

Indberetning for 2012

- Information og hjælp til indberetningen:
- Hvis du har spørgsmål til indberetningen, kan du kontakte Danmarks Statistik:
Telefon: 39 17 31 10 E-mail: FoUoI@dst.dk

Om indberetningen

Udvalgte virksomheder:

- Undersøgelsen belyser forekomst af forskellige typer udviklingsarbejde i danske virksomheder.
- Indberetning fra både små og store virksomheder inden for alle brancher er væsentlig for undersøgelsens kvalitet.

Indberetningen omhandler to forskellige aktiviteter:

- **Del I: Forskning og udviklingsarbejde (FoU):**
Systematisk arbejde iværksat for at udvikle - og finde anvendelser for - ny viden.
FoU kan resultere i innovation.
- **Del II: Innovation:** Faktisk introduktion af nye eller væsentligt ændrede produkter, produktionsprocesser, arbejdsgange, organisationsformer eller metoder til markedsføring.
Innovation kan introduceres *med eller uden* eget forudgående FoU-arbejde.

Udgifter mv. kan være bedste skøn:

- Hvis der ikke findes præcise opgørelser af udgifter mv. er et bedste skøn tilstrækkeligt.
- Tilstræb at de samlede udgifter giver et retvisende billede.

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend


Omfattede CVR-numre

Besvarelsen skal kun omfatte det CVR-nummer, der er udvalgt til indberetningen.

Der kan dog svares for flere virksomheder...

- hvis forskning, udvikling eller innovationsaktiviteter omfatter flere virksomheder.
- hvis der svares på koncernniveau.

1. Omfatter besvarelsen flere CVR-numre?

- Nej, kun det udvalgte CVR-nummer  Hvis Nej, gå til spm. 2
- Ja, flere CVR-numre
- I begge tilfælde skal der kun svares for **danske** virksomheder.

a. Hvilke andre CVR-numre er omfattet af indberetningen?

CVR-nummer	Navn
-1	

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Del I: Virksomhedens forskning og udviklingsarbejde - FoU

FoU (Forskning og Udviklingsarbejde) omfatter ...

- skabende arbejde foretaget på et systematisk grundlag for at øge den eksisterende viden og
- udnyttelse af denne viden til at udtænke nye anvendelsesområder.

Fælles for al FoU-aktivitet er, at den skal indeholde et væsentligt nyhedselement.

FoU kan foregå i alle brancher, fx ...

- it, teknik og fremstillingsvirksomhed
- jordbrug, fødevarer og veterinærområdet
- administration og økonomisk planlægning
- service, salg og marketing
- osv.

FoU kan inddeles i:

- Grundforskning
- Anvendt forskning
- Udviklingsarbejde

Grundforskning: Eksperimenterende eller teoretisk arbejde med det primære formål at opnå ny viden og forståelse uden nogen bestemt anvendelse i sigte.

Anvendt forskning: Eksperimenterende eller teoretisk arbejde med det formål at opnå ny viden og forståelse. Arbejdet er dog primært rettet mod bestemte anvendelsesområder.

Udviklingsarbejde: Systematisk arbejde baseret på anvendelse af viden opnået gennem forskning og/eller praktisk erfaring med det formål, at frembringe nye eller væsentligt forbedrede materialer, produkter, processer, systemer eller tjenesteydelser.

2. Har virksomheden i 2012...

	Ja	Nej
- købt eller indlicenseret patenter, brugsmodeller, varemærker, designs eller knowhow?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- selv søgt patenter?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- <u>købt</u> FoU-arbejde fra andre? inkl. køb fra andre virksomheder i egen koncern, der ikke er omfattet af indberetningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- <u>selv udført</u> eget FoU-arbejde i Danmark?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- haft egen forsknings- eller udviklingsafdeling?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- haft FoU-aktiviteter i udenlandske datterselskaber?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

FoU-personale og -årsværk

FoU-personale:

- Ansatte der har arbejdet med forsknings- eller udviklingsopgaver i mindst 5 pct. af deres arbejdstid - dvs. mindst 80 timer pr. år for en fuldtidsansat.

