

Slutevaluering af Markedsmodningsfonden

Erhvervsstyrelsen
30. november 2018

Indhold

1	Sammenfatning	3
1.1	Markedsmodningsfonden i overblik	3
1.2	Markedsmodningsfonden skaber effekt	4
1.3	Markedsmodningsfonden har betydning for virksomhederne...	9
1.4	Markedsmodning i fremtiden	10
2	Indledning	12
3	Markedsmodningsfonden i overblik	13
3.1	Formålet med Markedsmodningsfonden	13
3.2	Ansøgningsprocessen	13
3.3	Aktivitet og virksomhedskarakteristika	14
3.4	Markedsmodningsfonden i det samlede innovations- og erhvervsfremmesystem	17
4	Betydningen for virksomhederne	20
4.1	Hovedresultater	20
4.2	Markedsmodningsfonden udfylder et hul i markedet.....	21
4.3	Afgørende med tydelighed i ansøgningsprocessen	23
4.4	Markedsmodningsfonden har stor betydning for de konkrete produkter/ytelser og virksomhederne.....	24
4.4.1	<i>Tilskud har betydning for produktet/ytelsen.....</i>	<i>24</i>
4.4.2	<i>Tilskud har betydning for virksomhedernes omsætning, beskæftigelse og eksport.....</i>	<i>27</i>
4.4.3	<i>Tilskud fra Markedsmodningsfonden vurderes at have afledte effekter.....</i>	<i>29</i>
4.5	En stor del af virksomhederne har også fået anden finansiering	33
4.6	Markedsmodning vurderes som en kritisk fase af virksomhederne.....	35
5	Registerbaseret effektmåling.....	37
5.1	Afviste virksomheder som kontrolgruppe	37
5.2	Effekter sammenholdt med konstrueret kontrolgruppe.....	39
5.3	Store projekter og deltagelse i andre ordninger	41
5.4	Estimerede og forventede effekter	41
6	Vurdering og anbefalinger	44
Bilag A: Metodisk tilgang.....		48
A.1	Spørgeskema og interviews	48
A.2	Effektmåling	50
A.2.1	<i>Datagrundlaget.....</i>	<i>51</i>
A.2.2	<i>Kontrolgrupper.....</i>	<i>51</i>
A.2.3	<i>Test af kontrolgrupperne</i>	<i>52</i>

1 Sammenfatning

Som led i aftale mellem regeringen (Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti om forenkling af erhvervsfremmesystemet af 24. maj 2018 er parterne blevet enige om at afvikle Markedsmodningsfonden fra 2019.

På den baggrund har Erhvervsstyrelsen og bestyrelsen for Markedsmodningsfonden ønsket at få foretaget en slutevaluering af effekten af Markedsmodningsfonden og opsamle læring, der kan bringes i anvendelse i den fremadrettede markedsmodningsindsats. Evalueringen fokuserer på fondens hovedindsatsområde, som er markedsmodning med tilskud til test og tilpasning i perioden 2013-2018, mens der i store dele af evalueringen også inkluderes virksomheder, som har modtaget tilskud fra Fornyelsesfonden i perioden 2010-2012.

Evalueringen har fire overordnede formål:

1. Give en **overordnet deskriptiv gennemgang** af Markedsmodningsfondens udvikling over tid frem til i dag.
2. Give overblik over og indblik i **betydningen af medfinansiering i markedsmodningsfasen for virksomhederne**.
3. **Estimere effekterne af Markedsmodningsfonden** for virksomheder, der har fået medfinansiering til test og tilpasning.
4. **Uddrage læring og anbefalinger**, som kan bringes i anvendelse i en fremadrettet markedsmodningsindsats.

Det har været vigtigt for Erhvervsstyrelsen, at de estimerede effekter reelt kan henføres til Markedsmodningsfondens medfinansiering af private virksomheder. Dette er søgt imødekommet ved at sammenholde udviklingen i de

medfinansierede virksomheder med forskellige grupper af sammenlignelige virksomheder, der kan anskueliggøre, hvilken udvikling der ville have været forventelig uden medfinansiering fra Markedsmodningsfonden.

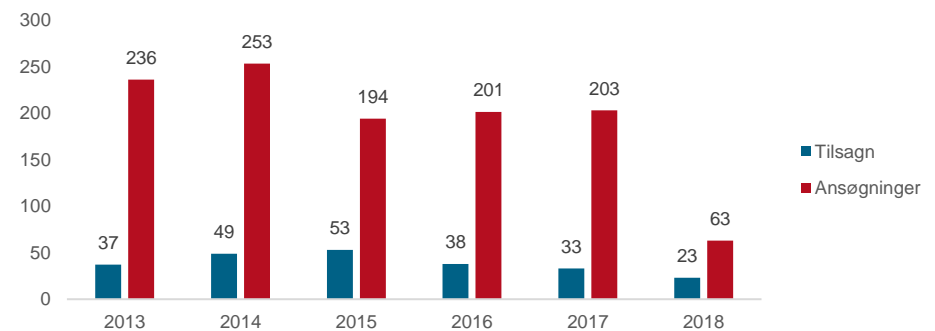
Gennem denne metode fås et udfaldsrum, indenfor hvilket den "reelle" effekt sandsynligvis vil befinde sig, snarere end et eksakt tal. Det er fristende med eksakte tal, men et sådant tal er også forbundet med mange usikkerheder, hvorfor der i stedet opereres med et udfaldsrum.

Slutevalueringen er udarbejdet af Pluss Leadership A/S og Nordisk Institut for Studier af innovation, forskning og uddannelse (NIFU) på baggrund af en række analyser gennemført i efteråret 2018. Det metodiske grundlag for disse analyser fremgår af Bilag A.

1.1 Markedsmodningsfonden i overblik

Markedsmodningsfonden har i perioden 2013-2018 i alt modtaget 1.150 ansøgninger, hvoraf der er givet tilsagn om tilskud til i alt 233 forskellige projekter for en samlet sum på 620 mio. kr.

Figur 1.1: Antal ansøgninger til og tilsagn fra Markedsmodningsfonden



Note: Tallene omfatter udelukkende aktiviteter relateret til test og tilpasning og kan afvige fra de officielle tal fra årsberetninger, nyhedsmeddelelser m.v. som følge af forskydninger mellem årene.

Overrepræsentation af virksomheder fra Region Hovedstaden

Virksomheder fra Region Hovedstaden udgør 50 % af ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, mens det kun er ca. 33 % af landets virksomheder, der er placeret i regionen¹. Altså er der en overrepræsentation af ansøgere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden fra Region Hovedstaden. Modsat er der en underrepræsentation af virksomheder fra de andre regioner – særligt Region Sjælland, hvor ca. 14 % af landets virksomheder er placeret, men som kun udgør 6 % af ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Ansøgere har overvejende været mindre virksomheder

Det er helt overvejende mikrovirksomheder, der har søgt om og modtaget medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, dvs. virksomheder med under 10 ansatte. Samtidig er kun ca. 6 % af de virksomheder, der har ansøgt om tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, mellemstore eller store virksomheder.

Industri- og IKT-virksomheder fylder mest blandt ansøgerne

Industri er den største branche blandt ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden efterfulgt af virksomheder inden for IKT og erhvervs-service². Disse tre hovedbrancher har tilsammen stået for ca. 90 % af ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

¹ www.statistikbanken.dk/GF8.

² Erhvervsservice dækker bl.a. over ingeniørvirksomheder, arkitekter og forsknings- og udviklingsafdelinger.

³ Idéen med en Difference-in-Differences analyse er, at når den samme virksomhed observeres før og efter deltagelse, og man beregner forskelle i f.eks. eksport før og efter, så fjernes effekten af karakteristika, som er unikke for virksomheden, og som ikke ændrer sig over tid. Med andre ord beregnes effekten som forskellen i udvikling før og efter deltagelse mellem en indsats- og kontrolgruppe.

Mange virksomheder kombinerer tilskud fra Markedsmodningsfonden med tilskud fra andre ordninger

En samkørsel af Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden med InnovationDanmark-databasen samt deltagerregistrene for EUDP og strukturfondsfinsierede projekter viser, at 229 ud af de 308 virksomheder, der har fået tilsagn om tilskud under Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, også har deltaget i andre ordninger udover Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Størstedelen af disse 229 virksomheder har modtaget denne anden støtte +/- 3 år fra projektstart med Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

1.2 Markedsmodningsfonden skaber effekt

Effektmålingen er foretaget vha. en Difference-in-Differences estimator³ og benytter to forskellige kontrolgrupper: én bestående af afviste virksomheder, og én bestående af en kontrolgruppe konstrueret vha. matching-teknikker⁴. For yderligere gennemgang af den metodiske tilgang henvises til Bilag A.2.

Ved at sammenholde udviklingen blandt de medfinansierede virksomheder med to forskellige kontrolgrupper, der ligner de medfinansierede virksomheder, men som ikke har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, fremkommer et billede af, hvilket spænd den "reelle" effekt med stor statistisk sikkerhed ligger indenfor. Effektspændene for værditilvækst og beskæftigelse er præsenteret i figur 1.2 og uddybes i de efterfølgende afsnit.

⁴ Antallet af både medfinansierede virksomheder og virksomheder i kontrolgruppen adskiller sig i denne analyse fra analysen, hvor afviste virksomheder anvendes som kontrolgruppe. Dette skyldes matching-processen. I denne proces er der 88 medfinansierede virksomheder, som der ikke kan findes et tilstrækkeligt godt match for, til at de opfylder de anvendte kriterier for sammenlignelighed.

Figur 1.2: Spænd for effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden på værditilvækst og beskæftigelse i perioden 2010-2013⁵



Note: Den nedre effektgrænse er i begge tilfælde fra sammenligningen med den konstruerede kontrolgruppe, mens den øvre effektgrænse er fra sammenligningen med afviste virksomheder.

Kilde: Pluss og NIFU's tilvirkning pba. resultaterne fra effektmålingen.

Foruden værditilvækst og beskæftigelse kan der også måles effekter af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på eksport. Dette effektspænd er præsenteret i figur 1.3. Sammenlignet med effektspændene for værditilvækst og beskæftigelse er der i dette effektspænd en stor procentvis forskel mellem den nedre og øvre grænse, og der er flere forhold som gør, at den nedre grænse for eksporteffekten på 79 mio. kr. må betragtes som et konservativt estimat for den "reelle" eksporteffekt af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Dette uddybes nærmere i kapitel 5.

Figur 1.3: Spændt for effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden på eksport i perioden 2010-2013



Note: Den nedre effektgrænse er fra sammenligningen med den konstruerede kontrolgruppe, mens den øvre effektgrænse er fra sammenligningen med afviste virksomheder. *: tallet er et yderst konservativt estimat for den "reelle" eksporteffekt.

Kilde: Pluss og NIFU's tilvirkning pba. resultaterne fra effektmålingen.

⁵ Værditilvækst er et mål for en virksomheds bundlinje og består af omsætning fratrukket indsatsfaktorer til produktionen. Indsatsfaktorer kan betegnes som omkostninger der påløber i forbindelse med produktion, hvad enten det er et produkt eller en service.

Inden effektmålingens resultater præsenteres i de følgende afsnit, bør det indledningsvist fremhæves, at effekterne (ved anvendelse af begge kontrolgrupper) minimeres markant, når der tages højde for de medfinansierede virksomheders deltagelse i andre innovations- og erhvervsfremmeordninger. Samtidig bør det fremhæves, at effektmålingen ikke inkluderer svært kvantificerbare afledte effekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Altså kan effektmålingen betragtes som et minimum for den samlede effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Virksomheder, der har modtaget tilskud fra Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden, betegnes i dette afsnit som deltagende og/eller medfinansierede virksomheder.

Markante beskæftigelseseffekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden

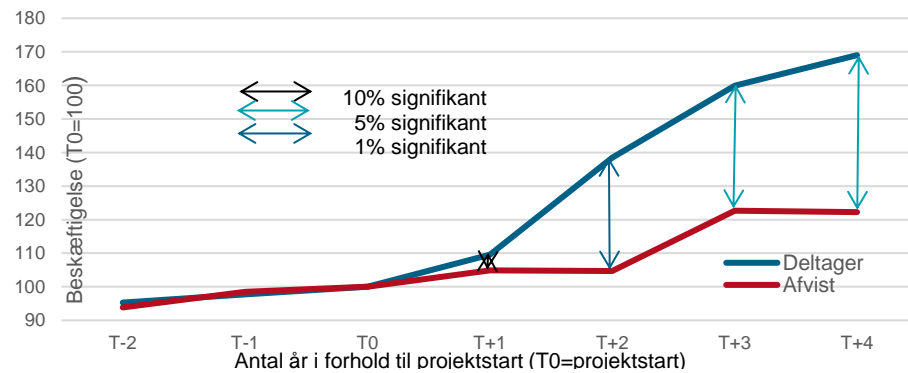
Figur 1.4 og 1.5 viser effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på antal årsværk sammenlignet med hhv. de afviste virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe.

