



VEJLEDNING TIL INDBERETNING

ERHVERVSLIVETS FORSKNINGS- OG INNOVATIONSSTATISTIK 2006

INDHOLDSFORTEGNELSE

GENERELLE OPLYSNINGER	2
BAGGRUND OG FORMÅL	2
SVARFRIST	2
INDBERETNING FOR SPECIFIKKE SELSKABSSTRUKTURER	3
INDBERETNING FOR KONCERNER	3
INDBERETNING FOR MULTINATIONALE SELSKABER	3
REGISTRERING AF KONSULENTER.....	3
 GENERELT OM VIRKSOMHEDEN	 4
 FORSKNING OG UDVIKLING	 5
A. FORSKNING OG UDVIKLING I VIRKSOMHEDEN I 2006	6
B. FORSKNINGS- OG UDVIKLINGSPERSONALE.....	6
C. UDGIFTER TIL EGEN FORSKNING OG UDVIKLING I DANMARK I 2006	7
D. UDGIFTER TIL FORSKNINGS- OG UDVIKLINGSARBEJDE UDFØRT AF ANDRE I 2006.....	7
 INNOVATION	 8
E. PRODUKTINNOVATION (INNOVATION AF VARER OG TJENESTEYDELSER)	9
F. PROCESINNOVATION	11
G. INNOVATIONSAKTIVITETER OG -UDGIFTER	12
H. INSPIRATIONSKILDER OG SAMARBEJDE OM INNOVATION	13
I. ORGANISATORISK INNOVATIONER I PERIODEN 2004-2006	13
J. MARKEDSFØRINGSINNOVATIONER I PERIODEN 2004-2006	15

GENERELLE OPLYSNINGER

BAGGRUND OG FORMÅL

Dansk Center for Forskningsanalyse (CFA) udarbejder de officielle danske statistikker over forskning og innovation på vegne af Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling i henhold til gældende lovgivning. Formålet med disse statistikker er:

- at give en samlet opgørelse over dansk erhvervslivs udgifter og arbejdsindsats til forskning og innovation samt beskrive vilkårene for innovation.
- at resultaterne fra statistikken kan anvendes til diskussion og udformning af dansk og international forsknings- og erhvervs politik.

Dansk Industri, Dansk Handel og Service, Håndværksrådet, Lægemiddelindustriforeningen, Elektronikindustrien, Ingeniørforeningen og GTS anbefaler sine medlemsvirksomheder at indberette til statistikken.

Forskning og innovation anses for at være en vigtig forudsætning for, at erhvervslivets konkurrenceevne stadig forbedres. Forsknings- og innovationsstatistikkerne bruges i denne sammenhæng både af en lang række erhvervsorganisationer samt af offentlige myndigheder til at følge udviklingen. Efterspørgslen på statistikkerne er stor og behovet er vokset kraftigt de seneste år med det politiske fokus på at støtte videnssamfundet (Barcelona-erklæringen). Statistikkerne indgår som baggrundsmateriale i regeringens udspil om videnstrategi og strategi for samspil mellem erhvervsliv og videninstitutioner. Internationalt indgår tallene i sammenligninger af landenes "præstationer" på området, og de følges op af konkrete anbefalinger til de enkelte landes regeringer. Forskere, nationalt som internationalt, anvender statistikkerne til analyser af effekten af forskning og innovation på virksomhedernes produktivitet og overlevelse samt samfundet som helhed (vækst).

Statistikkerne over erhvervslivets forskning og innovation er blevet udarbejdet siden 1967. Forskningsstatistikkerne tilbage til 1997 kan rekvireres hos Dansk Center for Forskningsanalyses hjemmeside: www.forskningsanalyse.dk.

Indsamlingen af oplysninger om erhvervslivets forskning og innovation gennemføres i Danmark efter retningslinier udarbejdet af OECD og i henhold til den fælleseuropæiske lovgivning (EU-forordning 753/2004 og 1450/2004). Dermed er den internationale sammenlignelighed sikret bedst muligt.

Indberetningskemaet sendes ud til ca. 3900 virksomheder. Virksomhederne er primært udvalgt fra virksomhedsregistret BusinessView på baggrund af oplysninger om størrelse og branche, samt på baggrund af tidligere oplysninger om forskning og innovation.

Alle oplysninger behandles fortroligt og offentliggøres kun i opsummerede tabeller eller figurer.

SVARFRIST

Se indberetningskemaet side 2.

Alle virksomheder opfordres til at bidrage til statistikkens kvalitet og pålidelighed ved at returnere indberetningskemaet. **Det er vigtigt med svar, også fra de virksomheder, der ikke udfører forskning eller ikke har innovationsaktiviteter.**

INDBERETNING FOR SPECIFIKKE SELSKABSSTRUKTURER

INDBERETNING FOR KONCERNER

Som hovedregel skal indberetningen dække over de forsknings- og innovationsaktiviteter, der udføres i den juridiske enhed anført på skemaets forside.

Hvis det ikke er muligt at dele en koncerns forsknings- og innovationsaktiviteter ud på de enkelte juridiske enheder i koncernen, kan koncernen indberette hele den danske del af koncernens forsknings- og innovationsaktiviteter i ét indberetningsskema. Hvis indberetningen dækker andre juridiske enheder i koncernen, bedes De angive dette under spørgsmål 1.3 på side 3 i skemaet og samme sted angive hvilke juridiske enheder, der er omfattet af indberetningen. Virksomheder, der tidligere har indberettet på koncernniveau, henvises til medsendte liste, hvoraf det fremgår, hvilke juridiske enheder der var omfattet af indberetningen i 2005.

Hvis koncernens forsknings- og innovationsaktiviteter foregår uden for moderselskabet i en juridisk enhed med færre end 250 ansatte, bedes De ligeledes informere CFA om dette. Virksomheder med under 250 ansatte bliver udtrykt i en stikprøve, og hvis netop denne virksomhed ikke er med i undersøgelsen, bliver koncernens forskning og innovation ikke registreret.

