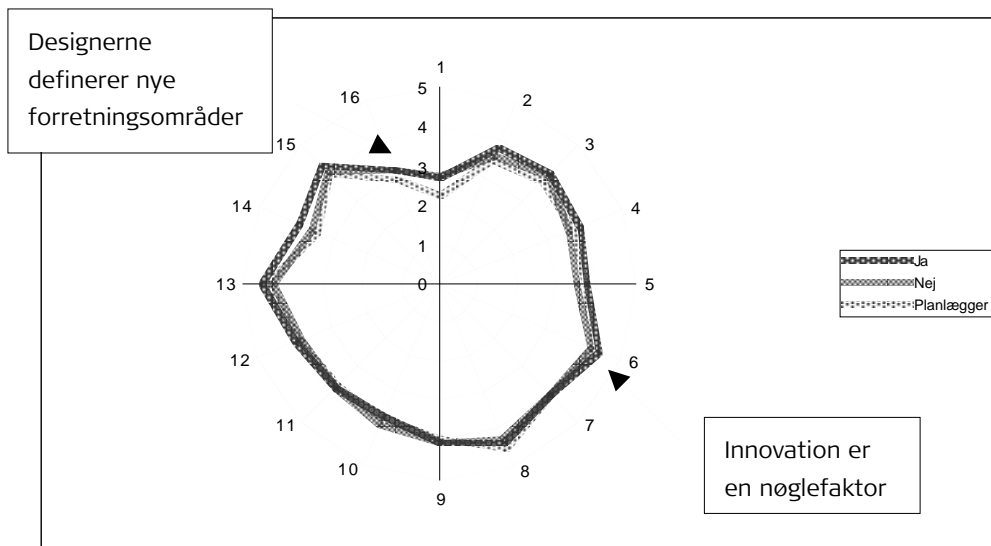
Udsagnene relaterer sig til de karakteristika, som kendetegner virksomheder placeret på Designtrappens trin 3 og 4, jfr side 4.

Jo mere enige virksomhederne er i ovenstående udsagn, jo højere placerer de sig holdningsmæssigt på Designtrappen og jo bedre er udgangspunktet for, at adfærd følger er.

Ad *: Innovation forstået som nyt for enten virksomheden, branchen eller verden - selv om værdien (outputtet) er meget forskelligt.

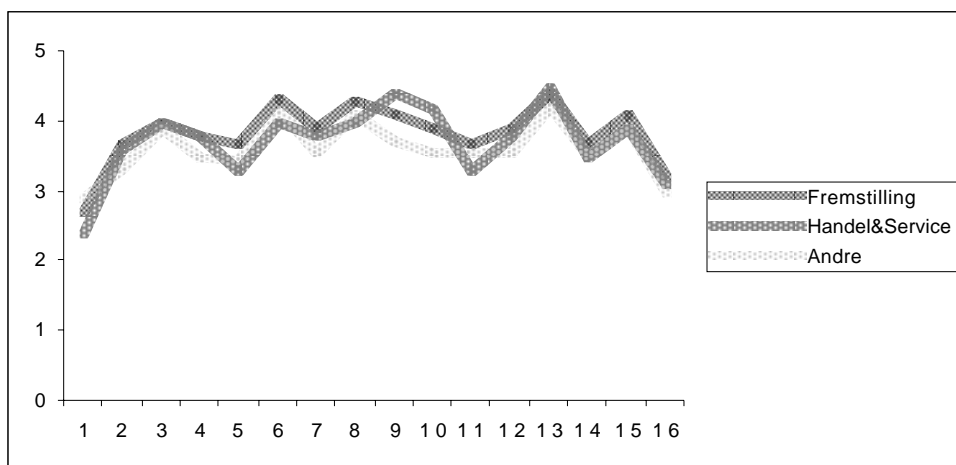
Datamaterialet viser, at 85% af virksomhederne samlet set er meget enige eller enige i, at innovation er en nøgelfaktor for innovation. Virksomheder, som er fortsat er mere enige end virksomheder, der ikke er fortsat.