Det fremgår af disse figurer, at tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden ved anvendelse af begge kontrolgrupper har en signifikant positiv effekt på udviklingen i antal årsværk. Mere specifikt øges beskæftigelsen for medfinansierede virksomheder med mellem 60 og 70 procentpoint 3-4 år efter projektopstart. Til sammenligning øges beskæftigelsen i de respektive kontrolgrupper med mellem 22 og 32 procentpoint i perioden.

Væksttallene kan virke store, men kan skyldes, at mange små virksomheder har fået tilsagn om tilskud under Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden,

hvorfor det at ansætte 5-6 nye personer over en fireårig periode kan resultere i store vækstrater.

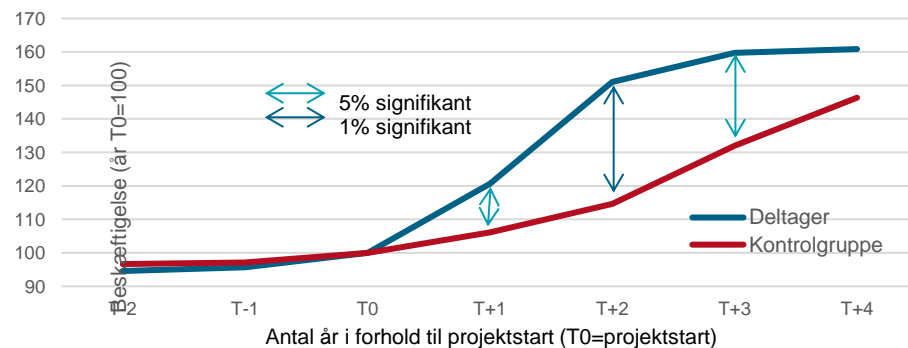
Figur 1.4: Udvikling i antal årsværk for deltagende og afviste virksomheder



Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registeroplysninger om hhv. deltagere og afviste ansøgere til Markedsmodningsfonden.

Figur 1.5: Udvikling i antal årsværk for deltagende virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe



Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik.

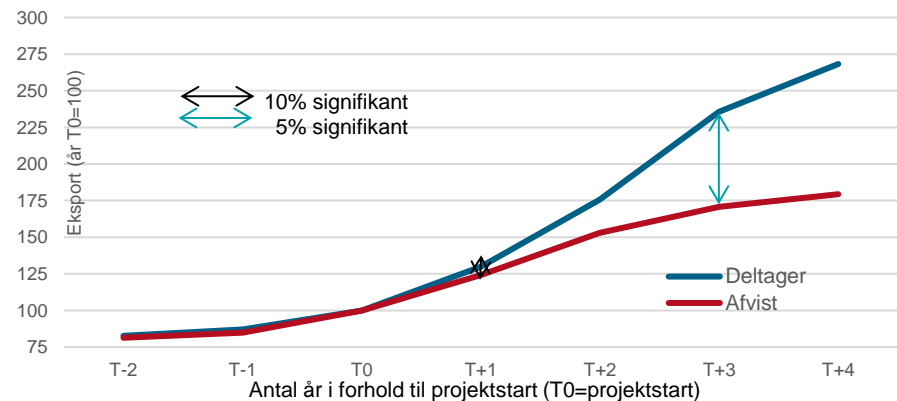
Begrænsede til sene eksporteffekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden

Figur 1.6 og 1.7 viser effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på eksport sammenlignet med hhv. de afviste virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe.

Det fremgår af figurene, at medfinansierede virksomheder har en signifikant højere vækst i eksport tre år efter projektopstart i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden sammenlignet med de afviste virksomheder. Eksporten for de medfinansierede virksomheder øges med ca. 136 procentpoint, mens den tilsvarende udvikling for afviste virksomheder er godt 71 procentpoint.

Sammenlignet med den konstruerede kontrolgruppe har medfinansierede virksomheder en stærkere vækst i eksport, om end den er væsentligt mindre end i sammenligningen med de afviste virksomheder. Denne positive vækst er signifikant større året efter opstart af projekt i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden og jævner sig derefter ud.

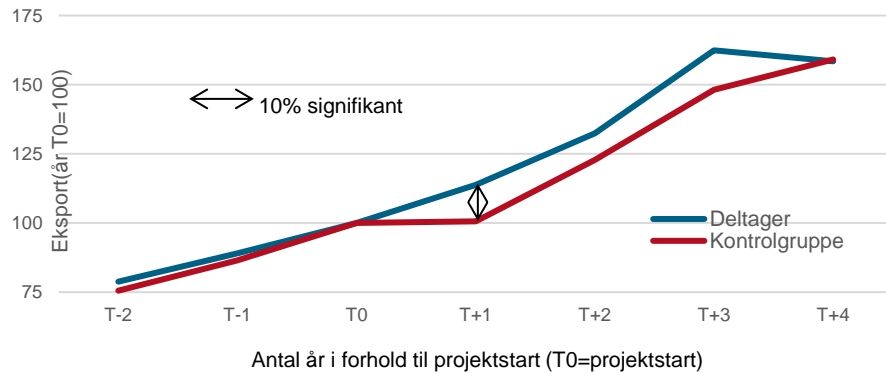
Figur 1.6: Udvikling i eksport for deltagende og afviste virksomheder



Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registeroplysninger om hhv. deltagere og afviste ansøgere til Markedsmodningsfonden.

Figur 1.7: *Udvikling i eksport for deltagende virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe*



Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik.

Små til signifikante værditilvækstseffekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden

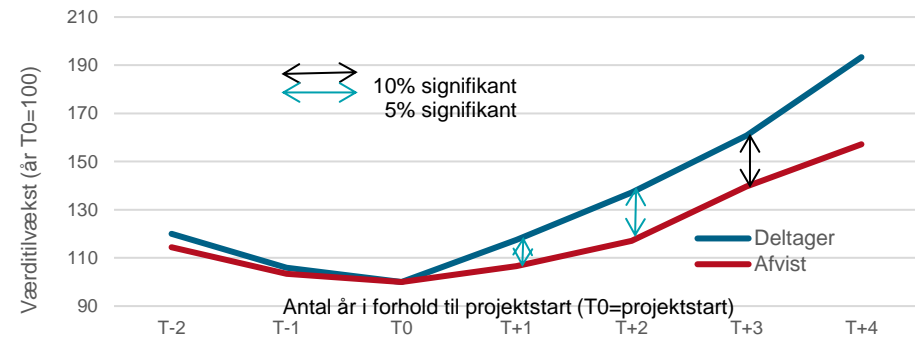
Figur 1.8 og 1.9 viser effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på værditilvækst sammenlignet med hhv. de afviste virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe.

Det fremgår af figurerne, at medfinansierede virksomheder har en signifikant højere positiv vækst i værditilvæksten de første tre år efter projektopstart i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden end afviste virksomheder. Altså bidrager tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden positivt til virksomhedernes bundlinje.

Sammenlignet med den konstruerede kontrolgruppe har medfinansierede virksomheder kun en signifikant større vækst i værditilvæksten året efter medfinansieringen. Det kan derfor ikke konkluderes, at der er en forskel. Uanset dette har deltagende virksomheder en vækst i værditilvæksten på 22 procentpoint

året efter opstart af projekt, hvilket skal sammenholdes med kontrolgruppens mere begrænsede vækst på knap 5 procentpoint.

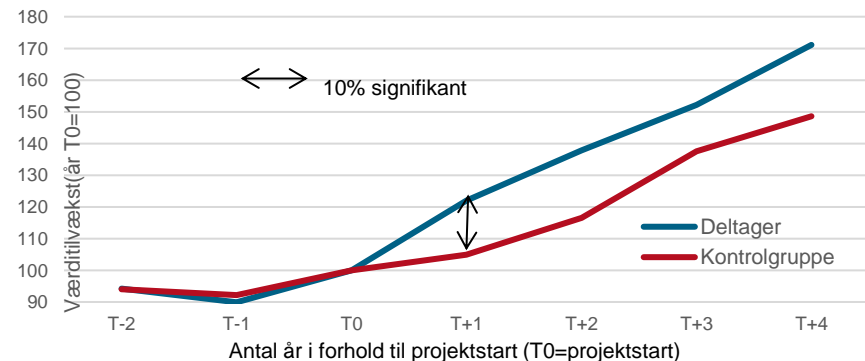
Figur 1.8: *Udviklingen i værditilvækst for deltagende og afviste ansøgere*



Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registeroplysninger om hhv. deltagere og afviste ansøgere til Markedsmodningsfonden.

Figur 1.9: *Udviklingen i værditilvækst for deltagende virksomheder og den konstruerede kontrolgruppe*



Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik.

Viktigt at tage højde for deltagelse i andre ordninger

Inden der slås to streger under, at Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har haft positive effekter, er det imidlertid også nødvendigt at se på, hvilke andre ordninger virksomhederne i samme periode kan have deltaget i?

Mange virksomheder benytter flere ordninger i det offentlige erhvervsudviklings-system. En analyse foretaget i 2014 viste i den forbindelse, at hver virksomhed, der på daværende tidspunkt var registreret som deltager i en offentlig innovations- eller erhvervsudviklingsordning, i gennemsnit havde 1,7 deltagelser⁶.

En gennemgang af de medfinansierede virksomheder i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden viser, at 229 ud af de 308 private medfinansierede virksomheder også er registrerede som deltagere i andre ordninger. Det svarer til, at 3 ud af 4 virksomheder også har modtaget støtte fra andre ordninger. Disse har navnlig været i kontakt med InnoBooster, innovationsmiljøerne eller innovationsagenterne. I alt er der registreret 324 deltagelser i andre ordninger hos disse 229 virksomheder.

Der er således en betydelig risiko for, at den effekt, som registreres i virksomhedernes udvikling efter medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, ikke alene kan henføres til disse to fonde, men så at sige er et resultat af flere samvirkende ordninger. Det fremgår da også af effektmålingen, at effekterne for både beskæftigelse, eksport og værditilvækst bliver markant mindre, når der tages højde for deltagelse i andre ordninger. Samtidig vurderer ca. 50 % af de medfinansierede virksomheder, der tidligere har modtaget anden ekstern finansiering, at denne anden eksterne finansiering har bidraget til det produkt/ den ydelse, som virksomhederne også har opnået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden til⁷. Altså kan det være problematisk alene at tilskrive de observerede effekter for beskæftigelse, eksport og

⁶ Damvad (2014). "Sammenhæng for vækst og innovation - En databaseret kortlægning af sammenhænge i udbud og efterspørgsel i det danske innovations- og erhvervsfremmesystem".

værditilvækst hos de deltagende virksomheder til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden ligger sidst i en fødekæde af innovations- samt test- og demonstrationsordninger, der skaber forudsætninger for, at der findes innovative produkter og ydelser at markedsmodne. Omvendt er Markedsmodningsfondens/Fornyelsesfondens særlige rolle netop at sikre, at hele dette innovations- og udviklingsarbejde ikke stranded, inden produkterne/ydelserne når markedet. Markedsmodningsfonden/markedsmodningsindsatsen kan derfor sagtens være additionel og netop sikre vækst, eksport og beskæftigelse, selvom det kan være svært at skille effekterne af forskellige ordninger fra hinanden.

Det er blot vigtigt, at evaluatorene ikke begår den fejl at effektevaluere ordningerne hver for sig og så henføre den samlede effekt til hver af dem. I så fald overvurderes virksomhedernes udvikling i forhold til deres "reelle" udvikling. I stedet bør der fremover findes en balance mellem at vurdere samspillet mellem de forskellige finansieringskilder, og hvordan de til sammen skaber positive resultater, og derefter forstå den enkelte ordnings bidrag hertil (det, der også kaldes ordningens additionalitet).

Alt dette skal dog ikke fjerne opmærksomheden fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, som den har set ud i perioden 2010-2018, og den indsigt, der kan tages med videre herfra.

Den samlede effekt af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden

En række af de effekter, som Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden vil komme til at skabe, har ikke vist sig endnu. Dels fordi en del virksomheder først har fået medfinansiering fra fonden i 2014-2018, dels fordi registerdata på

⁷ Dette resultat stammer fra spørgeskemaundersøgelsen og uddybes yderligere nedenfor.

nuværende tidspunkt kun er tilgjengelig til og med 2016. Dette er baggrunden for, at figur 1.2 og 1.3 kun inneholder virksomheder, der har modtaget tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2013.