FoU-årsværk:

- Én persons arbejde med FoU på fuld tid i et år udgør 1 årsværk.
- Én persons arbejde med FoU på halv tid i et år udgør 0,5 årsværk.

2a. Hvor meget af virksomhedens personale har udført, støttet eller administreret FoU i Danmark i 2012?

Ansatte
m. FoU-
opgaver
i 2012

FoU-årsværk
beregnet
antal i 2012

- Forskere og andre specialister

der har udviklet ny viden, produkter, processer, metoder eller systemer eller planlagt og ledet FoU-projekter

Andet personale, inkl. teknisk personale

der har støttet eller serviceret FoU-projekter.
Fx maskinmestre, laboranter, programmører,
kontorpersonale, håndværkere mv.

I alt beskæftiget med FoU i 2012

0

0,0

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja i spørgsmål 2, linje 4 - (selv udført eget FoU-arbejde)

2b. Hvor mange ansatte i virksomhedens udenlandske datterselskaber har udført FoU-opgaver for virksomheden i 2012?

Europa

USA

Kina/
Indien

Udland
i øvrigt

Skøn antal ansatte i udenlandske datterselskaber fordelt på hjemsteder

vt. bemærkning

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja i spørgsmål 2, linje 6 (FoU i udl. datterselskaber)

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Udgifter til egen FoU i Danmark i 2012

- Opgør FoU-poster, så de **samlede** udgifter giver et retvisende billede.

2c. Driftsudgifter til FoU-aktiviteter i 2012

FoU-aktiviteter

Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.

- Løn og sociale udgifter vedr. FoU	.000 kr.
inkl. ATP og feriepenge	
- Andre driftsudgifter vedr. FoU	.000 kr.
fx husleje, lys, varme, rengøring, rejser, kontorhold, mindre apparatur, materialer og it-kørsler. Ekskl. afskrivninger og afdrag på lån	
- I alt driftsudgifter til FoU	0.000 kr.

2d. Anlægsudgifter til FoU-aktiviteter i 2012

FoU-aktiviteter

Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.

- Bygninger anvendt til FoU	.000 kr.
fx nybygninger, større ombygninger, køb af ejendom. Faktiske omkostninger uden afskrivning	
- Apparat og instrumenter til FoU	.000 kr.
med købspris over 50.000 kr. og flerårig levetid	
Udgifter til egen FoU i alt	0.000 kr.

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja i spørgsmål 2, linje 4 - (selv udført eget FoU-arbejde)

Evt. bemærkning

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Udgifter til købt FoU udført af eksterne aktører i 2012

- Opgør poster så de samlede udgifter giver et retvisende billede.

2e. Udgifter til købt FoU

Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja i spørgsmål 2, linje 3 (Købt FoU fra andre)

FoU købt af virksomheder...

- | | |
|---|----------|
| - i <u>samme koncern</u> i Danmark | .000 kr. |
| <small>FoU udført af andre dele af koncernen i Danmark og anvendt internt i virksomheden</small> | |
| - i <u>samme koncern</u> i udlandet | .000 kr. |
| <small>FoU udført af andre dele af koncernen i udlandet og anvendt internt i virksomheden</small> | |

FoU købt i Danmark fra...

- | | |
|--|----------|
| - andre virksomheder | .000 kr. |
| - konsulenter | .000 kr. |
| - Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter (GTS)
<small>Se liste: www.teknologiportalen.dk</small> | .000 kr. |
| - universiteter og andre højere læreanstalter | .000 kr. |
| - andre offentlige forskningsinstitutioner | .000 kr. |
| - andre (anfør): <input type="text"/> | .000 kr. |

FoU købt i udlandet fra...

