

Århus, 7. august 2006

## PRESSEMEDDELELSE

### Stor innovationsaktivitet i dansk erhvervsliv

Op mod halvdelen af danske industrivirksomheder og virksomheder inden for vidensservice er innovative, det vil sige at virksomheden inden for en treårig periode har udviklet nye eller væsentligt forbedrede produkter eller har omlagt deres produktions- og distributionsprocesser i et væsentligt omfang. Dette resultat kommer fra den danske del af den fjerde fælles-europæiske innovationsundersøgelse (CIS4), som Dansk Center for Forskningsanalyse netop har offentliggjort.

En sammenligning med andre europæiske lande placerer danske virksomheder helt i top sammen med svenske og tyske, mens finske og norske ligger noget under. En sammenligning med 2000 og 2002 viser desuden, at dansk erhvervsliv er blevet mere innovativt, især blandt de mindre virksomheder og i virksomheder inden for vidensservice.

Der er dog stadig store forskelle mellem brancher og virksomhedsstørrelser. I den højteknologiske industri og i vidensservice er hver anden virksomhed innovativ og blandt store virksomheder med mere end 250 ansatte har 2 ud af 3 virksomheder været innovative, mens det blandt virksomheder med under 10 ansatte kun er godt hver tredje. Også geografisk er der forskelle, idet 51 procent af virksomhederne i Østjylland har haft udgifter til innovationsaktiviteter og 46 procent i Hovedstadsområdet, men kun ca. 30 procent på Fyn og Øst for Storebælt.

De samlede udgifter til innovationsaktiviteter for 2004 er skønnet til 46 mia. kr., en stigning på 4 mia. kr. siden 2002. Udgifterne omfatter virksomhedernes eget udviklingsarbejde (30 mia. kr.), det købte udviklingsarbejde (6 mia. kr.) samt køb af maskiner og software, patenter og anden viden (10 mia. kr.). Det er dog vanskeligt for mange virksomheder at opgøre de præcise innovationsudgifter.

Mange danske virksomheder har også ændret markant på væsentlige forhold i deres organisation, viser undersøgelsen. Faktisk har hele 58 procent forbedret arbejds- og forretningsgange, omlagt hele organisationen og/eller ændret markant på relationerne med andre virksomheder. Det er sket mest blandt store virksomheder og inden for vidensservice.

Det er nødvendigt med impulser udefra for at innovere og det kan blandt andet ske ved at indsamle eller købe sig til viden eller ved at samarbejde med andre. Den nye statistik viser, at halvdelen af de innovationsaktive virksomheder har købt maskiner og software, en fjerdedel har købt patenter eller anden viden og 17 procent har købt udviklingsarbejde, fra universiteter og forskningsinstitutioner dog kun 4 procent. Desuden har 45 procent af de innovationsaktive virksomheder samarbejdet om innovationen, især med leverandører og kunder og næsten lige så meget i Europa som i Danmark. 16 procent har også samarbejde med universiteter og andre forskningsinstitutioner. Information og viden indsamlet internt i virksomheden har stor betydning for innovationsarbejdet i over halvdelen af virksomhederne, mens information fra andre virksomheder og fra kunderne hver har stor betydning for hver tredje. Den største hindring for at forøge innovationsindsatsen er finansieringen; det fremhæves som afgørende for næsten hver fjerde og for endnu flere blandt mindre virksomheder.

Kontaktperson: Afdelingsleder Peter S. Mortensen, tlf: 8942 2397; e-mail: [psm@cfa.au.dk](mailto:psm@cfa.au.dk)