For at skønne den samlede effekt af fondens investeringer er virksomhedernes forventninger til effekt på det tidspunkt, de søgte om medfinansiering til deres projekter, blevet sammenholdt med de faktiske effekter, som de viste sig fire år efter projektdeltagelsen. Heraf fremgår det, at 15 pct. af beskæftigelsesforventningerne er indfriet, mens 7 pct. af eksportforventningerne er indfriet.

Hvis denne succesrate overføres på de forventninger, som alle de senere medfinansierede virksomheder har angivet i deres ansøgning, vil Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden samlet set komme til at generere ca. 3.500 ekstra jobs og 3,7 mia. kr. i ekstra eksport.

Eftersom Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden til sammen har givet tilsagn om medfinansiering på 1,257 mia. kr. i perioden 2010-2018, svarer dette til en investering på ca. 360.000 kr. pr. skabt job og en investering på ca. 34.000 kr. pr. 100.000 kr., der genereres i eksport. Det er efter evalueringsteammets vurdering en fornuftig investering set i et samfundsøkonomisk perspektiv. Det bør dog understreges, at disse tal er udtryk for estimater, som skal fortolkes med visse forbehold. Disse forbehold uddybes i kapitel 5.

1.3 Markedsmodningsfonden har betydning for virksomhederne

Denne del af evalueringen er belyst gennem en spørgeskemaundersøgelse med både medfinansierede og afviste virksomheder, samt ti opfølgende interviews med virksomhederne (syv medfinansierede og tre afviste). For en yderligere gennemgang af den metodiske tilgang til denne del af evalueringen henvises til Bilag A.1.

Den overordnede konklusion på denne del af evalueringen er, at Markedsmodningsfonden vurderes at have en høj grad af additionalitet blandt både medfinansierede og afviste virksomheder.

Virksomhederne søger Markedsmodningsfonden grundet faglige motiver

Virksomhederne søger ifølge spørgeskemaundersøgelsen primært fonden, fordi den kan støtte formål, som de ellers ikke kan finde støtte til – og fordi Markedsmodningsfonden vurderes som økonomisk attraktiv i forhold til andre ordninger.

Ansøgningsprocessen vurderes som let og gennemskuelig af virksomheder, der har opnået tilskud

Ansøgningsprocessen opleves som let og gennemskuelig blandt de medfinansierede virksomheder, mens de afviste ansøgere har oplevet processen som mere vanskelig og uigennemskuelig. De afviste ansøgere finder navnlig tildelingskriterierne og kriterierne til det skriftlige materiale uklare.

Virksomhederne vurderer, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har gjort en forskel

Uden tilskuddet fra Markedsmodningsfonden vurderer 20 % af de medfinansierede virksomheder, at deres produkt/ydelse slet ikke var kommet på markedet, mens 50 % vurderer, at det var kommet senere på markedet med et reduceret markedspotentiale.

De medfinansierede virksomheder vurderer i tråd hermed, at medfinansieringen af deres markedsmodningsindsats har haft positive effekter for deres omsætning, beskæftigelse og eksport allerede på nuværende tidspunkt, og at medfinansieringen vil fortsætte med at have positive effekter fremadrettet.

Der findes en nogenlunde tilsvarende tendens blandt afviste virksomheder, der i høj grad vurderer, at det har haft en negativ betydning for deres produkt/ydelse og virksomhed, at de ikke fik medfinansiering fra Markedsmodningsfonden.

Generelt er de selvvaluerede realiserede effekter blandt de medfinansierede virksomheder og effektforventningerne blandt de afviste virksomheder meget store. Særligt virker effektforventningerne blandt de afviste virksomheder urealistiske.

At give tilskud handler imidlertid ikke kun om at få skubbet produkter ud på markedet. Offentlige tilskud til innovation, udvikling og markedsmodning handler også om at opbygge kapacitet i virksomhederne til at kunne håndtere sådanne processer.

Ansøgningen til og medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden er forbundet med afledte effekter

Der er ifølge både medfinansierede og afviste virksomheder betydelige afledte effekter af Markedsmodningsfonden i forhold til videre finansieringssøgning, generel kapacitetsopbygning og relation til samarbejdspartnere. F.eks. vurderer medfinansierede virksomheder generelt, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har bidraget til, at de er blevet bedre rustet til at arbejde med fremtidige udviklingsprojekter, og at de har opnået en forbedret evne til at samarbejde med andre om innovation.

Virksomhederne vurderer også, at der er spillover til virksomhedens andre produkter/ydelser samt til andre virksomheder – f.eks. underleverandører. At der kan forventes væsentlige spillovers til andre virksomheder underbygges af en tendens til, at virksomheder i stigende grad fokuserer på kerneopgaven og lægger alle andre former for service og produktion ud til andre virksomheder – f.eks. rengøring eller IT. Denne tendens indikerer, at øget økonomisk aktivitet blandt de medfinansierede virksomheder også vil skabe økonomisk aktivitet hos forskellige former for underleverandører.

Det er vigtigt at være opmærksom på disse svært kvantificerbare, afledte effekter i evalueringens konklusioner, da disse ligger ud over resultaterne fra effektmålingen.

Virksomhederne har ofte modtaget anden finansiering til det samme projekt, som de har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden til

Medfinansierede virksomheder har i højere grad end afviste virksomheder erfaringer med ekstern finansiering. Af de virksomheder, der har modtaget anden ekstern finansiering end fra Markedsmodningsfonden, vurderer hhv. 50 % af de medfinansierede virksomheder og 60 % af de afviste virksomheder i varierende grad, at denne finansiering har haft betydning for udviklingen af produktet/ydelser, som de hhv. modtog tilskud til eller søgte om tilskud til fra Markedsmodningsfonden.

Der er behov for tilskud i markedsmodningsfasen

Alle virksomhederne i de opfølgende interviews fremhæver, at markedsmodningsfasen er en kritisk fase, og at der her eksisterer et stort behov for støtte, som kan give produktet/ydelser det sidste skub ud på markedet.

1.4 Markedsmodning i fremtiden

Markedsmodningsfonden blev oprindeligt tænkt som en ordning, der skulle dække virksomhedernes behov for at tage det ofte vanskelige skridt, fra der er udviklet og demonstreret en prototype, til den kan markedsføres og sælges. Ofte er der foruden funktionstest brug for viden om krav, standarder, miljøpåvirkning, certificeringer og andre ofte dyre og tidskrævende processer, som virksomheden kan have svært ved at komme igennem på egen hånd. Navnlig risikerer mange mindre og yngre virksomheder at løbe tør for likviditet, så udviklingsarbejdet tabes på gulvet.

Der er ingen tvivl om, at der i relation til teknologiudvikling fortsat vil være et behov for støtte i markedsmodningsfasen. Men ellers udfordres ordningens bagvedliggende rationale fra flere sider. F.eks. peger flere studier på vigtigheden af at starte dialogen med kunder langt tidligere i udviklingsarbejdet, hvorved udvikling og markedsmodning i højere grad flettes sammen end i den oprindelige

logik. O'Connor & Rice⁸ har i den forbindelse i et studie af succesfulde markedsintroduktioner af "breakthrough innovations" identificeret otte centrale faktorer, hvoriblandt de tre handler om at flytte markedsmodningen frem i processen:

1. **Løbende dialog med markedet** i løbet af udviklingsprocessen øger chancen for innovationens succes.
2. Lancering af **mindre "inkrementelle" applikationer** frem for en "teknologisk big bang"-tilgang øger chancen for succes.
3. Forretningsmodellen kan udvikles **parallelt med teknologiudviklingen**.

Disse tanker ses også afspejlet i design thinking, hvor der er fokus på hyppige og hurtige iterationer og brugerinvolvering, samt i lean start-up, hvor fokus bl.a. er på at reducere usikkerhed gennem etablering af tidlige feedbackloops.

At udvikling og markedstilpasning integreres mere, fjerner ikke i sig selv behovet for støtte til markedsmodning, men det udfordrer den oprindelige tænkning om, at markedsmodning er en særskilt aktivitet, der mere eller mindre kan isoleres fra selve udviklingsarbejdet.

En anden udfordring for den oprindelige tænkning bag Markedsmodningsfonden kan være udviklingen væk fra fysiske produkter og over imod immaterielle forretningsmodeller, digitalisering og servitization. Det kan f.eks. dreje sig om at samle data fra sensorer, analysere data og eksempelvis forudsige vedligehold ved hjælp af machine learning. Hvis virksomheden derudover vil gå skridtet længere og kun lade kunden betale for output, f.eks. kg pr. time, vil der desuden være tale om en helt ny forretningsmodel, hvor "markedsmodning" kunne være en vinkling til at sikre markedsimplementeringen og den rette prissætning i forhold til output (Power by the hour-koncept).

⁸ Gina Colarelli O'Connor and Mark P. Rice (2012): "New Market Creation for Breakthrough Innovations: Enabling and Constraining Mechanisms". Journal of Product Innovation Management, vol 30, pp. 209-227.

På den baggrund er det vigtigt at være opmærksom på, at teknologiudvikling fortsat er en helt afgørende forudsætning for udviklingen af dansk erhvervsliv, men at teknologiudvikling og markedsudvikling er tæt forbundne. Således skal der arbejdes med forretningsplanen lige fra starten, mens kunder/brugere så vidt muligt skal involveres tidligt i processen. Der vil således fortsat være brug for processer, der sikrer match mellem markedsrelevante behov og produkter/ydelser. Det skal blot ses som en mere integreret del af innovationsprocessen, end det tidligere har været tilfældet.

Denne drejning ses også afspejlet i det forhold, at der er observeret en udvikling i ansøgerfeltet til Markedsmodningsfonden væk fra traditionelle og forholdsvis veletablerede produktionsvirksomheder, der arbejder mere i overensstemmelse med den oprindelige innovationsmodel, og over imod mindre og yngre virksomheder, der tilgår innovationsprocessen på nye måder. F.eks. er IKT-virksomheder, som tidligere nævnt, kommet til at fylde mere i ansøgerfeltet til Markedsmodningsfonden i dennes levetid.

Disse udviklinger bør medtages i fremtidige markedsmodningsindsatser. Det ligger på nuværende tidspunkt fast, at Markedsmodningsfonden ophører som selvstændig ordning med udgangen af 2018. Aktiviteterne videreføres i et vist omfang af Innovationsfonden som en del af InnoBooster. Herved åbnes der op for, at udvikling og markedsmodning kan tænkes mere fleksibelt sammen.

Retningslinjerne for InnoBooster vil i den forbindelse blive justeret, så dele af de aktiviteter, som Markedsmodningsfonden hidtil har finansieret, forventeligt vil kunne videreføres i det nye regi. Detaljerne herom er dog endnu ikke lagt fast.

2 Indledning

Som led i aftale mellem regeringen (Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti om forenkling af erhvervsfremmesystemet af 24. maj 2018 er parterne blevet enige om at afvikle Markedsmodningsfonden fra 2019.

På den baggrund har Erhvervsstyrelsen og bestyrelsen for Markedsmodningsfonden ønsket at få foretaget en slutevaluering af effekten af Markedsmodningsfonden og opsamle læring der kan bringes i anvendelse i en fremadrettet markedsmodningsindsats. Evalueringen fokuserer på fondens hovedindsatsområde, som er markedsmodning med tilskud til test og tilpasning i perioden 2013-2018, mens der i effektmålingen også inkluderes virksomheder, som har modtaget tilskud fra Fornyelsesfonden i perioden 2010-2012.

Mere specifikt har evalueringen til formål, at:

- Give en [overordnet deskriptiv gennemgang](#) af Markedsmodningsfondens udvikling over tid frem til i dag.
- Give overblik over og indblik i [betydningen af medfinansiering i markedsmodningsfasen for virksomhederne](#).
- [Estimere effekterne af Markedsmodningsfonden](#) for virksomheder der har fået medfinansiering. Det har været et særligt ønske fra Erhvervsstyrelsen, at det på overbevisende vis kan sandsynliggøres, at de estimerede effekter for virksomhederne reelt kan henføres til Markedsmodningsfondens medfinansiering af private virksomheder.
- [Uddrage læring og anbefalinger](#) som kan bringes i anvendelse i en fremadrettet markedsmodningsindsats.

Slutevalueringen er udarbejdet af Pluss Leadership A/S og Nordisk Institut for Studier af innovation, forskning og uddannelse (NIFU) på baggrund af en række

analyser gennemført i efteråret 2018. Det metodiske grundlag for disse analyser præsenteres særskilt i Bilag A.

Resten af rapporten er opdelt i fire dele:

I [kapitel 3](#) gives et overblik over Markedsmodningsfondens virke, mens der også er fokus på Markedsmodningsfondens/Fornyelsesfondens samspil med andre ordninger i erhvervs- og innovationslandskabet.