- | | |
|--|----------|
| - andre virksomheder | .000 kr. |
| - konsulenter | .000 kr. |
| - offentlige forskningsinstitutioner, fx universiteter | .000 kr. |

Udgifter til købt FoU i alt

0.000 kr

Evt. bemærkninger

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Del II: Innovation i virksomheden

- **Innovation:** Faktisk introduktion af nye eller væsentligt ændrede produkter, produktionsprocesser, arbejdsgange, organisationsformer eller metoder til markedsføring.
- Innovation kan introduceres med eller uden forudgående FoU-arbejde.

- **En del af spørgsmålene om innovation angår den treårige periode 2010-2012.**

Produktinnovation: Nye varer eller serviceydelser

- Medtag markedsintroduktion af produkter, fx varer eller tjenesteydelser, der er **nye eller væsentligt ændrede** med hensyn til bestanddele, egenskaber, funktionalitet eller undersystemer.
- Produkterne skal være **nye for virksomheden**, men kan evt. være udviklet eller introduceret før af andre.
- **Spørgsmålene angår den treårige periode 2010-2012.**

3. Har virksomheden i 2010-2012 introduceret...

- | | Ja | Nej |
|---|-----------------------|-----------------------|
| - varer, der er nye eller væsentligt ændrede?
ekskl. rent æstetiske ændringer og direkte videresalg af nye købte varer | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - serviceydelser, der er nye eller væsentligt ændrede? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 3 (produktinnovation)

a. Er disse nye produkter primært udviklet af ...	Varer	Service
- virksomheden eller koncernen alene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- virksomheden i samarbejde med andre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- virksomheden, ved tilpasning eller modificering af varer eller services, der oprindeligt er udviklet af andre virksomheder eller institutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- andre virksomheder eller institutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Introducerede virksomheden i 2010-2012 produkter der var...		
	Ja	Nej
- helt nye på verdensplan?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- helt nye på virksomhedens marked?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nye for virksomheden, men kendte på markedet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. Fordel den samlede omsætning i 2012 på produkter, der i 2010-2012 blev introduceret som...		
	Fordel i pct.	
- nye på verdensplan		pct.
- nye på virksomhedens marked		pct.
- nye for virksomheden		pct.
- uændrede eller ubetydeligt ændrede i forhold til tidligere inkl. videresalg af købte varer og tjenesteydelser		pct.
Samlet omsætning i 2012	(sum bør være = 100 pct.)	<input style="width: 50px;" type="text" value="0"/> pct.

Procesinnovation: Nye produktionsprocesser

- Indførelse af **nye eller væsentligt ændrede** produktionsprocesser, arbejdsgange, distributionsmetoder eller støttefunktioner.
- Processen skal være ny **for virksomheden** men kan være udviklet eller anvendt før af andre.
- **Spørgsmålene angår den treårige periode 2010-2012.**
- Evt. nye organisationsformer angives i separat sektion.

4. Har virksomheden i 2010-2012 indført nye eller væsentligt ændrede...

- | | Ja | Nej |
|--|-----------------------|-----------------------|
| - metoder til produktion af varer eller serviceydelser? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - metoder vedr. logistik, levering eller distribution af materialer, produkter eller tjenesteydelser? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - støttefunktioner for arbejdsgange, fx systemer eller rutiner vedr. indkøb, vedligeholdelse, regnskab eller it? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

a. Er disse nye processer primært udviklet af ...

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 4 (procesinnovation)

- | | |
|--|--------------------------|
| - virksomheden eller koncernen alene | <input type="checkbox"/> |
| - virksomheden i samarbejde med andre | <input type="checkbox"/> |
| - virksomheden, ved tilpasning eller modificering af varer eller services, der oprindeligt er udviklet af andre virksomheder eller institutioner | <input type="checkbox"/> |
| - andre virksomheder eller institutioner | <input type="checkbox"/> |

Uafsluttede innovationsaktiviteter

- Medtag aktiviteter (ud over FoU) iværksat i forbindelse med udvikling eller introduktion af nye produkter, processer eller arbejdsgange.
- Uanset om aktiviteterne har resulteret i konkret innovation.
- Medtag fx anskaffelse af maskiner, udstyr, software og licenser, oplæring, ingeniørarbejde, industrielt design mv.