INDBERETNING FOR MULTINATIONALE SELSKABER

Forsknings- og innovationsaktiviteter i multinationale koncerner organiseres, ledes og finansieres ofte på koncernniveau. I så tilfælde er det vigtigt at afgrænse forskning og innovation mellem Danmark og udlandet:

Eksempel A: Et dansk moderselskab har en filial i Sverige. Her udfører svenske medarbejdere en del af virksomhedens forsknings- og innovationsarbejde og resultaterne anvendes senere i moderselskabet i Danmark. Det svenske personale, der er beskæftiget med disse projekter, skal registreres i den svenske forskningsstatistik. Det samme gælder udgifter til løn, investeringer mv., der anvendes på projekterne. Det danske moderselskab skal registrere forsknings- og udviklingsudgifterne som udført FoU i "i andre dele af koncernen eller udenlandske afdelinger" under kolonnen "Udgifter til FoU udført i udlandet" i spørgsmål D1 på side 5 i skemaet. Eventuelle innovationsudgifter (udover FoU-udgifterne) anføres i spørgsmål G.3.4 "Køb af anden ekstern viden" på side 8 i skemaet.

Eksempel B: Det samme moderselskab sender danske medarbejdere til Sverige for at deltage i et forskningsprojekt i den svenske *filial*. Disse medarbejdere skal registreres i den danske forskningsstatistik og det samme gælder udgifter til løn, investeringer mv. Registreringen af personale sker i del B side 4 og udgifterne til løn mv. registreres i del C side 5 i skemaet.

Eksemplerne er vejledende. Hvis De er i tvivl om, hvordan udgifterne til bestemte FoU-projekter skal registreres, er De velkommen til at kontakte Dansk Center for Forskningsanalyse, se følgebrevet.

REGISTRERING AF KONSULENTER

Eksempel

En konsulentvirksomhed varetager en opgave for en virksomhed i forbindelse med et forsknings- eller innovationsprojekt.

- **Konsulentvirksomheden** skal registrere konsulenterne som eget FoU-personale og FoU-årsværk (del B side 4), hvis der er tale om FoU-aktiviteter. Udgifterne føres som FoU- og innovationsudgifter.
- **Virksomheden** skal registrere deres udgifter til konsulentens arbejde under "Udgifter til forsknings- og udviklingsarbejde udført af andre i 2006" (del D, side 5) eller G.3.4 "Køb af anden ekstern viden" for den del af innovationsaktiviteterne der ikke er forsknings- og udviklingsaktiviteter

Formålet med dette er at undgå, at FoU-personalet og tælles med begge steder samt sikre, at alle personer beskæftiget med FoU bliver registreret i statistikken.

GENERELT OM VIRKSOMHEDEN

Denne del af spørgeskemaet udfyldes af alle virksomheder.

Der spørges om nogle basale oplysninger om virksomheden, såsom navn, adresse, omsætning og antal ansatte. Såfremt de oplysninger, der er fortrykt i venstre kolonne i boksen øverst på side 3 mangler eller ikke er korrekte, bedes De venligst anføre de korrigerede oplysninger i højre kolonne.

Bemærk særligt spørgsmålet om, hvorvidt virksomheden er en del af en koncern, dvs. at der er moder- eller datterselskaber tilknyttet virksomheden.

Spg. 1 Hvis virksomheden er del af en koncern?

Hvis virksomheden er del af en koncern bliver virksomheden bedt om at svare på i hvilket land hovedkontoret er beliggende, om der indgår udenlandske datterselskaber i koncernen, samt om der indberettes for flere virksomheder under ét (koncernindberetning).

Se vejledning side 2 i spørgeskemaet omkring koncernindberetning. Indberettes der på koncernniveau, er det afgørende, at alle de virksomheder (selvstændige juridiske enheder), som indberetningen omfatter, anføres med både cvr-nummer og navn. Bemærk, at en juridisk enhed er kendetegnet ved et selvstændigt cvr-nummer.

Bemærk endvidere, at uanset om der er tale om indberetning på koncernniveau, skal indberetningen kun besvares for *den danske del af virksomheden*.

Spg. 2 Virksomhedens samlede omsætning i 2004 og 2006

Virksomhedens samlede omsætning (inkl. Afgifter, undtagen moms) for 2004 og 2006 anføres i 1.000 kr. Hvis der er indberettet for flere juridiske enheder anføres omsætningen for alle disse enheder under ét

Spg. 3 Antal ansatte i virksomheden i 2004 og 2006

Årsgennemsnit. Hvis dette er ukendt, angives antallet af ansatte pr. 31.12 de pågældende år. Hvis der er indberettet for flere juridiske enheder anføres antal ansatte for alle disse enheder under ét.

Spg. 4 På hvilke markeder og til hvilke grupper solgte virksomheden varer eller tjenesteydelser i perioden 2004-2006

De lande, der indgår i svarmuligheden i spørgsmål 4.1: "*Andre EU-lande, EFTA-lande eller EU-kandidatlande*" omfatter:

Belgien, Bulgarien, Cypern, Storbritannien, Estland, Finland, Frankrig, Grækenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Letland, Liechtenstein, Litauen, Luxembourg, Malta, Nederlandene, Norge, Polen, Portugal, Rumænien, Schweiz, Slovakiet, Slovenien, Spanien, Sverige, Tjekkiet, Tyrkiet, Tyskland, Ungarn og Østrig.

I spørgsmål 4.2 bliver virksomheden bedt om at anføre den vigtigste kundegruppe i perioden 2004-2006.

Definition af forskning og udvikling (FoU)

Definitionen er udarbejdet af OECD¹ og er angivet på side 4 i spørgeskemaet. Som en yderligere vejledning følger her nogle eksempler på forskning og udvikling:

Forskning og udvikling kan have til formål

- At udvikle et produkt eller en tjenesteydelse, hvis forventede anvendelse, egenskaber, design, service eller brug af materialer er væsentligt forskelligt fra tidligere produkter/tjenesteydelser.
- At indføre nye eller væsentligt forbedrede produktionsmetoder.
- At opbygge den almene viden.

Aktiviteter som i sig selv ikke medregnes som FoU

- Rutinemæssig indsamling af data.
- Vurdering af industri- og ingeniørprojekter ved hjælp af kendt teknik.
- Teknisk service til andre afdelinger eller kunder.
- Produktionsplanlægning og arbejdsstudier.
- Salgs- og markedsanalyser.
- Patent- og licensarbejde.
- Personaleuddannelse.

Grænseområder – er det FoU?

Dokumentations- og informationsarbejde samt bibliotekstjeneste, der er direkte intern service for FoU-projekter regnes som FoU.

Fremstilling af prototyper regnes som FoU. Det første eksemplar i en serieproduktion med salg for øje medregnes derimod ikke som FoU.

Drift af pilotanlæg regnes som forskning og udvikling så længe det indgår som afprøvning i projekter, som har til hensigt at udvikle nye produkter eller tjenesteydelser.