I [kapitel 4](#) beskrives medfinansierede og afviste virksomheders erfaringer med Markedsmodningsfonden, samt virksomhedernes egne vurderinger af, hvad medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme, har betydet for dem.

I [kapitel 5](#) præsenteres tilgangen til og resultaterne fra den kvantitative effektmåling af Markedsmodningsfonden. Mere specifikt undersøges det vha. en Difference-in-Differences model, om virksomheder som har fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden efter medfinansieringen har haft en mere positiv udvikling i omsætning, beskæftigelse og eksport end nærmere definerede kontrolgrupper.

I [kapitel 6](#) sammenfattes resultaterne fra rapporten, mens der pba. de læringspunkter som slutevalueringen har skabt, præsenteres en række anbefalinger til, om og i givet fald hvordan man fremadrettet kan give støtte til markedsmodning.

3 Markedsmodningsfonden i overblik

3.1 Formålet med Markedsmodningsfonden

Markedsmodningsfonden blev oprettet i 2009 under navnet Fornyelsesfonden. Fornyelsesfonden støttede i perioden 2010-2012 innovation og markedsmodning på det grønne område og velfærdsområdet samt erhvervsmæssig omstilling i hårdt ramte geografiske områder. I den treårige periode støttede Fornyelsesfonden 148 projekter for i alt 637 mio. kr.⁹ Fonden havde et særligt fokus på små og mellemstore virksomheder.

Omlægningen til Markedsmodningsfonden skete som led i en effektivisering, fokusering og forenkling af det danske innovationssystem. Formålet med fonden er stadig at bidrage til, at særligt små og mellemstore danske virksomheder overvinder markedsbarrierer, så flere produkter og serviceydelser kommer fra en udviklings- og demonstrationsfase ud på markedet – og på længere sigt bidrager til øget vækst og beskæftigelse i Danmark¹⁰.

Mere specifikt giver Markedsmodningsfonden tilskud til, at virksomhederne kan gennemføre tests og tilpasninger af prototyper og koncepter på markedet hos potentielle kunder – mao. at markedsmodne prototyperne og koncepterne. Dette forventes at medvirke til, at virksomhederne har lettere ved at komme på markedet med nye konkurrencedygtige produkter eller ydelser, hvilket forventeligt først og fremmest vil have positive effekter for virksomhedernes omsætning, eksport og beskæftigelse. Dernæst vil det sandsynligvis medføre øget

⁹ Fornyelsesfonden (2013). "Fornyelsesfondens støttede projekter". https://markedsmodningsfonden.dk/sites/default/files/media/ff_stoettedeprojekter_0.pdf

¹⁰ Markedsmodningsfonden (2014). "Strategi for Markedsmodningsfonden". https://markedsmodningsfonden.dk/sites/default/files/media/strategi_mmf_1.pdf

produktivitet på samfundsniveau, at der kommer nye konkurrencedygtige produkter eller ydelser på markedet.

3.2 Ansøgningsprocessen

For at projekterne kan være støtteberettigede skal de bl.a. have en projektperiode på højst 3 år og et budget på mindst 3 mio. kr. Derudover gives der ikke tilskud til projekter der vedrører forskning, udvikling og demonstration. Fonden medfinansierer generelt heller ikke projekter, der har karakter af almindelig videreudvikling eller markedsføring af et produkt eller en ydelse, der allerede er introduceret til markedet.¹¹

Kravene, der stilles til ansøgeren, gælder oftest for projektholderne, der er ansvarlige for projektets gennemførelse og økonomi, og ikke de samarbejdspartnere, der eventuelt måtte være på projektet. Projektholder skal være en privat virksomhed og skal på ansøgningstidspunktet beskæftige mindst to ansatte.

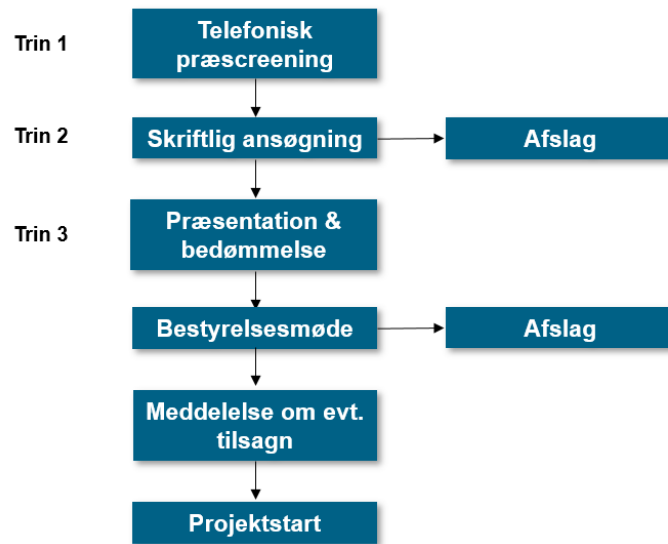
Der er, som illustreret i figur 3.1, tre trin i ansøgningsprocessen:

1. **Telefonisk præscreening** hvor det afklares, om projektet er inden for Markedsmodningsfondens rammer. Dette trin kan ses som en vejledning til virksomhederne. Dette trin blev indført i 2015 for at få en mere dialogbaseret ansøgningsproces og for at spare virksomhederne for at søge om midler til formål, der ikke kunne støttes.
2. **Indsendelse af skriftligt materiale** hvor man som ansøger indsender bl.a. forretningsplan, budget og projektplan. Herefter vurderes det, om materialet er fyldestgørende.
3. **Præsentation og bedømmelse**: I dette trin præsenterer ansøger projektet for sagsbehandler og ekstern bedømmer, hvorefter projektet bliver bedømt. De ansøgere, der kommer til præsentation og bedømmelse,

¹¹ Markedsmodningsfonden (2018). "Vejledning til Markedsmodningsfondens ansøgningsproces". https://markedsmodningsfonden.dk/sites/default/files/media/vejledning_ansoegningsrunde_foraar_2018.pdf

får afslag eller tilsagn efter næstkommende bestyrelsesmøde i bestyrelsen for Markedsmodningsfonden.

Figur 3.1: Ansøgningsprocessen i overblik



Kilde: Vejledning til Markedsmodningsfondens ansøgningsproces, 2018.

Gennem hele ansøgningsprocessen vurderes projekterne og projektholderne ift. fem overordnede kriterier¹²:

- Nyhedsværdi
- Marked og forretningsmodel
- Kompetencer og relevant samarbejdskreds
- Vækst- og beskæftigelseeffekter

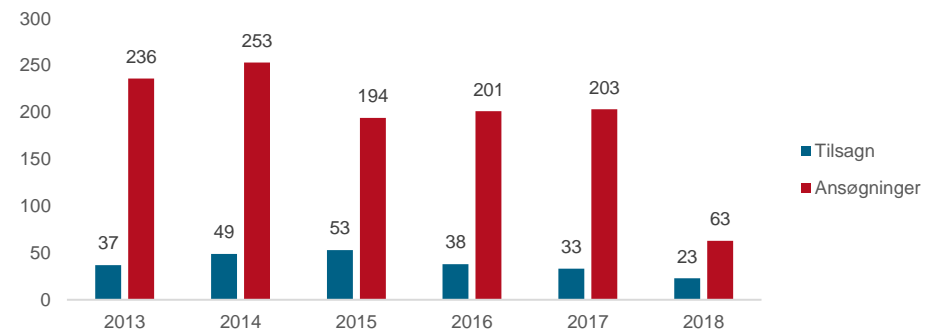
¹² For yderligere introduktion til disse kriterier kan der henvises til Markedsmodningsfonden (2018). "Vejledning til Markedsmodningsfondens ansøgningsproces". https://markedsmodningsfonden.dk/sites/default/files/media/vejledning_ansoegningsrunde_foraar_2018.pdf

- Markedsbarrierer

3.3 Aktivitet og virksomhedskarakteristika

Jf. figur 3.2 har Markedsmodningsfonden i perioden 2013 til juni 2018 modtaget 1.150 ansøgninger om medfinansiering af test og tilpasning af et produkt eller en ydelse. Dette har resulteret i, at Markedsmodningsfonden har medfinansieret eller givet tilsagn om medfinansiering til 233 projekter. Det er således ca. hver femte ansøgning, der opnår tilsagn om medfinansiering. Antallet af ansøgninger og tilsagn har svinget en smule i perioden, og er forventeligt klart lavest i 2018, hvor det i lang tid har stået klart, at Markedsmodningsfonden skulle afvikles ved udgangen af året.

Figur 3.2: Antal ansøgninger til og tilsagn fra Markedsmodningsfonden



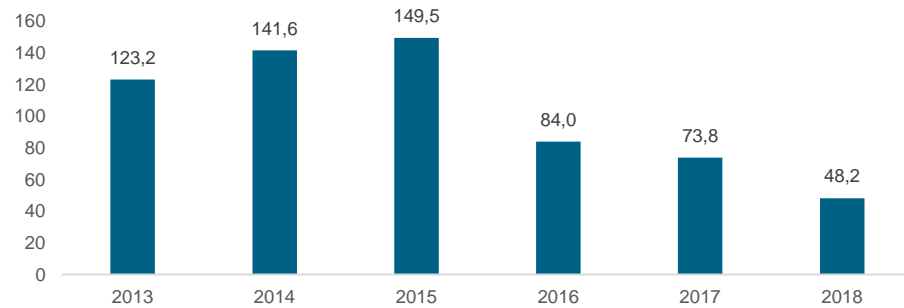
Note: Tallene omfatter udelukkende aktiviteter relateret til test og tilpasning, og kan afvige fra de officielle tal fra årsberetninger, nyhedsmeddelelser m.v. som følge af forskydninger mellem årene.

Kilde: Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden.

Figur 3.3 viser hvor mange mio. kr. Markedsmodningsfonden har givet tilsagn om til de 233 projekter. Samlet set har Markedsmodningsfonden i perioden

givet tilsagn om 620,3 mio. kroner, som er blevet brugt eller skal bruges til markedsmodning af virksomhedernes produkter eller ydelser.

Figur 3.3: Tilsagn om støtte i mio. kr.



Note: Tallene kan afvige fra de officielle tal fra årsberetninger, nyhedsmeddelelser m.v. som følge af forskyldninger mellem årene.

Kilde: Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden.

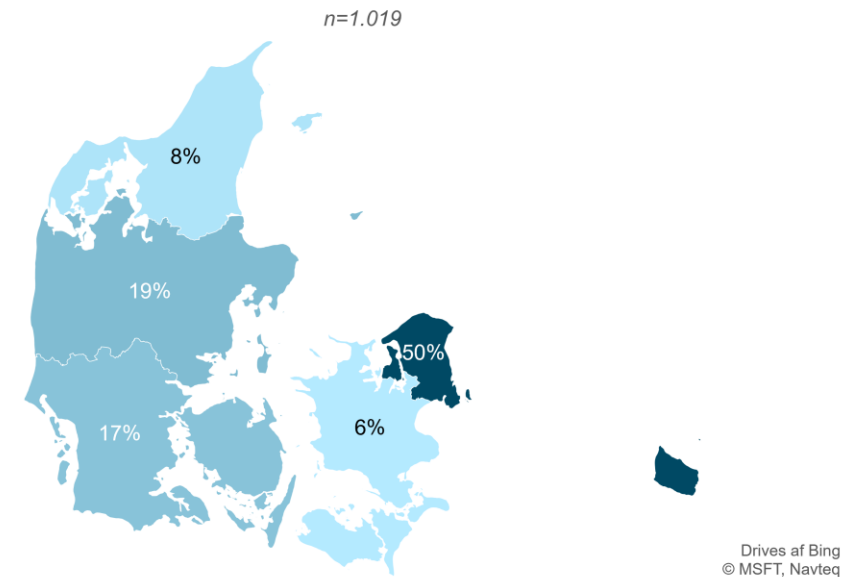
Den typiske virksomhed som har søgt om tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden kommer, jf. figur 3.4, fra Region Hovedstaden, mens hhv. 19 % og 18 % kommer fra Region Midtjylland og Syddanmark. I perioden 2010-2018 er Region Hovedstaden kommet til at fylde stadigt mere i ansøgerfeltet til Markedsmodningsfonden, mens særligt Region Midtjylland og Region Sjælland er kommet til at fylde mindre.

Der skal i den forbindelse tages højde for, at særligt Region Hovedstaden men også Region Midtjylland har en større andel af danske virksomheder end f.eks. Region Nordjylland og Region Sjælland, hvorfor det er forventeligt, at disse regioner vil fylde mest.