5. Har virksomheden i 2010-2012 (ud over evt. FoU) iværksat nogen innovationsaktiviteter, ...

- | | Ja | Nej |
|---|-----------------------|-----------------------|
| - der stadig var i gang ved udgangen af 2012? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - der er opgivet eller afbrudt uden resultat? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Målsætning for innovationsaktiviteter

6. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for virksomhedens innovationsaktiviteter i 2010-2012?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 4, 5 eller 6 (produkt, procesinnovation eller uafsluttede innovationsaktiviteter)

Målsætning:

- Øge udvalget af varer eller tjenesteydelser
- Erstatte forældede produkter, processer eller arbejdsgange
- Komme ind på nye markeder
- Øge markedsandel
- Forbedre kvaliteten af varer eller tjenester
- Forbedre sundhed og sikkerhed
- Øge fleksibiliteten i fremstilling af varer eller tjenesteydelser
- Øge kapaciteten i fremstilling af varer eller tjenesteydelser
- Reducere omkostninger pr. produceret enhed

Betydning

	Stor	Nogen	Lille	Ikke relevant
- Øge udvalget af varer eller tjenesteydelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Erstatte forældede produkter, processer eller arbejdsgange	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Komme ind på nye markeder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Øge markedsandel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Forbedre kvaliteten af varer eller tjenester	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Forbedre sundhed og sikkerhed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Øge fleksibiliteten i fremstilling af varer eller tjenesteydelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Øge kapaciteten i fremstilling af varer eller tjenesteydelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Reducere omkostninger pr. produceret enhed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Evt. bemærkninger

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Organisatorisk innovation: Nye organisationsformer

- Indførelse af **nye eller væsentligt ændrede** metoder til organisering af arbejdspladsen, forretningsgange, videnstyring eller eksterne relationer.
- **Medtag:** Nye organiseringer der er indført efter strategisk ledelsesbeslutning.
- **Medtag ikke:** Nye organiseringer der primært skyldes fusion eller overtagelse.

7. Indførte virksomheden i 2010-2012 nye metoder til organisering af...

- | | Ja | Nej |
|---|-----------------------|-----------------------|
| - forretningsgange eller procedurer
fx kvalitetsstyring, resultatstyring, videnstyring, lean, reorganisering, forsyningskædeledelse mv. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - ansvar og beslutningskompetence
fx decentralisering, job-rotation, teamwork, sammenlægning eller opdeling af afdelinger mv. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - eksterne relationer til andre virksomheder eller institutioner
fx nye alliancer, partnerskaber, udlicitering, underleverandører mv. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

a. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for virksomhedens organisatoriske innovation i 2010-2012?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Målsætning:	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
- Reducere reaktionstid på kunders eller leverandørers behov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Forbedre evnen til at udvikle nye produkter, processer eller arbejdsgange	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Forbedre kvaliteten af varer eller tjenesteydelser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Reducere omkostningerne pr. produceret enhed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Forbedre intern eller ekstern kommunikation eller videndeling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 7 (Organisatorisk innovation)

Innovation af markedsføring: Nye markedsføringsmetoder

- Introduktion af **nye eller væsentligt ændrede** markedsføringskoncepter eller strategier.
- **Medtag:** Nye produktdesign, emballager, eksponeringer, promovinger og prissætninger.
- **Medtag ikke:** Sæson- eller rutinemæssige ændringer af markedsføringsmetoder.

8. Introducerede virksomheden i 2010-2012...

	Ja	Nej
- nye eller væsentligt ændrede produktdesign eller indpakning? <small>medregn ikke ændringer der alene påvirker produktets funktionalitet</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nye medier eller teknikker til promovring af produkter? <small>fx nye reklamemedier, varemærkedesign, loyalitetsprogrammer mv.</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nye markedsføringsstrategier? <small>fx rettet mod nye kundegrupper eller segmenter</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nye salgskanaler eller metoder til eksponering af produkter? <small>fx nye franchise- eller distributionslicenser, koncepter til produkteksponering, direkte salg, eneret til detailhandel mv.</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- nye metoder til prissætning af varer eller tjenesteydelser? <small>fx nye rabatsystemer, variabel prisfastsættelse efter efterspørgsel mv.</small>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

a. Hvor stor betydning havde følgende målsætninger for innovation af virksomhedens markedsføring i 2010-2012?