Udvikling af nye systemer til afprøvning, kvalitetskontrol og standardisering medregnes som FoU. Den løbende afprøvning, kvalitetskontrol og standardisering i sig selv medregnes derimod ikke.

Teknologiske fremskridt. Arbejde med det primære formål at lave yderligere teknologiske fremskridt i produktionsprocessen eller selve produktet regnes som FoU.

Hvis derimod produktet eller produktionsprocessen er grundlagt og det primære formål med arbejdet er at udvikle nye markeder, at planlægge produktionen eller at få produktionen eller kontrolsystemet til at fungere problemfrit, er arbejdet ikke længere FoU.

Software. Udvikling af nye softwareprodukter, der rummer væsentlige teknologiske eller videnskabelige fremskridt, som ikke tidligere er set på markedet, medregnes som FoU.

Opgradering af udstyr og processer. Væsentlige ændringer i produktionsudstyr samt væsentlige ændringer i procedurer til produktions- og kvalitetskontrol, metoder og standarder medregnes som FoU, såfremt disse er fremkommet på baggrund af systematisk arbejde baseret på ny viden.

¹ Frascati Manualen, 2002.

A. FORSKNING OG UDVIKLING I VIRKSOMHEDEN I 2006

Der spørges om virksomheden udførte **egen** forskning og udvikling og om virksomheden har **fået udført** forskning og udvikling af andre i 2006.

Såfremt der ikke har været **egen** forskning og udvikling og virksomheden ikke har **fået udført** forsknings- og udviklingsarbejde af andre i 2006, bliver De ledt videre til afsnittet "Innovation" på side 6 i spørgeskemaet.

B. FORSKNINGS- OG UDVIKLINGSPERSONALE

- Hvor oplysninger ikke findes, beder vi Dem angive et skøn.
- Alle personer beskæftiget med forskning og udvikling i mere end 5% af tiden og som er ansat i Deres virksomhed i Danmark skal registreres. Dette gælder uanset hvem FoU-arbejdet udføres for.
- Vedr. registrering af konsulenter der er beskæftiget med FoU, se side 3. i denne vejledning.
- Vedr. FoU i multinationale selskaber se side 3 i denne vejledning.

Eksempel på FoU-personale og FoU-årsværk

En virksomhed har haft 5 ansatte beskæftiget med forskning og udvikling i 2006. De ansattes tidsforbrug på FoU er registreret i nedenstående skema og virksomhedens FoU-årsværk og FoU-personale er beregnet.

Ansattes navn	Tidsforbrug på FoU	Periode beskæftiget med FoU	Beskæftiget med FoU pr. 31.12.06	FoU-årsværk (max. 1 decimal)
			Antal personer	Årsværk
Ole Jensen	Halvtid	Hele året	1	0,5
Lis Madsen	heltid	3. og 4. kvartal	1	0,5
Ove Svendsen	heltid	Hele året	1	1,0
Tove Hansen	heltid	1. kvartal	0	0,3
Karen Olesen	1/3-tid	Hele året	1	0,3
I alt beskæftiget med FoU			4	2,6

Eksempler på hvilke personer, der er beskæftiget med forskning og udvikling

Personalegrupper	Herunder hører <u>typisk</u>
1. Forskere	Ingeniører, andre akademikere, men også ikke-akademikere, der <u>udfører</u> FoU-arbejde.
2. Teknikere	Maskin- og elektroteknikere, Maskinmestre, Laboranter, Tekniske assistenter, men også akademikere, der <u>støtter</u> FoU-arbejde.
3. Andet FoU-personale	Sekretærer, Faglærte/ufaglærte håndværkere, Andet administrativt personale beskæftiget med økonomiske og personalemæssige forhold og generel administration, i det omfang deres aktiviteter er direkte tilknyttet til FoU-projekter.

C. UDGIFTER TIL EGEN FORSKNING OG UDVIKLING I DANMARK I 2006

Dette afsnit omhandler udelukkende de udgifter, som Deres virksomhed har haft i forbindelse med forsknings- og udviklingsaktiviteter i Danmark.

- Angiv udgifter i 1.000 kr. således skal en halv mio. kr. angives som 500.
- Angiv udgifter eksklusive moms.
- Hvor oplysninger ikke findes, beder vi Dem angive et skøn.
- Vedr. registrering af FoU i multinationale selskaber se side 3.

C1 Løn og sociale udgifter

Lønudgifter til den del af Deres virksomheds personale, som udfører FoU-arbejde for andre virksomheder, skal også medregnes. Beløbet angives inkl. ATP og feriepenge.

C2 Andre driftsudgifter

Driftsudgifter, som ikke er en del af lønudgifterne:

- Udgifter til husleje, lys, varme, rejser og kontorhold.
- Mindre apparatur. Bemærk, at apparatur med en købspris på mere end 50.000 kr. og med en flerårig levetid angives under C.4: "Apparatur og instrumenter" på side 5 i spørgeskemaet.
- Specifik service til FoU udført af f.eks. en central edb-afdeling eller et bibliotek.
- Service fra centrale regnskabs- og personaleafdelinger.
- Sikkerhed, rengøring, vedligeholdelse, kantine etc.

Medtag ikke afskrivninger på bygninger, maskiner og apparatur samt afdrag på lån.

C3 Bygninger

Her anføres kun de faktiske udbetalinger i 2006 til anskaffelse af bygninger eller større ombygninger konteret som investeringer - ikke forbruget i form af afskrivninger.

C4 Apparatur og instrumenter

Her anføres kun de faktiske udbetalinger i 2006 til anskaffelse af apparatur og instrumenter konteret som investeringer - ikke forbruget i form af afskrivninger. Købsprisen skal være mere end 50.000 kr. og der skal endvidere være en flerårig levetid.

C6 Gennemsnitlig årsløn

Lønudgifterne angivet i C1 divideres med antal årsværk fra B4 på side 4 i spørgeskemaet. Vurdér venligst om beløbet synes rimelig; hvis ikke, så tjek venligst svarene i del B4 og del C1.

D. UDGIFTER TIL FORSKNINGS- OG UDVIKLINGSARBEJDE UDFØRT AF ANDRE I 2006

Her bedes De angive de totale udgifter til forsknings- og udviklingsarbejde der er udført af andre fordelt på de virksomheder/institutioner, som FoU-arbejdet er købt af.