Alligevel er der dog en overrepræsentation af ansøgere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden fra Region Hovedstaden, hvor ca. 33 % af landets

virksomheder er placeret¹³. Modsat er der en underrepræsentation af virksomheder fra de andre regioner – særligt Region Sjælland hvor ca. 14 % af landets virksomheder er placeret. Dette mønster med en overrepræsentation af virksomheder fra Region Hovedstaden genfindes i en række tilsvarende ordninger.

Figur 3.4: Ansøgende virksomheder fordelt på regioner



Note: Alle ansøgere og deltagere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2018 er medtaget. Der er sorteret dobbeltgængere og outliers fra, hvorfor der kun indgår 1.019 virksomheder i denne figur.

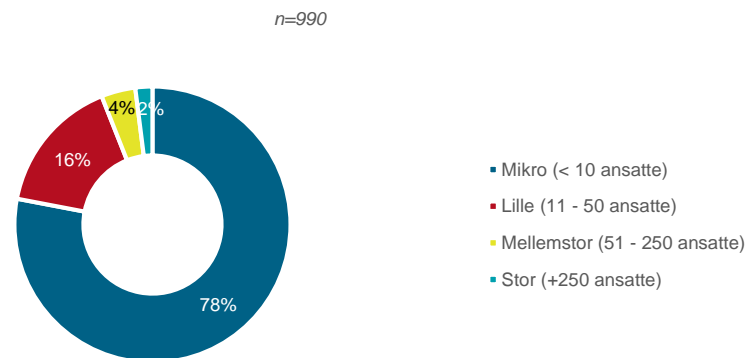
Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registreringer i Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden og Danmarks Statistik.

Jf. figur 3.5 er det helt overvejende mikrovirksomheder, som har søgt om medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden dvs. virksomheder med under 10 ansatte. Samtidig er kun ca. 6 % af ansøgerne til

¹³ www.statistikbanken.dk/GF8

Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden mellemstore og store virksomheder. Der er i perioden 2010-2018 ikke sket nogen nævneværdig udvikling i størrelsesfordelingen blandt ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Figur 3.5: Ansøgende virksomheder fordelt på antal årsværk ved ansøgningsår



Note: Alle ansøgere og deltagere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2018 er medtaget. Der var for en del virksomheder ikke registreret størrelse og/eller ansøgningsår, hvorfor disse ikke indgår i figuren.

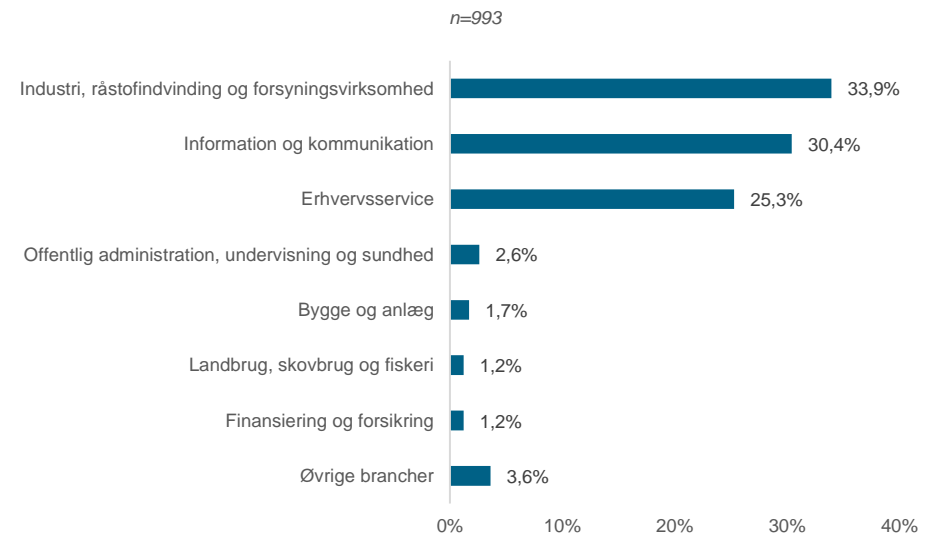
Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registreringer i Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden og Danmarks Statistik.

Jf. figur 3.6 udgør industri den største branche blandt ansøgere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden efterfulgt af virksomheder inden for IKT og erhvervsservice¹⁴. Disse tre hovedbrancher står tilsammen for ca. 90 % af ansøgerne til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. I perioden 2010-2018 er

¹⁴ Erhvervsservice dækker bl.a. over ingeniørvirksomheder, arkitekter og forsknings- og udviklingsafdelinger.

den mest nævneværdige udvikling, at IKT-virksomheder er kommet til at fylde relativt mere, mens industrivirksomheder er kommet til at fylde relativt mindre.

Figur 3.6: Ansøgende virksomheder fordelt på hovedbranche ved ansøgningsår



Note: Alle ansøgere og deltagere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2018 er medtaget. Der var for enkelte virksomheder ikke registreret branche og/eller ansøgningsår, hvorfor disse ikke indgår i figuren.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registreringer i Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden og Danmarks Statistik.

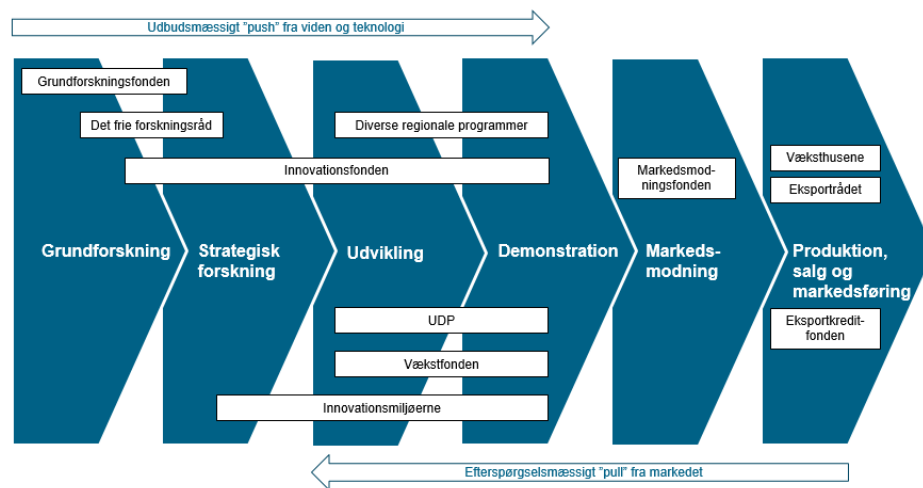
Samlet set er den typiske ansøger til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden altså en Industri- eller IKT-virksomhed fra Region Hovedstaden med under 10 årsværk.

3.4 Markedsmodningsfonden i det samlede innovations- og erhvervsfremmesystem

Der eksisterer en lang række forskellige innovations- og erhvervsudviklingsordninger, der på forskellige måder understøtter udviklingen af nye teknologier, nye produkter eller understøtter virksomhederne selv.

Markedsmodningsfonden blev etableret for at lukke et hul mellem innovationsordninger, der rækker til og med demonstration af nye teknologier og de sektorrettede udviklings- og demonstrationsprogrammer på den ene side og markedet på den anden side. Markedsmodningsfondens placering i det samlede system er illustreret i figur 3.7 herunder.

Figur 3.7: Markedsmodningsfonden i det samlede innovations- og erhvervsfremmelandskab



Kilde: Markedsmodningsfondens strategi for 2014.

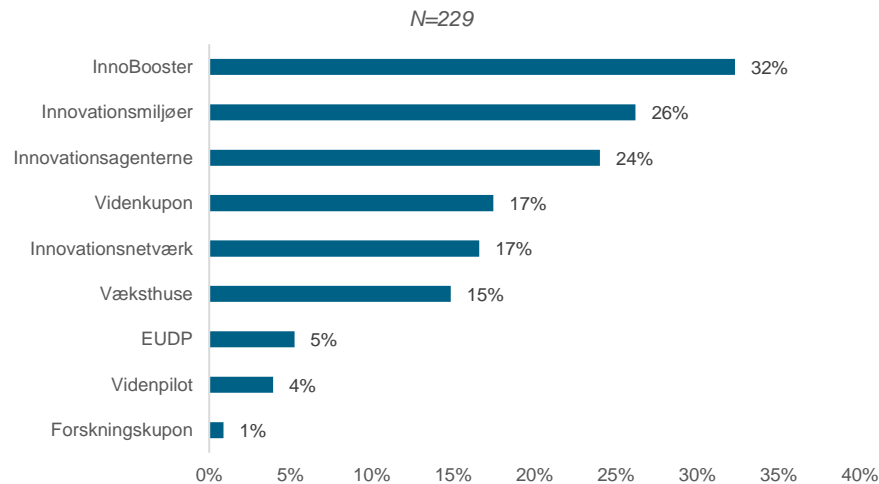
Det kan dog ofte være svært for virksomhederne at skelne præcist mellem de forskellige faser, hvorfor de ofte ansøger om tilskud fra flere ordninger på samme tid. Dette underbygges af en undersøgelse af samspillet mellem en række ordninger i det danske innovations- og erhvervsfremmesystem foretaget af Damvad i 2014¹⁵. Denne undersøgelse finder, at mange af ordningerne supplerer hinanden, og at virksomhederne i praksis benytter flere ordninger på samme tid.

For at undersøge samspillet mellem Markedsmodningsfonden og andre innovations- og erhvervsfremmeordninger er Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden blevet sammenkørt med InnovationDanmark-databasen samt deltagerregistrene for EUDP og strukturfondsfinansierede projekter. Denne samkørsel viser, at det er forholdsvist udbredt, at de virksomheder, der har opnået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden også har været deltagere i andre offentlige innovations- eller erhvervsudviklingsordninger.

Mere specifikt viser samkørslen, at 229 ud af 308 virksomheder har deltaget i andre ordninger udover Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Fordelingen af ordningerne er vist i figur 3.8, og det fremgår, at InnoBooster, Innovationsmiljøerne og Innovationsagenterne er de ordninger, som flest medfinansierede virksomheder fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden også har deltaget i.

¹⁵ Damvad (2014). "Sammenhæng for vækst og innovation - En databaseret kortlægning af sammenhænge i udbud og efterspørgsel i det danske innovations- og erhvervsfremmesystem".

Figur 3.8: Andel af medfinansierede virksomheder i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, som har modtaget tilskud fra andre ordninger



Note: Alle virksomheder som har fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2018 er inkluderet.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på en samkørsel af Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden med InnovationDanmark-databasen samt deltagerregistre for EUDP og strukturfondsfinansierede projekter.

Det er vigtigt at identificere, hvorvidt virksomhederne har fået tilskud fra andre ordninger, samtidig med at de har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden, når man måler effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden. Problemstillingen er her, om man reelt måler effekten af tilskuddet fra Markedsmodningsfonden, eller om der er tale om samspil med andre ordninger i den målte effekt.

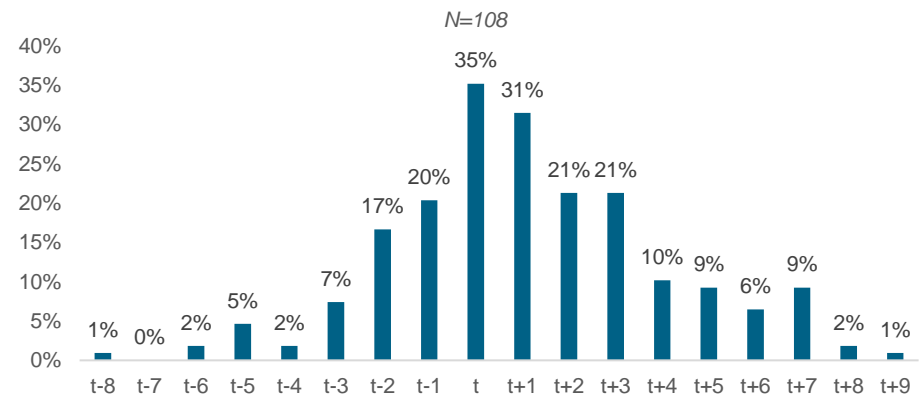
På den baggrund viser figur 3.9, hvornår en virksomhed har afsluttet et projekt med tilskud fra en anden ordning, i forhold til hvornår den er startet på et projekt med tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.¹⁶ Grafen dækker

¹⁶ Udregnet som: Slutåret for deltagelse i anden ordning – Startåret for deltagelse i MFF

over 108 virksomheder, hvor flere af dem har fået tilskud over flere omgange og fra forskellige ordninger. I alt har de 108 virksomheder fået tilskud fra andre ordninger end Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden til 244 projekter, hvoraf 191 projekter er afsluttet +/- 3 år fra projektstarten med Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Da oplysninger vedrørende start- og slutdato for deltagelse i Innovationsmiljøer og Innovationsnetværk ikke har været tilgængelige, indgår disse ordninger ikke i denne opgørelse. Dette er årsagen til, at antallet af analyserede virksomheder kun er 108.