Giv en samlet vurdering af hver målsætning, hvis virksomheden introducerede flere nye markedsføringsmetoder.

Målsætning:

- Øge eller bibeholde markedsandele
- Introducere produkter til nye kundegrupper
- Introducere produkter på nye geografiske markeder

	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
- Øge eller bibeholde markedsandele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Introducere produkter til nye kundegrupper	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Introducere produkter på nye geografiske markeder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 8 (markedsføringsinnovation)

Evt. bemærkninger

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Samarbejde om innovation

9. Har virksomheden i 2010-2012 samarbejdet med eksterne aktører om innovation?

Ja Nej

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 3, 4, 5, 6, 7 eller 8 (mindst én innovationsform)

a. Angiv samarbejdspartnere og deres hjemsteder

Mindst én markering for hver type samarbejdspartner

	Danmark	Europa i øvrigt	USA	Kina/ Indien	Udland i øvrigt	Ikke relevant
- Andre virksomheder i koncernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Leverandører af udstyr, materialer, dele eller software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Kunder eller klienter i den private sektor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Kunder eller klienter i den offentlige sektor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Konkurrenter eller andre virksomheder i samme branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- GTS (Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
- Private FoU-virksomheder fx konsulenter, private laboratorier eller forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Virksomheder i andre brancher ekskl. kunder og leverandører	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Universiteter eller andre højere læreranstalter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Offentlige forskningsinstitutioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Offentlige serviceudbydere fx sygehuse, skoler, daginstitutioner, Forsvaret mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Andre offentlige samarbejdspartnere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b. Hvilke danske universiteter har virksomheden haft innovationssamarbejde med?

- Københavns Universitet
- Aarhus Universitet
- Syddansk Universitet
- Roskilde Universitet
- Aalborg Universitet
- Danmarks Tekniske Universitet
- IT-Universitetet i København
- Copenhagen Business School (Handelshøjskolen)

Kilder der har bidraget til innovationsaktiviteter

10. Hvor stor betydning havde følgende kilder for idéudvikling og gennemførelse af innovationsaktiviteter i 2010-2012?

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

Udfyldes kun, hvis der er svaret Ja mindst én gang i spm. 3, 4, 5, 6, 7 eller 8 (mindst én innovationsform)

	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Interne kilder:				
- Kilder i egen virksomhed eller koncern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erhvervslivet i øvrigt:				
- Leverandører af udstyr, materialer, dele eller software	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Klienter eller kunder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Konkurrenter el. andre virksomheder i samme branche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Private konsulenter, laboratorier eller forskningsinstitutioner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Offentlige institutioner:				
- Universiteter eller andre højere læreanstalter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Andre offentlige forskningsinstitutioner, fx sektorforskningsinstitutioner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andet:				
- Konferencer, messer, udstillinger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Videnskabelige tidsskrifter og fagblade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- Faglige og industrielle organisationer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Input til innovationsaktiviteter

11. Blev viden om kunders/brugeres behov brugt i idéudvikling eller gennemførelse af innovationsaktiviteter i 2010-2012?

Viden fra:	Ja	Nej
- almindelig kundekontakt fx daglig dialog og kontakt ved messer mv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- strukturerede metoder fx markedsanalyser, fokusgrupper, paneler om interesse for nye produkter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
- avancerede metoder til afdækning af fremtidige og ikke erkendte behov:		
• Observation eller interview fx etnografiske el. antropologiske studier eller dybdeinterview	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Inddragelse af almindelige brugere fx prototypetests eller internet-communities m. løbende feedback i innovationsprocessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Inddragelse af avancerede brugere fx lead user metoder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. **Hvor stor betydning har følgende for virksomhedens innovationsaktiviteter?**

Giv en samlet vurdering, hvis virksomheden havde flere innovationsprojekter.