- Hvor oplysninger ikke findes, beder vi Dem angive Deres bedste skøn.
- Beløbene angives i 1.000 kr. og eksklusive moms.

FoU-arbejde, der er udført i dele af koncernen beliggende uden for Danmark skal registreres under punkt D1 "andre dele af koncernen eller udenlandske afdelinger" under "udgifter til FoU udført i udlandet". Se desuden afsnittet om multinationale selskaber på side 3 i denne vejledning.

Forsknings- og udviklingsarbejde som er udført af de såkaldte Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter (GTS) henregnes under "Andre virksomheder" (D2). De Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter er:

- | | |
|-------------------------------------|--|
| • Teknologisk Institut | • DELTA Dansk Elektronik, Lys & Akustik |
| • FORCE Technology | • Dansk Standard (DS) |
| • DTC Dansk Toksikologi Center | • Dansk Brand- og sikringsteknisk institut |
| • DHI – Institut for Vand og Miljø | • Bioneer |
| • DFM – Dansk Fundamental metrologi | |

Se evt. www.teknologiportalen.dk for yderligere oplysninger om GTS.

Generelt om innovation

En innovation er implementeringen af et nyt eller væsentligt forbedret produkt (vare eller tjenesteydelse), proces, markedsføringsmetode eller en væsentlig organisatorisk ændring. Innovationer er resultatet af bevidste planer og aktiviteter rettet mod en forbedring af virksomhedens produkter og/eller virksomhedens funktioner. Innovationer kan tage udgangspunkt i ny viden og teknologi, men kan også være kombination af, eller nye anvendelsesmuligheder for, eksisterende viden og teknologier.

Innovationer kan således opdeles i fire typer som alle indgår i indberetningsskemaet; produktinnovation, procesinnovation, markedsføringsinnovation og organisatorisk innovation. Spørgsmål der belyser de to sidstnævnte innovationstyper er dog afgrænset til del I og J sidst i skemaet. Hver af de fire innovationstyper er beskrevet mere uddybende i de respektive afsnit senere i denne vejledning.

For at være med til at afgrænse innovationsbegrebet kan det være hensigtsmæssigt at se på hvad innovation ikke er:

Hvad er ikke innovationer?

- a) Det er ikke en innovation at ophøre med at gøre noget. F.eks. er det ikke en innovation, hvis en tv-producent ophører med at sælge fjernsyn med indbygget video-afspiller.
- b) Mindre opdateringer eller mindre udvidelser af eksisterende udstyr eller software er ikke procesinnovationer. Nyt udstyr eller udvidelser af det eksisterende skal være nye for virksomheden og indebære en væsentlig forbedring af udstyrets tekniske specifikationer før der er tale om en innovation.
- c) Specialproduktioner. Nogle virksomheder laver produkter direkte efter kundens ønske. Dette er kun at betragte som en innovation, hvis der er tale om ændringer som i væsentlig grad adskiller sig fra hvad virksomheden tidligere har produceret.
- d) Sæsonmæssige ændringer er sædvanligvis ikke innovationer. F.eks. er introduktionen af en vinterjakke i kollektionen ikke en innovation med mindre jakken besidder nogle væsentlig forbedrede egenskaber. Derimod er væsentlige ændringer i et produkts fremtoning en markedsføringsinnovation, såfremt dette sker i forbindelse med en ny markedsføringsstrategi.
- e) Videresalg af nye eller væsentlig forbedrede varer er i udgangspunktet ikke innovation. For at der skal være tale om produktinnovation, skal den virksomhed, som videresælger produktet, have været involveret i produktionen eller implementeringen af det nye produkt.

Skelnen mellem de fire typer innovation – tommelfingerregler

Det kan i mange tilfælde være svært at skelne klart mellem de fire innovationstyper, idet innovationer ofte har elementer af flere typer innovation. En generel tommelfingerregel er følgende:

- En innovation, der omfatter væsentlige ændringer i mere end én innovationstype, betragtes som en innovation for alle relevante typer. For eksempel er en produktinnovation, der omfatter væsentlige ændringer i produktionsmetoderne, også en procesinnovation, ligesom en procesinnovation, der omfatter væsentlige ændringer i arbejdspladsens organisering, også er en organisatorisk innovation.
- Mange innovationer omfatter væsentlige ændringer i én af de fire innovationstyper, men mindre ændringer inden for de andre områder. Sådanne innovationer skal kun medregnes ved den ene type.

Skelnen mellem produktinnovation og procesinnovation for serviceydelser:

Det kan i nogle tilfælde være svært at skelne mellem produkt- og procesinnovation når der er tale om tjenesteydelser, da produktion, levering og forbrug ofte sker på samme tidspunkt. Nogle generelle retningslinjer er:

- Hvis innovationen omfatter væsentlige forbedringer af den tjenesteydelse, der tilbydes en kunde, da er der tale om en produktinnovation.
- Hvis innovationen omfatter væsentlige forbedringer i metoder, udstyr og/eller kundskaber, som anvendes for at tilvejebringe serviceydelsen, da er der tale om en procesinnovation.

Skellen mellem organisatorisk innovation og procesinnovation:

En procesinnovation er ofte håndgribelig (fysisk), mens organisatoriske innovationer ofte er mere uhåndgribelige i fysik forstand, idet organisatoriske innovationer generelt fokuserer på menneskerne, arbejdsrutinerne og arbejdspladsens organisering, mens procesinnovationer generelt fokuserer på udstyr, materialer og software.

Skellen mellem produktinnovation og markedsføringsinnovation:

Hvis der er tale om tekniske ændringer i produktets funktionelle design eller andre ændringer, som forbedrer produktets funktionelle egenskaber eller anvendelsesmuligheder, er der tale om en produktinnovation.

Hvis der er tale om rent æstetiske ændringer i produktets fremtoning, vil der være tale om en markedsføringsinnovation.

Skellen mellem procesinnovation og markedsføringsinnovation:

Hvis væsentlige ændringer foretages i den måde, hvorpå en vare eller en tjenesteydelse markedsføres eller sælges, da er der tale om en markedsføringsinnovation.

Såfremt der sker væsentlige ændringer i virksomhedens distributionsmetoder, da vil der være tale om en procesinnovation.

En innovation, der indebærer væsentlige ændringer i både distributions- og markedsføringsmetoder, skal medregnes som både procesinnovation og markedsføringsinnovation.

E. PRODUKTINNOVATION (INNOVATION AF VARER OG TJENESTEYDELSER)

Se definition på side 6 i spørgeskemaet.