Det fremgår af figuren, at størstedelen af virksomhederne i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, som har fået støtte fra andre ordninger, har modtaget denne støtte +/- 3 år fra projektstart med Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Figur 3.9: Andel af medfinansierede virksomheder i Markedsmodningsfonden som har modtaget tilskud fra andre ordninger fordelt på tidspunktet for modtagelse af disse tilskud.



Note: Søjlerne summer ikke til 100, da de 108 virksomheder deltager i 244 projekter, hvorfor samme virksomhed kan deltage i flere andre projekter end projektet i Markedsmodningsfonden.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på en samkørsel af Erhvervsstyrelsens projektdatabase for Markedsmodningsfonden med InnovationDanmark-databasen samt deltagerregistre for EUDP og strukturfondsfinansierede projekter.

Selvom ovenstående graf ikke indeholder alle innovations- og erhvervsfremmeordninger, giver den stadig et billede af, at mange virksomheder kombinerer tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden med tilskud fra andre ordninger, hvilket understøtter resultaterne fra Damvad (2014), og også blev nævnt i midtvejsevalueringen af Markedsmodningsfonden¹⁷. Dette rejser nogle grundlæggende spørgsmål om, hvordan effektvurderinger bedst tilrettelægges.

Hvis ikke der tages højde for det forhold, at mange virksomheder gør brug af flere ordninger, og samtidig effektvurderer ordningerne hver for sig, så opstår der en risiko for, at effekten af hver enkelt ordning overvurderes, idet ordningerne så at sige låner effekt fra hinanden. Der er grundlæggende to måder at håndtere denne udfordring.

For det første kan man designe effektvurderinger, som på troværdigvis kan isolere effekten af netop den undersøgte ordning fra effekten af de øvrige ordninger der evt. måtte have påvirket deltagerne. Dette kunne f.eks. indbefatte, at deltagelse i andre ordninger er et kriterium der indgår ved etablering af relevante kontrolgrupper. Denne metode er forfulgt i denne effektvurdering, hvis resultater præsenteres i kapitel 5.

For det andet kan man dykke dybere ned i det samspil, der kan opstå mellem de forskellige ordninger. Det har ikke været muligt at forfølge dette spor inden for rammerne af denne effektevaluering. Det ville dog f.eks. være oplagt at analysere, hvad der karakteriserer de virksomheder, der gør brug af forskellige innovations- og erhvervsfremmeordninger, og om der kan identificeres typer af samspil, der synes særligt værdiskabende for virksomhederne.

¹⁷ IRIS Group & Copenhagen Economics (2014). "Midtvejsevaluering af Markedsmodningsfonden Rapport 1 – Effekter og merværdi". https://markedsmodningsfonden.dk/sites/default/files/media/midtvejsevalueringafmarkedsmodningsfonden_1.pdf

4 Betydningen for virksomhederne

4.1 Hovedresultater

Formålet med denne del af evalueringen er at få et indblik i, hvilket billede hhv. medfinansierede og afviste virksomheder har af Markedsmodningsfonden (og til dels Fornyelsesfonden). Mere specifikt har Pluss og NIFU ved hjælp af to spørgeskemaer til medfinansierede og afviste virksomheder samt 10 opfølgende interviews afdækket:

- Virksomhedernes **motivation** for at søge tilskud fra Markedsmodningsfonden. Dette belyses i afsnit 4.2.
- Virksomhedernes erfaringer med **ansøgningsprocessen**. Dette belyses i afsnit 4.3.
- **Betydningen af medfinansieringen** eller manglen på samme for hhv. medfinansierede og afviste virksomheder. Dette belyses i afsnit 4.4.
- Virksomhedernes **erfaringer med eksterne finansieringskilder**. Dette belyses i afsnit 4.5.
- Virksomhedernes **vurdering af behovet for støtte til markedsmodning**. Dette belyses i afsnit 4.6.

Hvis Markedsmodningsfonden skal have en høj grad af additionalitet, skal de medfinansierede virksomheder opleve, at medfinansieringen har gjort en forskel for produktet/service og/eller virksomheden. Altså skal deres faktiske situation være bedre end deres kontrafaktiske situation, hvor de ikke havde modtaget medfinansiering. Samtidig vil det tyde på en høj grad af additionalitet, hvis de afviste virksomheder har oplevet negative konsekvenser af ikke at modtage

medfinansiering. Altså skal deres kontrafaktiske situation, hvor de havde modtaget medfinansiering, vurderes som værende bedre end deres faktiske situation. Dette er baggrunden for, at både medfinansierede og afviste virksomheder indgår i denne del af evalueringen.

Virksomheder som har fået tilsagn om medfinansiering fra Markedsmodningsfonden og/eller Fornyelsesfonden bliver i dette afsnit også omtalt som "**godkendte**" virksomheder, da disse modsat de afviste ansøgere blev godkendt i ansøgningsprocessen.

Den overordnede konklusion på denne del af evalueringen er, at Markedsmodningsfonden vurderes at have en **høj grad af additionalitet blandt både godkendte og afviste virksomheder**. De mest centrale resultater er:

- Virksomhederne angiver både faglige, økonomiske og administrative motiver til at de søgte om tilskud hos Markedsmodningsfonden, om end økonomiske og særligt faglige motiver er de hyppigst nævnte.
- Godkendte virksomheder opfatter i overvejende grad ansøgningsprocessen som værende let og gennemskuelig, mens afviste virksomheder til dels har det modsatte syn på ansøgningsprocessen.
- Godkendte virksomheder vurderer generelt, at tilskuddet fra Markedsmodningsfonden har haft positive effekter for produktet/ydelsen, som de søgte om tilskud fra Markedsmodningsfonden til, og at det havde haft negative konsekvenser for produktet/ydelsen, hvis ikke de havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden.
- Størstedelen af de afviste virksomheder vurderer, at afvisningen fra Markedsmodningsfonden har haft en negativ indvirkning på produktet/ydelsen, som de søgte om tilskud fra Markedsmodningsfonden til, og at det havde haft positive effekter for produktet/ydelsen, hvis de havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden.

- Godkendte virksomheder vurderer generelt, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har haft positive effekter for deres omsætning, beskæftigelse og eksport på nuværende tidspunkt, og at medfinansieringen vil fortsætte med at have positive effekter fremadrettet.
- Afviste virksomheder vurderer generelt, at det ville have haft positive effekter for deres omsætning, beskæftigelse og eksport, hvis de havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden.
- Generelt er de realiserede effekter blandt godkendte virksomheder og effektforventningerne blandt de afviste virksomheder meget store. Særligt virker effektforventningerne blandt de afviste virksomheder urealistiske.
- Der er ifølge både godkendte og afviste virksomheder betydelige afledte effekter af Markedsmodningsfonden – f.eks. i forhold til kapacitetsopbygning, samarbejdspartnere, andre produkter/ydelser i virksomheden og andre virksomheder. Det er vigtigt at være opmærksom på disse svært kvantificerbare afledte effekter i evalueringens konklusioner.
- Alle virksomhederne i de opfølgende interviews fremhæver, at markedsmodningsfasen er en kritisk fase, og at der her eksisterer et stort behov for støtte, som kan give produktet det sidste skub ud på markedet.

4.2 Markedsmodningsfonden udfylder et hul i markedet

Dette afsnit har til formål at belyse de forhold, som virksomhederne lagde mest vægt på, da de besluttede at søge om tilskud ved lige netop Markedsmodningsfonden.

Grundlæggende kan der sondres mellem tre typer af motiver, som kan være drivende for virksomheder, når de beslutter at søge økonomisk støtte fra en ordning:

- **Faglige motiver** – at midlerne kan anvendes til formål, der ellers ikke kan skaffes finansiering til.
- **Økonomiske motiver** – at støttemulighederne er bedre end i andre finansieringskilder.
- **Administrative motiver** – at midlerne er lettere at søge end andre kendte finansieringskilder.

Disse motivationstyper er ikke gensidigt udelukkende, og ingen af dem er grundlæggende gode eller mindre gode. Dog har motivationstyperne forskellige implikationer for, hvilke forventninger man kan have til effekt.

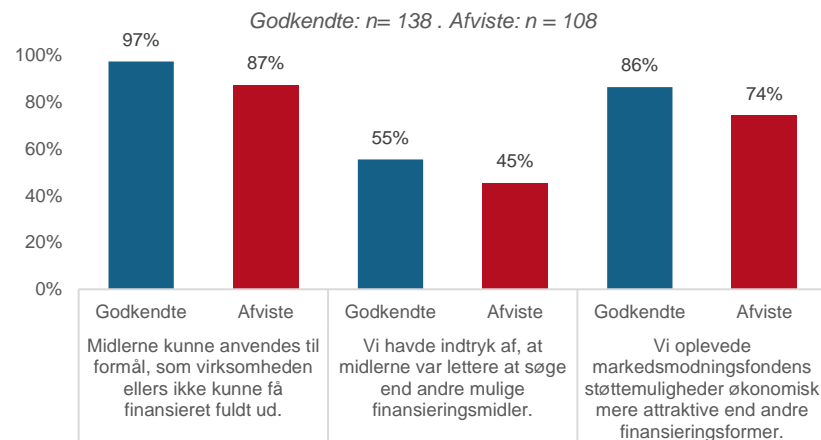
Hvis virksomhederne hovedsagelig har søgt Markedsmodningsfonden som følge af faglige motiver, kan Markedsmodningsfonden umiddelbart betragtes som havende en relativt høj additionalitet for virksomhederne. Dette skyldes, at virksomhederne i dette tilfælde vurderer, at de ikke kunne opnå midler til formålet på anden vis.

Hvis virksomhederne hovedsagelig har søgt Markedsmodningsfonden som følge af økonomiske motiver, kan Markedsmodningsfonden umiddelbart betragtes som havende en vis additionalitet. Selvom man potentielt kunne have fundet midler andetsteds, ville de ikke have været af samme omfang, og man ville derfor ikke nødvendigvis kunne have gennemført de samme aktiviteter.

Hvis virksomhederne hovedsageligt har søgt Markedsmodningsfonden som følge af administrative motiver, er det positivt i den forstand, at virksomhederne så opfatter Markedsmodningsfonden som let tilgængelig og ubureaukratisk. Dog kunne virksomhederne potentielt have fået finansiering til formålet fra andre kilder, som måske også var af større omfang. Dette indikerer, at additionaliteten af Markedsmodningsfonden er mindre, end hvis virksomhederne primært er drevet af andre motiver.

Det fremgår af figur 4.1, at alle tre typer af motiver er til stede blandt ansøgerne til Markedsmodningsfonden. Det hyppigst nævnte motiv for at søge tilskud hos Markedsmodningsfonden er, at midlerne kunne anvendes til formål, som virksomheden ellers ikke kunne få finansieret fuldt ud. Dette motiv fremhæves af hhv. 97 % af de godkendte virksomheder og 87 % af de afviste virksomheder.

Figur 4.1: Motivation for at søge tilskud hos Markedsmodningsfonden



Note: Figuren viser andelen af respondenter, der har svaret *I nogen grad, I høj grad, eller I meget høj grad* på spørgsmålet: "I hvilken grad har følgende faktorer motiveret jeres virksomhed til at søge om tilskud hos Markedsmodningsfonden set ift. andre investeringskilder?". Procenterne summerer ikke til 100, da virksomhederne har haft mulighed for at vælge flere svarmuligheder.

At faglige motiver er vigtige, uddybes i de opfølgende interviews, hvor alle virksomheder fremhæver, at de manglede/mangler kapital til tests og tilpasninger i den sidste fase, inden produktet skulle/skal på markedet, og at Markedsmodningsfonden taler lige ind i dette behov. Flere virksomheder fremhæver dog, at man potentielt kunne have fået privat finansiering til samme formål, som midlerne fra Markedsmodningsfonden blev anvendt til. Det tilskrives dog generelt stor betydning, at man som virksomhed ikke er afhængig af private investorer i denne fase, da man så kan undgå at afgive store dele af virksomheden, inden

produktet/ydelsen kommer på markedet. Derudover fremhæves det, at der er stor usikkerhed omkring, hvorvidt man kunne have tiltrukket privat finansiering, hvis ikke man havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden.

86 % af de godkendte virksomheder angiver, at de søgte om tilskud ved Markedsmodningsfonden, fordi de oplevede, at Markedsmodningsfondens støttemuligheder var økonomisk mere attraktive end andre finansieringsformer. Dette motiv nævnes tilsvarende for 74 % af de afviste virksomheder. Enkelte virksomheder i de opfølgende interviews nævner i den forbindelse, at det er afgørende for særligt små virksomheder, at støtteordninger har en relativt høj dækningsgrad, da det kan være svært for disse at finde store mængder egenfinansiering. Det fremhæves, at Markedsmodningsfonden netop har en relativt høj dækningsgrad i forhold til andre danske støtteordninger, men at den med fordel kunne være endnu højere.