Figur 8 Designadfærd i relation til ledelsesholdning



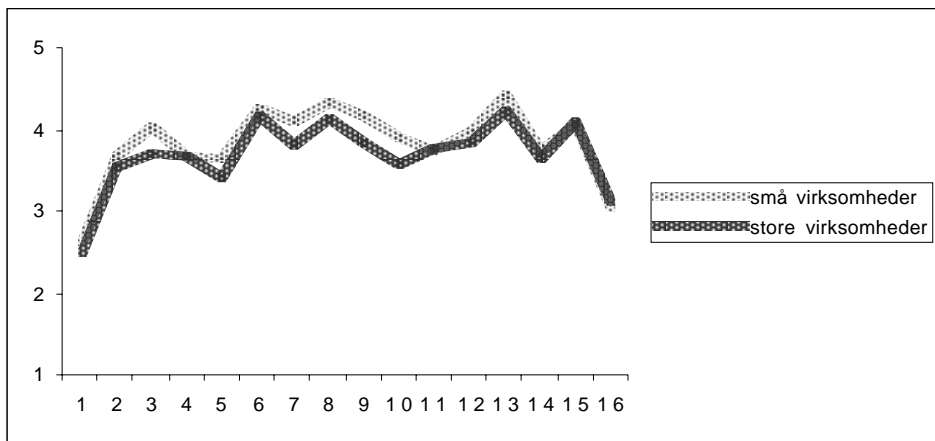
Der er ingen afvigelser i mønstrene. Der er meget stort sammenfald mellem virksomhedernes ledelsesholdninger uanset designadfærd. Virksomhederne er generelt enige eller meget enige i udsagnene. Dog er virksomhederne uafhængigt adfærd uenig i, at der defineres nye forretningsområder med designerne, udsagn 1.

Figur 9 Branchetilhørsforhold i relation til ledelsesholdninger



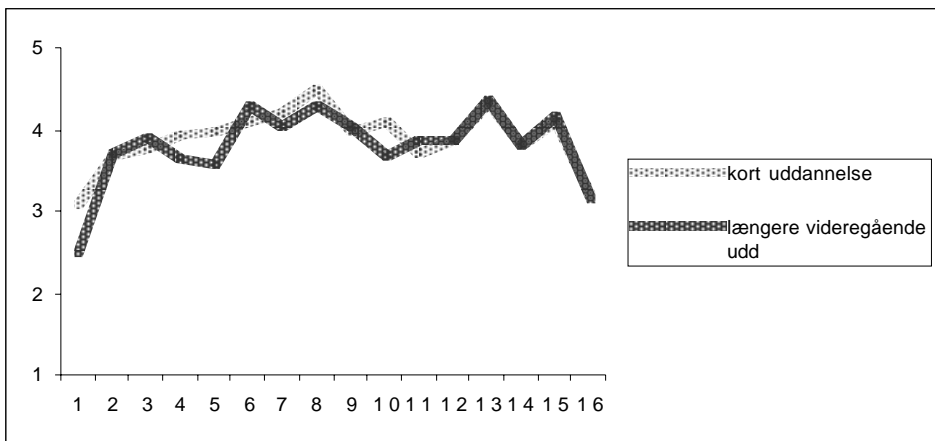
Branchetilhørsforholdet har ingen signifikant betydning for ledelsesholdninger. Dog er der en tendens til, at møbelindustrien indenfor Fremstilling er enig i, at designerne er med til at definere nye forretningsområder (udsagn 1). Ligeledes er der en tendens til, at møbelindustrien, som den eneste, er uenig i, at konkurrenternes produkter er udgangspunkt for udvikling af nye projekter (udsagn 16).

Figur 10 Virksomhedsstørrelser i relation til ledelsesholdninger



Virksomhedsstørrelse har ingen signifikant betydning for ledelsesholdninger. Dog er de små virksomheder mere enige i udsagnene end de store virksomheder, men det kan skyldes statistiske usikkerhed.

Figur 11 Akademisk niveau i relation til ledelsesholdninger



Virksomhedernes akademiske niveau har igen signifikant betydning for ledelsesholdninger. Dog er virksomheder med kort uddannelse mere enige i udsagnene end virksomheder med længere videregående uddannelse, men forskellene er så små, at der med den statistiske usikkerhed, som tidligere er beskrevet, ikke er belæg for, at tale om forskel.

Sammenfatning - Ledelsesholdninger

Omkring 65% af virksomhederne, som er fortsat eller planlægger at fortsætte vurderer, at design er en proces. Og samlet set er 85% meget enige eller enige i, at innovation er en nøgelfaktor for innovation. Virksomheder, der er fortsat er mere enige end virksomheder, der ikke er fortsat.

Alt i alt kan det konkluderes, at virksomheder, der har modtaget tilskud fra Designisbryderordningen, har ledelsesholdninger, der placerer dem på Designtrappens trin 3 og 4. Det skal fremhæves, at holdninger ikke er ensbetydende med adfærd. Således kan det også konkluderes, at virksomhederne har en holdning til, at design både er en proces og kan være et element i forhold til innovation.

Under alle omstændigheder er virksomhederne enten meget enige eller enige i, at innovation er en nøgelfaktor. Virksomhederne har altså en holdning til design, som øger sandsynligheden for, at adfærden følger efter.