Hvad er produktinnovation?

Produktinnovationer kan være baseret på ny viden eller ny teknologi eller på kombinationer af eksisterende viden og teknologi. Begrebet "produkt" indbefatter både varer og tjenesteydelser. Produktinnovation omfatter introduktionen af nye varer og tjenesteydelser såvel som væsentlige forbedringer af eksisterende produkters funktionelle egenskaber.

Nye produkter er varer og tjenesteydelser, hvis karakteristika adskiller sig væsentlig fra produkter, som tidligere er produceret af virksomheden. Den første mikroprocessor er et eksempel på et produkt, der baserer sig på ny viden og ny teknologi, hvorimod den første bærbare MP3-afspiller var et nyt produkt, der baserede sig på en kombination af eksisterende teknologier (eksisterende software standarder og mini-harddiske).

Væsentlige forbedringer af eksisterende varer og tjenesteydelser kan ske gennem ændringer i materialer, komponenter eller i andre karakteristika, der forbedrer produktets egenskaber. Introduktionen af ABS-bremser, GPS-navigeringssystemer eller andre forbedringer af subsystemer i biler er eksempler på produktinnovationer med partielle ændringer i ét af flere integrerede tekniske subsystemer. Anvendelsen af åndbare materialer i tøjfremstilling er et eksempel på en produktinnovation, der involverer brugen af nye materialer, som forbedrer egenskaberne ved et produkt.

Produktinnovationer er IKKE

- Mindre ændringer eller mindre forbedringer.
- Rutinemæssige opgraderinger.

- Sæsonbetingede ændringer (f.eks. fra sommer til vinterkollektion).
- Specialprodukter til en enkelt kunde, som ikke adskiller sig væsentligt fra produkter, produceret til andre kunder.
- Designmæssige ændringer, der ikke ændrer på funktionaliteten eller de tekniske karakteristika ved varen eller tjenesteydelsen.
- Simpelt videresalg af innoverede produkter købt af andre virksomheder, men varer og tjenesteydelser, der er udviklet og produceret af virksomhedens udenlandske afdelinger skal medregnes som en produktinnovation.

Eksempler på produktinnovationer

Innovative varer:

- Introduktion af helt nye varer.
- Erstatning af input med materialer med forbedrede egenskaber (åndbar tekstil, lette men stærke materialer, miljøvenlig plastik mv.).
- Indarbejdelse af nye eller forbedrede komponenter i nuværende produkter (GPS i transportudstyr, kameraer i mobiltelefoner mv.).
- Husholdningsapparater, hvori der indlejres software, som forøger brugervenligheden (brødristerer der automatisk doserer ristetid og effekt, afhængig af brødets temperatur mv.).

Innovative serviceydelser:

- Forbedring af kundens adgang til tjenesteydelsen, f.eks. leje af bil med levering og afhentning på kundens adresse.
- Tjenesteydelser på Internettet, f.eks. homebanking og online bestilling af billetter.
- Nye typer garantier, f.eks. udvidet garanti på nye eller brugte produkter, garantiordninger tilknyttet andre serviceydelser (kreditkort, bankkonti eller kundekort) til særlig gode kunder.
- Installering af terrassevarmere i udendørs restauranter.
- Tillægsydelser der sælges i forbindelse med et fysisk produkt, f.eks. overvågning af en maskine (f.eks. en vindmølle).

Spørgsmålene om produktinnovation

E1 Nye eller væsentligt forbedrede produkter

Her angives, om virksomheden har introduceret produktinnovationer i perioden 2004-2006, opdelt i introduktioner vedrørende varer og introduktioner vedrørende tjenesteydelser. Samme virksomhed kan naturligvis godt have introduceret begge dele.

E2-E4 besvares skal kun af virksomheder med produktinnovation i 2004-2006.

E2 Hvem udviklede produktinnovationerne

Bemærk, at der kun må afsættes ét kryds. Virksomheder, der har introduceret flere produktinnovationer i 2004-2006, må derfor skønne, hvilken af de tre svarmuligheder der er mest typisk for måden, hvorpå virksomhedens produktinnovationer er blevet udviklet på.

E3 Graden af nyhed i produktinnovationerne

Virksomheden skønner, om nogle af produktinnovationerne var nye for verden, markedet og om nogle kun var nye for virksomheden. Der skal være afkrydset "JA" i mindst en af de tre nyheds-typer, da virksomheden jo kun skal besvare E3, hvis produktinnovationer er blevet implementeret.

E4 Skøn over fordelingen af omsætningen i 2006

Bemærk, at summen af E4.1, E4.2 og E4.3 skal være lig 100%.

E5 Effekter af produktinnovationer i perioden 2004-06

Spørgsmålet besvares af virksomheder med produktinnovation. Der skal foretages 3 afkrydsninger i alt – ét kryds for hver af de nævnte effekter. Hvis den nævnte effekt ikke har været til stede afkrydses da i svarmuligheden "Ingen/ej relevant".

F. PROCESINNOVATION

Hvad er procesinnovation?

Se definitionen på side 7 i indberetningskemaet.

Procesinnovationer finder sted i såvel service- som fremstillingssektoren og omfatter nye eller forbedrede produktions-, leverings- eller distributionsmetoder samt hjælpefunktioner til de nævnte processer. De inkluderer væsentlige ændringer i specifikke teknikker, udstyr og/eller software som har til formål at forbedre kvaliteten, effektiviteten eller fleksibiliteten af produktions- eller leveringsaktiviteten, eller at reducere den miljømæssige belastning.

Procesinnovationer er IKKE

- Mindre ændringer eller forbedringer.
- En forøgelse af produktions- eller servicemulighederne ved en implementering af fremstillings-systemer eller logistiksystemer der ikke væsentligt adskiller sig fra dem, der allerede er i brug.

Eksempler på procesinnovationer

Der spørges særskilt til tre typer procesinnovation. Disse er uddybet med eksempler nedenfor.

F1.1 Nye eller væsentligt forbedrede metoder til fremstilling eller produktion af varer eller tjenesteydelser

- Installation af ny eller forbedret fremstillingsteknologi såsom automatiseringsudstyr eller real-time sensorer som løbende kan justere processerne.
- Nyt udstyr, der er nødvendig for produktion af nye eller forbedrede produkter.
- Computerbaseret produktudvikling.
- Digitalisering af tryknings-processer.