Godt halvdelen af både godkendte og afviste virksomheder vurderer, at de bl.a. søgte om tilskud fra Markedsmodningsfonden, fordi de havde indtryk af, at midlerne var lettere at søge end andre mulige finansieringsmidler. Dette er således det motiv, som færrest ansøgere nævner som årsag til at søge tilskud hos Markedsmodningsfonden. Virksomhedernes syn på ansøgningsprocessen uddybes nedenfor.

Hvorfor søge om tilskud fra Markedsmodningsfonden?

- Størstedelen af virksomhederne har søgt om tilskud ved Markedsmodningsfonden, fordi de vurderede, at midlerne kunne anvendes til formål, som virksomheden ellers ikke kunne få finansieret fuldt ud.
- Økonomiske motiver har også betydning for en stor del af virksomhederne – særligt fremhæves det, at ordningens dækningsgrad er central.

4.3 Afgørende med tydelighed i ansøgningsprocessen

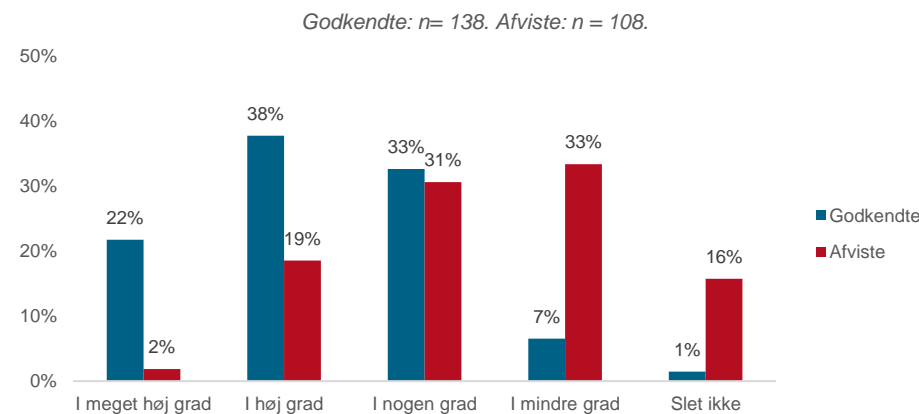
En ofte fremhævet kritik af offentlige støtteprogrammer er, at ansøgningsprocessen er så tung og bureaukratisk, at den afholder virksomheder fra at søge om tilskud. En central del af evalueringen af Markedsmodningsfonden er således at undersøge, hvilken opfattelse godkendte og afviste virksomheder har af ansøgningsprocessen. Dette er formålet med dette afsnit.

Figur 4.2 viser, at ca. 60 % af de godkendte virksomheder i varierende grad synes, at ansøgningsprocessen var gennemskuelig og enkel. En stor del af de afviste virksomheder har dog en anden opfattelse af ansøgningsprocessen, da ca. 49 % i varierende grad angiver, at de ikke fandt ansøgningsprocessen gennemskuelig og enkel.

Der kan være flere mulige forklaringer på, hvorfor godkendte og afviste virksomheder har forskellige syn på ansøgningsprocessen. En oplagt forklaring er, at de afviste ansøgere generelt er utilfredse med afvisningen, hvilket smitter af på den generelle holdning til Markedsmodningsfonden – herunder ansøgningsprocessen. Selvom denne forklaring ikke kan udelukkes, virker det sandsynligt, at forskellen også er drevet af andre forhold end selve afvisningen. F.eks. har afviste virksomheder generelt mindre erfaring med at søge og modtage tilskud end godkendte virksomheder, hvilket kan være en medvirkende faktor til, at afviste virksomheder gennemsnitligt finder ansøgningsprocessen mindre gennemskuelig end godkendte virksomheder. Dette belyses nærmere i afsnit 4.5.

De opfølgende interviews viser, at de virksomheder, som har gode erfaringer med ansøgningsprocessen, bl.a. finder det positivt, at processen forløber trinvist, så hele arbejdsbyrden ikke ligger først i processen, og at guidelines for hver enkelt fase var gode og udførlige. Selvom de fleste virksomheder er enige om, at ansøgningsprocessen var omfattende og krævende, fremhæves det desuden, at den har et fornuftigt niveau, og at den f.eks. er væsentligt mindre tung, end når man skal søge EU-programmer.

Figur 4.2: Opfattelse af ansøgningsprocessen



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet: "I hvilken grad har I oplevet ansøgningsprocessen til Markedsmodningsfonden som gennemskuelig og enkel?"

De virksomheder, som i varierende grad opfatter ansøgningsprocessen som uigennemskuelig og vanskelig, har generelt oplevet en manglende tydelighed og gennemskuelighed i forhold til det skriftlige materiale, testbrugererklæringen, tildelingskriterierne og præscreeningen.

Herudover kan der fremhæves tre centrale pointer om ansøgningsprocessen fra spørgeskemaundersøgelsen og de opfølgende interviews. For det første fremhæver mange, at ansøgningsprocessen er et så stort arbejde, at man – hvis man ikke har en konsulentbaggrund – er nødt til at hyre konsulenter til at udforme ansøgningen. Dette bl.a. for at sikre, at ansøgningen bliver skrevet i det rigtige sprog.

For det andet finder en del virksomheder det problematisk, at ansøgningen er knyttet så snævert op på test og tilpasning og ikke giver rum for videreudvikling. Særligt har IT- og teknologivirksomheder et stort behov for fleksibilitet i

prosjekterne, og her har Markedsmodningsfondens administration af projekterne været en udfordring.

For det tredje fremhæves det, at det er sårbart, at projekterne til den mundtlige præsentation – foruden en ekstern bedømmer – kun bliver bedømt af en enkelt person fra Markedsmodningsfonden, da man så er meget afhængig af, at denne person forstår projektet. Det fremhæves, at der ville være en mindre sårbarhed, hvis man havde et panel af bedømmere med forskellige baggrunde og kvalifikationer. Dette ville dog også være mere ressourcekrævende.

Syn på ansøgningsprocessen?

- Godkendte virksomheder synes i overvejende grad, at ansøgningsprocessen er gennemskuelig og enkel. Den modsatte tendens ses for afviste virksomheder.
- Virksomheder, som opfatter ansøgningsprocessen som uigennemskuelig, fremhæver i overvejende grad en manglende tydelighed – bl.a. i forhold til tildelingskriterierne og kravene til det skriftlige materiale.
- Mange virksomheder oplever, at det er nødvendigt at hyre konsulenter til at bistå med ansøgningsprocessen, da den opfattes som værende omfattende.

4.4 Markedsmodningsfonden har stor betydning for de konkrete produkter/ydelse og virksomhederne

Det afgørende spørgsmål i forhold til at vurdere Markedsmodningsfondens additionelitet blandt virksomhederne er, i hvilken grad tilskud fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme har haft en betydning for hhv. godkendte og afviste virksomheder. Formålet med dette afsnit er på den baggrund at belyse virksomhedernes egne vurderinger af betydningen af Markedsmodningsfonden.

I afsnittet sondres der mellem tre former for betydning af Markedsmodningsfonden.

For det første kan tilskuddet fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme have betydning for det produkt/den ydelse, som virksomheden søgte om tilskud til. Dette belyses i afsnit 4.4.1.

For det andet kan tilskuddet eller manglen på samme have betydning for virksomheden – f.eks. virksomhedens omsætning, beskæftigelse og eksport. Dette belyses i afsnit 4.4.2.

For det tredje kan der være afledte effekter forbundet med at ansøge om og/eller få medfinansiering fra Markedsmodningsfonden – f.eks. i form af kapacitetsopbygning, nye samarbejdspartnere eller andet. Dette belyses i afsnit 4.4.3.

4.4.1 Tilskud har betydning for produktet/ydelsen

For at afdække, hvilken betydning tilskuddet fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme har haft for produkterne/ydelserne, som virksomhederne søgte Markedsmodningsfonden om tilskud til, er der foretaget to aktiviteter.

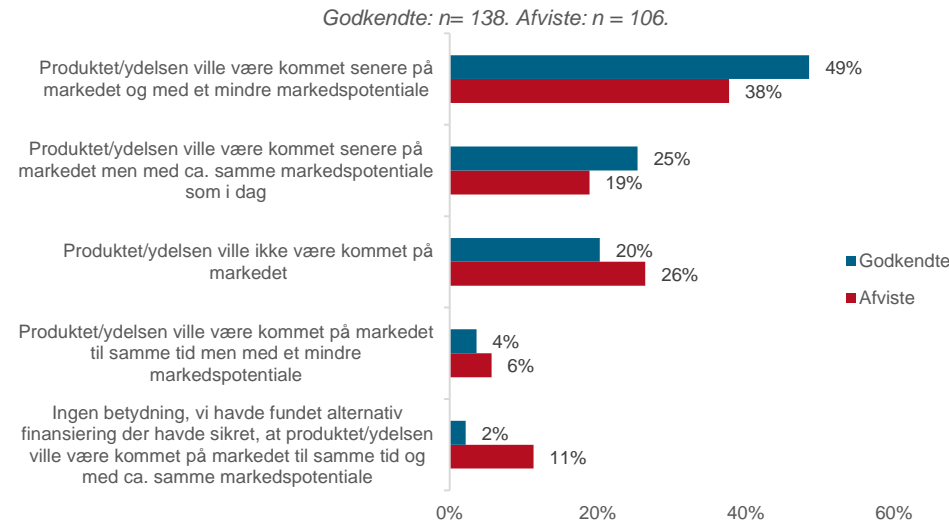
For det første sammenholdes de afviste virksomheders oplevede betydning af ikke at få tilskud fra Markedsmodningsfonden med de godkendte virksomheders vurdering af, hvad det havde betydet for produktet/ydelsen, hvis ikke de havde fået tilskud.

For det andet sammenholdes de godkendte virksomheders oplevede betydning af at få tilskud fra Markedsmodningsfonden med de afviste virksomheders vurdering af, hvad det havde betydet for produktet/ydelsen, hvis de havde fået tilskud.

Betydning af fraværet af tilskud fra Markedsmodningsfonden

Figur 4.3 viser betydningen for produktet/ydelsen i fraværet af tilskud fra Markedsmodningsfonden. Figuren er således et udtryk for de afviste virksomheders oplevede betydning af ikke at få støtte, samt den betydning, som de godkendte virksomheder vurderer, at det ville have haft for deres produkt/ydelse, hvis ikke de havde fået støtte.

Figur 4.3: Betydning for produktet/ydelsen i fraværet af tilskud fra Markedsmodningsfonden



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Hvilken betydning havde det haft for udviklingen af jeres produkt/ydelse, hvis det ikke var blevet medfinansieret af Markedsmodningsfonden?" til de godkendte virksomheder, og "Hvilken betydning har det haft for udviklingen af jeres produkt/ydelse, at det ikke er blevet medfinansieret af Markedsmodningsfonden?" til de afviste virksomheder.

Størstedelen af både godkendte og afviste virksomheder angiver, at fraværet af tilskud hhv. ville have haft/har haft betydning for produktet/ydelsen, som man søgte om tilskud fra Markedsmodningsfonden til.

Mere specifikt vurderer ca. 49 % af de godkendte virksomheder, at produktet/ydelsen ville være kommet senere på markedet og med et mindre markedspotentiale, hvis ikke man havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden, mens ca. 20 % angiver, at produktet/ydelsen slet ikke ville være kommet på markedet uden tilskuddet fra Markedsmodningsfonden. Samme tendens ses for de afviste virksomheder, hvor ca. 38 % angiver, at produktet/ydelsen er kommet/ville være

kommet senere på markedet og med et mindre markedspotentiale, end det ellers ville have gjort, mens ca. 26 % angiver, at produktet/ydelsen ikke er kommet/ikke vil komme på markedet.

Hovedparten af de godkendte og afviste virksomheder, som angiver, at produktet/ydelsen hhv. ville have haft/har haft et mindre markedspotentiale, angiver, at dette skyldes et mindre antal tests og tilpasninger, mindre faglig ekspertise og færre samarbejdsaftaler. Derudover fremhæver en del virksomheder, at markedspotentialet er mindre, da virksomheden ikke længere er firstmover/ikke ville have været det, fordi udviklingen er gået langsommere, og markederne er i konstant udvikling.