	Betydning			Ikke relevant
	Stor	Nogen	Lille	
Eget forsknings- eller udviklingsarbejde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indsamling af viden om kunders og brugeres behov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samarbejde med andre virksomheder om innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samarbejde med universiteter og forskningsinstitutioner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samarbejde med andre offentlige aktører	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. **Er der i 2010-2012 afholdt uddannelse eller oplæring som led i innovationsaktiviteter - ud over FoU?** Ja Nej

Lokaliteter for innovationsaktiviteter

14. **Blev alle virksomhedens innovationsaktiviteter i Danmark i 2010-2012 udført på det postnummer hvor virksomheden har hovedadresse?** Ja Nej

> **Angiv postnumre hvor virksomheden har gennemført egne innovationsaktiviteter eller anvendt købte ydelser.**

Angiv fordeling af FoU-udgifter på postnumre.

Postnummer	Procentandel af innovationsudgifter
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Sum bør være = 100 <input type="text"/> pct.	

Evt. bemærkninger

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Samlede udgifter til egen FoU og innovation i Danmark i 2011

- Opgør poster, så de **samlede** udgifter giver et retvisende billede.

15a Driftsudgifter i 2012

Er udfyldt i
spm. 2 c og
2 d

FoU-aktiviteter

	Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.
- Løn og sociale udgifter vedr. FoU (0,0 årsværk) inkl. ATP og feriepenge	.000 kr.
- Andre driftsudgifter vedr. FoU fx husleje, lys, varme, rengøring, rejser, kontorhold, mindre apparatur, materialer, it-kørsler. Ekskl. afskrivninger og afdrag på lån	.000 kr.

Innovationsaktiviteter - ekskl. FoU:

	Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.
- Driftsudgifter vedr. innovation fx aktiviteter og tekniske forberedelser til introduktion af nye produkter, processer eller arbejdsgange. Inkl. løn, feriepenge, ATP og andre driftsudgifter, men ekskl. udgifter der er opgivet under FoU	.000 kr.

15b Anlægsudgifter i 2012

FoU-aktiviteter

	Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.
- Bygninger anvendt til FoU fx nybygninger, større ombygninger, køb af ejendom. Faktiske omkostninger uden afskrivning	.000 kr.
- Apparat og instrumenter til FoU med købspris over 50.000 kr. og flerårig levetid	.000 kr.

Innovationsaktiviteter - ekskl. FoU:

	Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.
- Maskinel, udstyr og software til innovation fx avancerede maskiner, udstyr eller software til frembringelse af nye produkter, processer eller arbejdsgange	.000 kr.

15c Andre udgifter til innovationsaktiviteter - ekskl. FoU - i 2012

	Ekskl. moms, afrundet til hele 1.000 kr.
- Køb af eksterne rettigheder fx registrerede varemærker, designs, patenter eller brugsmønstre købt eller indlicenseret med henblik på frembringelse af nye produkter	.000 kr.
- Erhvervelse af anden ekstern viden fx ikke patenterede opfindelser, knowhow eller anden viden	.000 kr.
- Konsulentudgifter fx undersøgelse af kunders/markedets behov	.000 kr.

Udgifter til innovation i alt

0.000 kr.

Udgifter til innovation og egen FoU i alt

0.000 kr.

Udfyldes
kun, hvis
der er
svaret Ja
mindst én
gang i spm.
3, 4, 5, 6, 7
eller 8
(mindst én
innovations
form)

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Frivillige spørgsmål om design, kreative kompetencer og innovation

De sidste spørgsmål handler om design og kreative kompetencer. Spørgsmålene har stor værdi for undersøgelsen, men besvarelsen er ikke lovpligtig.

Design og innovation

Design omfatter løsnings- og produktorienteret arbejde samt strategisk udvikling i forbindelse med...