F1.2 Nye eller væsentligt forbedrede logistik-, leverings- eller distributionsmetoder

- Introduktion af stregkoder eller passive Radio Frekvens IDentifikation (RFID) chips til at følge materialer gennem hele leveringsprocessen.
- GPS-sporingssystemer i transportudstyr.
- Automatisk tilbagemelding til virksomheden ved brug af elektronisk dataudveksling.

F1.3 Nye eller væsentligt forbedrede hjælpefunktioner til virksomhedens processer

- Introduktion af software, som kan identificere optimale leveringsveje.
- Ny eller væsentlig forbedret software eller arbejdsgange i forbindelse med indkøb, regnskabsføring og vedligeholdelsessystemer.

F2 og F3 skal kun besvares af virksomheder med procesinnovation i 2004-2006.

F2 Hvem udviklede procesinnovationerne

Bemærk, at der kun må afsættes ét kryds. Virksomheder, der har introduceret flere procesinnovationer i 2004-2006, må derfor skønne, hvilken af de tre svarmuligheder der er mest typisk for måden, hvorpå virksomhedens procesinnovationer er blevet udviklet på.

F3 effekter af procesinnovationer

Spørgsmålet besvares af virksomheder med procesinnovation. Der skal foretages 7 afkrydsninger i alt – ét kryds for hver af de nævnte effekter. Hvis den nævnte effekt ikke har været til stede afkryds da i svarmuligheden "Ingen/ej relevant".

G. INNOVATIONSAKTIVITETER OG -UDGIFTER

G1 Hvilke innovationsaktiviteter udførte virksomheden i 2004-2006?

Der spørges til, hvilke typer innovationsaktiviteter virksomheden har udført i perioden 2004-2006. En innovationsaktivitet er afgrænset til aktiviteter, der **har til formål** at føre til implementeringen af en ny eller væsentlig forbedret produkt eller proces. Der skal kun krydses *ja*, såfremt der er tale om aktiviteter der ligger *ud over* aktiviteter i forbindelse med forsknings- og udviklingsopgaver, da egne FoU-aktiviteter og FoU-arbejde virksomheden har fået udført af andre også er innovationsaktiviteter.

Multinationale virksomheder skal afkrydse G1.4 "Køb af anden ekstern viden", hvis de har innovationsaktiviteter, udover FoU, der foregår i den udenlandske del af virksomheden, som forventes at resultere i innovationer i den danske del af virksomheden.

G2 Innovationsaktiviteter der var igangværende ved udgangen af 2006 eller opgivet i perioden 2004-2006.

innovationsaktivitet er afgrænset til aktiviteter, der **har til formål** at føre til implementeringen af en ny eller væsentlig forbedret produkt eller proces

G3 Skøn over udgifterne til innovationsaktiviteterne i 2006

I dette afsnit opgøres virksomhedens udgifter til fire typer innovationsaktiviteter. Det er vigtigt, at der kun medtages udgifter, der ligger ud over de eventuelle udgifter, der allerede er medregnet som FoU-udgifter under del C og D på side 5 i skemaet.

- Bemærk at der kun skal svares for **2006**.
- Angiv udgifter i 1.000 kr. Således skal en halv mio. kr. angives som 500.
- Angiv udgifter eksklusive moms.
- Hvor oplysninger ikke findes, beder vi Dem angive et skøn.
- Kryds af i "ingen udgift" hvis virksomheden ingen udgifter havde til den pågældende aktivitet i 2006.

For multinationale virksomheder gælder det, at udgifterne til innovationsaktiviteter, der foregår i den udenlandske del af virksomheden og som forventes at resultere i innovationer i den danske del af virksomheden, skal medtages i H3.4 "Køb af anden ekstern viden" – se også side 3 i denne vejledning.

G3.1 Øvrige egne innovationsudgifter

Løn og sociale udgifter samt andre driftsudgifter opgøres på samme måde som for FoU-udgifterne, se del C på side 7 i denne vejledning.

G4 Den primære branche for innovationsarbejdet i 2006

Alle virksomheder er placeret i en hovedbranche i CVR-registret. Virksomhedens forsknings- og innovationsarbejde kan imidlertid være udført inden for andre brancher end denne hovedbranche. De bedes derfor angive, om virksomhedens forskning og innovation primært foregår inden for den angivne branche. Hvis dette ikke er tilfældet, bedes De anføre, hvilken branche virksomhedens innovationsarbejde så primært udføres indenfor.

Som hjælp kan vi henvise til brancheoversigten på Danmarks Statistiks hjemmeside:

www.dst.dk/db03

G5 Geografisk placering af egne innovationsaktiviteter

Bemærk at innovationsudgifterne opgøres som udgifterne til FoU angivet i del C og D samt udgifterne til de fire typer innovationsaktiviteter angivet i G3.1, G3.2, G3.3 og G3.4.

Bemærk, at innovationsaktiviteter der er udført uden for Danmark skal henføre til den enhed i Danmark der har anvendt ydelserne. Dvs. at alle aktiviteterne skal kunne henføres geografisk på postnumre i Danmark.

Formålet med den geografiske opdeling er at forbedre de regionale opgørelser, således at innovationen registreres på det postnummer, hvor den faktisk finder sted og ikke på hovedkontorets adresse.

<p>Eksempel A: En virksomhed har hovedkontor/official postnummeradresse i Ballerup og en afdeling i Ålborg. Virksomhedens forsknings- og innovationsaktiviteter ligger i Ålborg. Her udføres virksomhedens udviklingsprojekt.</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="border: none;">Postnummer</th> <th colspan="3" style="border: none;">Angiv i procent</th> <th style="border: none;"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">2750</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">9000</td> <td style="border: none; text-align: center;">1</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">I alt</td> <td style="border: none; text-align: center;">1</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> </tbody> </table>	Postnummer	Angiv i procent				2750			0	%	9000	1	0	0	%	I alt	1	0	0	%	<p>Eksempel B: En virksomhed har hovedkontor/official postnummeradresse i Odense. Virksomheden har en afdeling i Kolding. To medarbejdere har været involveret i virksomhedens innovationsaktiviteter til 1 mio. kr. Den ene medarbejder arbejder i Odense og har anvendt ca. 600.000 kr. i forbindelse med innovationsaktiviteterne. Den anden arbejder i Kolding og har anvendt ca. 400.000 kr. i forbindelse med innovationsaktiviteterne.</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="border: none;">Postnummer</th> <th colspan="3" style="border: none;">Angiv i procent</th> <th style="border: none;"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">5000</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none; text-align: center;">6</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">6000</td> <td style="border: none;"></td> <td style="border: none; text-align: center;">4</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> <tr> <td style="border: none; text-align: center;">I alt</td> <td style="border: none; text-align: center;">1</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none; text-align: center;">0</td> <td style="border: none;">%</td> </tr> </tbody> </table>	Postnummer	Angiv i procent				5000		6	0	%	6000		4	0	%	I alt	1	0	0	%
Postnummer	Angiv i procent																																								
2750			0	%																																					
9000	1	0	0	%																																					
I alt	1	0	0	%																																					
Postnummer	Angiv i procent																																								
5000		6	0	%																																					
6000		4	0	%																																					
I alt	1	0	0	%																																					

H. INSPIRATIONSKILDER OG SAMARBEJDE OM INNOVATION

Inspirationskilder

I dette afsnit spørges der til hvilken betydning – hvis nogen – en række informationskilder har haft for nye innovationsprojekter eller for færdiggørelsen af innovationsprojekter i perioden 2004-2006.

Samarbejde om innovationsaktiviteter

Se afgrænsning af samarbejdsbegrebet på side 10 i spørgeskemaet.

Bemærk at svarmuligheden: ”Andre offentlige kilder” også omfatter tekniske skoler og lignende institutioner.

I. ORGANISATORISK INNOVATIONER I PERIODEN 2004-2006

Organisatoriske innovationer

En organisatorisk innovation er en implementering af en ny organisatorisk metode i virksomhedens forretningsgange, videnstyring (knowledge management), arbejdsplads-organisering eller eksterne relationer, som ikke tidligere har været anvendt af virksomheden og som er resultatet af strategiske beslutninger truffet af ledelsen.

Ændringen skal have til hensigt at forbedre virksomhedens innovative kapacitet eller dens grundlæggende virkemåde, herunder effektiviteten i arbejdsgangene og evnen til at sikre kvaliteten af produkterne.

Organisatoriske innovationer er IKKE

- Ændringer i ledelsesstrategien, medmindre den følges af introduktionen af en væsentlig organisatorisk ændring.
- Fusioner af virksomheder, medmindre der samtidig implementeres væsentlige ændringer vedr. de grundlæggende virkemåder i den nye virksomhed.

Eksempler på organisatoriske innovationer

Nedenstående eksempler er uddybninger knyttet til fem typer af organisatorisk innovation, der spørges til i afsnit I1.

I1.1 Organisere forretningsgange

Organisatoriske innovationer vedrørende virksomhedens forretningsgange indebærer implementeringen af nye metoder til at organisere rutiner og procedure for arbejdsgangene. Et andet eksempel er den første implementering af fremgangsmåder som uddannelse og oplæring til at udvikle og fastholde medarbejdere.

Ændring i organisering af arbejdet ved at etablere formelle eller uformelle teams for at forbedre adgangen til og deling af viden fra forskellige afdelinger i virksomheden, såsom marketing, udvikling, produktion m.fl. Introduktion af standarder for kvalitetskontrol for leverandører og underleverandører.

”supply management systems” med det formål at optimere allokeringen af ressourcerne fra varemodtagelsen til den endelige levering af produkterne.

I1.2 Systemer til styring af viden

Disse metoder omhandler for eksempel implementeringen af nye måder, hvorpå læring og deling af viden internt i virksomheden forbedres. Et eksempel herpå er første gang fremgangsmåder til at systematisere viden på implementeres – det kunne være etableringen af en database over anerkendte arbejdsmetoder, der bruges som fast standard, samt undervisningsmateriale og anden viden, så disse er lettere tilgængelige for andre.

I1.3 Måder til organisering af produktudviklingsarbejdet

Organisatoriske innovationer her omfatter implementeringen af nye metoder, der inddrager kunder og markedet i produktudviklingsprocessen i en større grad end før.

Et eksempel hertil er etablering af en ny metode, hvor udvalgte kunder er tæt involverede i udviklingen af nye produkter. Et andet eksempel er implementering af en ny bruger analysemetode til afdækning af kunders ikke-erkendte behov.

I1.4 Arbejdspladsens organisering

Organisatoriske innovationer vedrørende arbejdspladsens organisering indebærer implementeringen af nye metoder til at fordele medarbejdernes ansvars- og beslutningsområder i forhold til arbejdsdelingen internt og mellem virksomhedens aktiviteter (og organisatoriske enheder). Det samme gælder implementeringen af nye koncepter til at strukturere virksomhedens aktiviteter.

Et eksempel på en organisatorisk innovation af arbejdspladsens organisering er første gang en organisatorisk model implementeres med henblik på at øge medarbejdernes autonomi i forhold til at træffe beslutninger samt at opfordre dem til at bidrage med egne ideer. Dette kan blandt andet opnås ved at decentralisere gruppeaktiviteter og ledelseskontrol. Ligeledes kan det opnås ved at etablere formelle eller uformelle arbejdsgrupper, hvor de enkelte medarbejdere har mere fleksibelt ansvarsområder. Omvendt kan organisatoriske innovationer også være centralisering af aktiviteter samt en klarere fordeling af ansvaret for trufne beslutninger.

Eksempler på organisatorisk innovation i forhold til strukturen af virksomhedens aktiviteter er den første anvendelse af ”build-to-order” produktionssystemer (øget integration af salg og produktion) eller integrationen af ingeniørarbejde og udvikling med produktion.

I1.5 Eksterne relationer

Nye organisatoriske metoder i virksomhedens eksterne relationer indebærer implementeringen af nye måder, hvorpå relationerne med andre virksomheder eller offentlige institutioner organiseres. Det kan dreje sig om etableringen af nye samarbejdsformer i relationen til forskningsorganisationer eller forbrugere eller nye metoder til integration med leverandører.

Endvidere kan det også dreje sig om første gang virksomhedens aktiviteter (fx produktion, distribution, rekruttering og hjælpende tjenesteydelser) udflyttes helt eller delvist til en ekstern leverandør.

I2 Hvem udviklede disse organisatoriske innovationer

Dette spørgsmål skal kun besvares af virksomheder med organisatorisk innovation.

Bemærk, at der kun må afsættes ét kryds. Virksomheder, der har introduceret flere organisatoriske innovationer i 2004-2006, må derfor skønne, hvilken af de tre svarmuligheder der er mest typisk for måden, hvorpå virksomhedens organisatoriske innovationer er blevet udviklet på.