- formgivning, styling og finish af produkter, fx industriel-, grafisk-, digital-, web-, indretnings-, mode- og tekstildesign.
- udvikling af nye produkter, serviceydelser, koncepter, forretningsområder, organisationsformer eller brands, fx koncept-, service, strategisk-, organisations- eller interaktionsdesign.

16. Hvilket udsagn passer bedst på virksomhedens arbejde med design?

- Virksomheden arbejder ikke systematisk med design
- Design anvendes som sidste finish, formgivning eller styling, når der udvikles noget nyt
- Design er et integreret - men ikke styrende - element i virksomhedens udviklingsarbejde
- Design er et centralt og styrende element i virksomhedens forretningsgrundlag
- Ikke relevant/ved ikke

a. Hvordan arbejder virksomheden konkret med design?

- | | Ja | Nej |
|--|-----------------------|-----------------------|
| - Design er brugt til at løse problemer i forbindelse med udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Designere har indgået i tværfaglige teams omkring udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Designere har medvirket helt fra opstart af udvikling af nye koncepter, produkter eller serviceydelser | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Virksomheden har en designpolitik, der sikrer synlig sammenhæng mellem produkter, serviceydelser, koncepter, brands, grafisk design og salgssteder | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Virksomheden har en designpolitik for udvikling af koncepter, produkter eller serviceydelser | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| - Designere har medvirket i definition af nye forretningsmetoder | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Kreative kompetencer og innovation

Kreative kompetencer som kilde til forretningsudvikling:

- Kreative kompetencer og tilgange kan tilføre produkter en særlig værdi gennem involvering og stimulering af brugeres sanser og følelser.
- Denne særlige værdi kan øge produkters markedsværdi ud over funktion og kvalitet.

17. **Har virksomheden arbejdet med tilgange og metoder fra kreative erhverv som fx design, arkitektur, kunst, film, computerspil mv?** Ja Nej
fx co-writing, storytelling, kreativ idéskabelse mv.

18. **Har virksomheden anvendt kreative kompetencer og / eller kreative input til innovation og forretningsudvikling?** Ja Nej

- Kreative kompetencer og input er anvendt som tillægsydelse til virksomhedens produkter
fx kundeklubber, lukkede web-fora med kundetilbud, særlig service til kunder mv.
- Kreative kompetencer og input er anvendt i HR, organisation og ledelse
fx samarbejde med kreative personer, medarbejderevents, oplevelsesorienteret personalepleje mv.
- Kreative kompetencer og input er anvendt i markedsføring af virksomhedens produkter
fx events ved produktlancering, brugerskabte reklamer, konkurrencer mv.
- Virksomhedens produkter har et integreret kreativt element
fx historiefortælling, design, brugerinvolvering mv.
- Virksomhedens produkter er i sig selv kreative produkter
fx film, arkitektur, reklame, kunst, design, turisme mv.

Evt. bemærkninger

--

0: Start	1: FoU i virksomhed	2: Egen FoU - Udgift	3: Købt FoU - Udgift	4: Produkt & Proces
5: Org. & Marketing	6: I - Samarbejd	7: FoU & I - Udgift	8: Design & Krea	9: Indsend

Frivillige spørgsmål om tidsforbrug og brugervenlighed

Hvor meget arbejdstid er der brugt på indberetningen?

- Inkl. login og fremskaffelse og indtastning af oplysninger.

Timer Minutter

 :

Var det vanskeligt at ...

- få adgang til blanketten på virk.dk?

- forstå spørgsmål og vejledninger?

- fremskaffe de nødvendige oplysninger?

- indtaste oplysninger i online-blanketten?

- få support fra Virk.dk eller Nets DanID?

- få support fra Danmarks Statistik?

Vanskeligt/tidskrævende?

meget noget lidt slet ikke

Beskriv gerne evt. vanskeligheder og forslag der kan lette indberetningen:

Kontaktperson

Navn:

Telefon:

E-mail:

Evt. bemærkninger

Tak for indberetningen

Når indberetningen er indsendt kan den printes, gemmes, genåbnes og rettes.