I3 Var nogle af disse organisatoriske innovationer forbundet med andre innovationer, som blev introduceret i perioden 2004-2006?

I dette spørgsmål bedes De anføre om nogle af de organisatoriske innovationer var forbundet med produkt- eller procesinnovationer. Hvis Deres virksomhed ikke har haft hverken produkt eller procesinnovation skal svares nej til alle tre delspørgsmål.

I4 Hvilke effekter havde de organisatoriske innovationer der blev introduceret i perioden 2004-2006 – og hvilken betydning har de haft?

Spørgsmålet besvares af virksomheder med organisatorisk innovation. Der skal foretages 7 afkrydsninger i alt – ét kryds for hver af de nævnte effekter. Hvis den nævnte effekt ikke har været til stede afkrydses da i svarmuligheden "Ingen/ej relevant". Der skal endvidere afkrydses i svarmulighed 14.8 hvis der har været andre effekter med stor betydning som ikke er indeholdt i de 7 svarmuligheder.

J. MARKEDSFØRINGSINNOVATIONER I PERIODEN 2004-2006

Markedsføringsmæssige innovationer

En markedsføringsinnovation er en implementering af en ny markedsføringsmetode, som adskiller sig væsentligt fra virksomhedens eksisterende markedsføringsmetoder og som er del af et nyt markedsføringskoncept. Det kan være tale om væsentlige ændringer i produktets design, indpakning, salgskanaler, promovning eller prissætning. Bemærk, at rutinemæssige og sæsonmæssige ændringer i markedsføringen ikke er markedsføringsinnovationer.

Markedsføringsmæssige innovationer er IKKE

- Rutinemæssige eller sæsonmæssige ændringer (såsom i tøjmode)

Eksempler på markedsføringsinnovationer

Nedenstående eksempler er uddybninger knyttet til de seks typer markedsføringsinnovation, der spørges til i J1.

J1.1 Design

Væsentlige ændringer i et produkts design, som er en del af et nyt markedsføringskoncept for dette produkt, er en markedsføringsinnovation. Eksempelvis nyt design til eksisterende produkter såsom "memory sticks" designet så det ligner et smykke eller nye designs til forbrugsgoder, såsom husholdningsapparater designet til meget små lejligheder. Bemærk, at designændringer der ændrer produktets funktionalitet er at betragte som en produktinnovation.

J1.2 Indpakning

Væsentlige ændringer i produktets indpakning eller fremtoning, således det eksempelvis appellerer til en bredere kundegruppe, er at betragte som en markedsføringsinnovation. Eksempelvis forskellig indpakning til forskellige markeder (f.eks. forskellige omslag til en børne- og en voksenudgave af den samme bog).

Et eksempel på en markedsføringsinnovation, der omhandler produktindpakning, er en grundlæggende ny flaske, der er designet med henblik på at give den pågældende body lotion et karakteristisk look og henvende sig til et nyt markedssegment.

J1.3 Promovering

Nye markedsføringsmetoder vedrørende produktpromovering indebærer en anvendelse af nye koncepter i promovningen af virksomhedens varer og tjenesteydelser. Et eksempel er første gang et væsentligt anderledes media eller en væsentlig anderledes teknik benyttes - så som produktplacering i en film eller i et fjernsynsprogram eller brugen af berømt heder til at promovere produktet.

Et andet eksempel på innovativ produktpromovering er branding, forestået som udviklingen og introduktionen af et grundlæggende nyt symbol for varemærket med henblik på at lancere produktet på et nyt marked eller give produktet et nyt image. Dette skal ikke forveksles med en regelmæssig opdatering af varemærkets udseende.

J1.4 Markedsføringsstrategier

Strategier rettet mod at nå nye kundegrupper eller markedssegmenter.

J1.5 Salgskanaler

Nye markedsføringsmetoder vedrørende produktplacering indebærer primært nye salgskanaler. Salgskanaler forstået som de anvendte metoder til at sælge varer og tjenesteydelser til kunder, men ikke som de logistikmetoder, der hovedsageligt beskæftiger sig med efficens (transport, lageropbevaring og håndtering af produkter). Første gang "product placement" på fjernsyn, i bøger eller på film osv. anvendes.

Innovative produktplaceringer kan også omhandle anvendelsen af nye koncepter til præsentationen af produkter. Et eksempel er møbeludstillinger, der er nydesignede efter temaer. Det muliggør, at kunderne kan se møblerne i en færdigdekoreret sammenhæng.

J1.6 Prissætning

Innovative prissætningsmetoder indebærer brugen af nye prissætningsstrategier til at markedsføre virksomhedens varer og tjenesteydelser. Det kan være en ny metode til at variere prisen i forhold til efterspørgslen. Det kan også være fremkomsten af en ny metode, der muliggør, at kunderne vælger den ønskede produktspecifikation på virksomhedens webside for derefter at se den dertilhørende pris. Nye prissætningsmetoder, hvis eneste formål er at differentiere prisen mellem forskellige forbrugersegmenter, betragtes ikke som innovative.

J2 Hvem udviklede disse Markedsføringsinnovationer

Dette spørgsmål skal kun besvares af virksomheder med markedsføringsinnovation.

Bemærk, at der kun må afsættes ét kryds. Virksomheder, der har haft flere typer markedsføringsinnovation i 2004-2006, må derfor skønne, hvilken af de tre svarmuligheder der er mest typisk for måden, hvorpå virksomhedens markedsføringsinnovationer er blevet udviklet på.

J3 Var nogle af disse markedsføringsinnovationer forbundet med andre innovationer, som blev introduceret i perioden 2004-2006?

I dette spørgsmål bedes De anføre om nogle af de markedsføringsinnovationer var forbundet med produkt- eller procesinnovationer. Hvis Deres virksomhed ikke har haft hverken produkt eller procesinnovation skal svares nej til alle tre delspørgsmål.

J4 Hvilke effekter havde de markedsføringsinnovationer der blev introduceret i perioden 2004-2006 – og hvilken betydning har de haft?

Spørgsmålet besvares af virksomheder med markedsføringsinnovation. Der skal foretages 5 afkrydsninger i alt – ét kryds for hver af de nævnte effekter. Hvis den nævnte effekt ikke har været til stede afkrydses da i svarmuligheden "Ingen/ej relevant". Der skal endvidere afkrydses i svarmulighed J4.6 hvis der har været andre effekter med stor betydning som ikke er indeholdt i de 5 svarmuligheder.