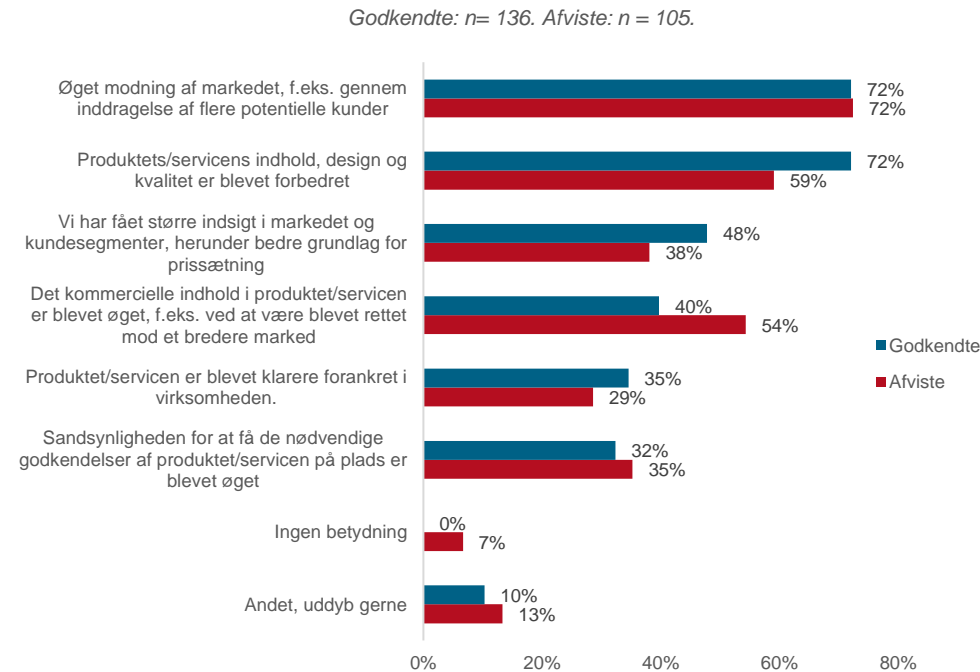
Jf. figur 4.3, angiver hhv. 2 % og 11 % af godkendte og afviste virksomheder, at fraværet af støtte fra Markedsmodningsfonden ikke havde/har haft en betydning for produktet/ydelsen, da man havde fundet alternativ finansiering der havde sikret, at produktet/ydelsen var kommet på markedet til samme tid og med ca. samme markedspotentiale. Blandt disse virksomheder er privat finansiering det hyppigst nævnte alternativ til Markedsmodningsfonden, mens der også er en stor del af virksomhederne, der angiver innovationsordninger (f.eks. InnoBooster og Innovationsagenterne) som alternativer.

Betydning af tilskud fra Markedsmodningsfonden

Hvor figur 4.3 viste betydningen for produktet/ydelsen i fraværet af tilskud fra Markedsmodningsfonden, viser figur 4.4 modsat de realiserede/forventede effekter for produktet/ydelsen som følge af tilskud fra Markedsmodningsfonden.

Det fremgår af figuren, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden i høj grad har haft positive effekter for produktet/ydelsen for de godkendte virksomheder. F.eks. angiver ca. 72 %, at man har opnået øget modning af markedet, f.eks. gennem inddragelse af flere potentielle kunder, mens 72 % angiver, at produktets/ydelsens indhold, design og kvalitet er blevet forbedret. Samtidig angiver ingen virksomheder, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden ikke har haft nogen betydning for produktet/ydelsen på nuværende tidspunkt.

Figur 4.4: Realiserede/forventede effekter for produktet/ydelsen som følge af støtte fra Markedsmodningsfonden



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Hvilke effekter vurderer du, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har haft for jeres produkt/ydelse på nuværende tidspunkt?" til de godkendte virksomheder, og spørgsmålet "Hvad håbede I at opnå gennem medfinansiering fra Markedsmodningsfonden?" til de afviste virksomheder. Procenterne summerer ikke til 100, da virksomhederne har haft mulighed for at vælge flere svarmuligheder.

Størstedelen af de afviste virksomheder vurderer på tilsvarende vis, at det ville have haft positive effekter for produktet/ydelsen, hvis man havde fået tilskud fra Markedsmodningsfonden. F.eks. angiver ca. 72 % af de afviste virksomheder, at de ville have opnået øget modning af markedet, f.eks. gennem inddragelse af flere potentielle kunder, mens 59 % angiver, at produktets/ydelsens indhold,

design og kvalitet ville være blevet forbedret. Dog angiver 7 %, at tilskuddet fra Markedsmodningsfonden ikke ville have haft nogen betydning for produktet/ydelsen.

Blandt virksomheder, der har svaret "Andet, uddyb gerne", kan følgende kommentarer fremhæves:

- At det er svært at sige på nuværende tidspunkt, da virksomheden først fik støtte i 2018.
- At produktet af forskellige grunde ikke længere markedsføres.
- At det ikke ville have været muligt at få yderligere finansiering uden Markedsmodningsfonden.
- At støtten har hjulpet med at få en prototype på markedet.

Opsummering

Ovenstående resultater fra spørgeskemaundersøgelsen tegner et billede af, at tilskud fra Markedsmodningsfonden eller manglen på sammen har haft stor betydning for produktet/ydelsen, hvilket også smitter af på virksomheden.

I de opfølgende interviews fremhæves det da også, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden på mange måder har været/er afgørende for, at mange godkendte virksomheder stadig eksisterer. Af særlig betydning fremhæves det, at:

- Medfinansieringen sikrede virksomheden den likviditet, som var nødvendig for at gennemføre det minimumsniveau af aktiviteter og tests, det ville kræve for at få produktet på markedet.
- Medfinansieringen har været med til at accelerere processen, så man er kommet på markedet som firstmover.

- Den prøveperiode, som medfinansieringen muliggjorde, gav virksomheden sin første reference og bragte dem ind på markeder, som ellers ville have været lukkede.
- Private investorer har været villige til at investere i virksomheden, fordi deres penge blev suppleret med støtten fra Markedsmodningsfonden.

De afviste virksomheder fremhæver tilsvarende, at afslaget fra Markedsmodningsfonden i høj grad har betydet, at processen er gået langsommere, og at man har haft travlt med at finde alternativ finansiering, så man kunne få markedsmodnet og videreudviklet produktet/ydelsen.

Betydning for produktet/ydelsen?

- De godkendte virksomheder vurderer i høj grad, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har haft positive konsekvenser for produktet/ydelsen, og at fraværet af tilskud havde haft betydelige negative konsekvenser.
- De afviste virksomheder vurderer i høj grad, at fraværet af tilskud har haft negative konsekvenser for produktet/ydelsen, og at et tilskud fra Markedsmodningsfonden tilsvarende ville have haft positive konsekvenser for produktet/ydelsen.

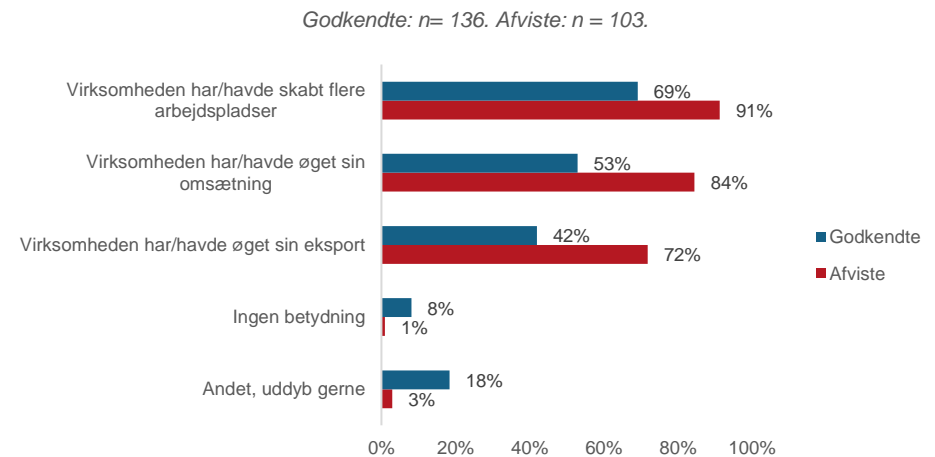
4.4.2 Tilskud har betydning for virksomhedernes omsætning, beskæftigelse og eksport

Ud over at afdække, hvilken betydning tilskuddet fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme har haft for produktet/ydelsen, er det vigtigt at afdække, om virksomhederne har oplevet konsekvenser af tilskuddet eller manglen på samme i forhold til omsætning, arbejdspladser og eksport.

Figur 4.5 viser hhv. de effekter, som tilskuddet på nuværende tidspunkt har haft for de medfinansierede virksomheder, og hvilke effekter de afviste virksomheder forventer at ville have opnået, hvis de havde fået støtte fra Markedsmodningsfonden.

Det fremgår af figuren, at de godkendte virksomheder generelt vurderer, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har haft positive effekter. Således angiver hhv. 69 %, 53 % og 42 % af de godkendte virksomheder, at virksomheden har skabt flere arbejdspladser, øget sin omsætning og øget sin eksport som følge af medfinansieringen. 8 % af de godkendte virksomheder angiver imidlertid, at medfinansieringen på nuværende tidspunkt ikke har haft nogen betydning for virksomheden. Når man sammenholder dette med, at otte respondenter under "Andet, uddyb gerne" har skrevet, at det er for tidligt i forløbet til at vurdere effekterne for virksomheden, tyder det på, at en stor del af dem, som ikke har oplevet nogen betydning, er virksomheder, der først for nylig har påbegyndt projektet.

Figur 4.5: Realiserede/forventede effekter for virksomheden som følge af støtte fra Markedsmodningsfonden



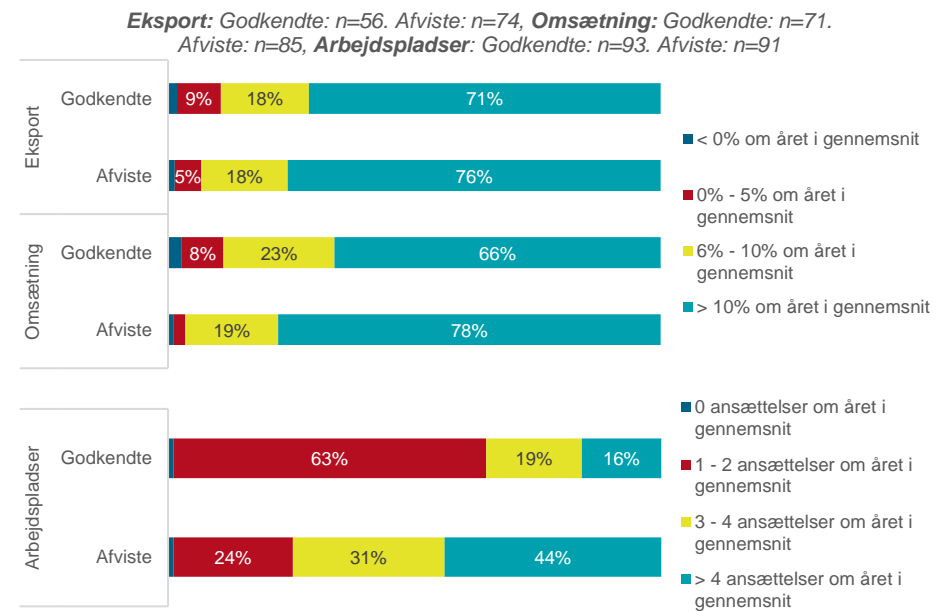
Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Hvilke effekter vurderer du, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har haft for virksomheden på nuværende tidspunkt?" til de godkendte virksomheder, og spørgsmålet "Hvilke effekter vurderer du, at det ville have haft for virksomheden, hvis I havde fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden?" til de afviste virksomheder. Procenterne summerer ikke til 100, da virksomhederne har haft mulighed for at vælge flere svarmuligheder.

De afviste virksomheder angiver generelt, at støtte fra Markedsmodningsfonden ville have haft positive effekter for virksomheden. Således angiver hhv. 91 %, 84 % og 72 % af de afviste virksomheder, at virksomheden ville have skabt flere arbeidsplasser, øget sin omsætning og øget sin eksport, hvis man hadde fått medfinansiering.

Det er bemerkelsesværdigt, at færre godkendte virksomheder angiver positive realiserede effekter sammenlignet med andelen af afviste virksomheder, som forventer positive effekter. Der kan være flere forklaringer på dette. En forklaring kunne være, at de afviste virksomheder modsat de godkendte virksomheder skal forholde sig til en kontrafaktisk situation, hvilket er forbundet med en større usikkerhet, end når man skal forholde sig til en faktisk situation. Samtidig virker det sandsynligt, at afviste virksomheder er mere tilbøjelige til at overdrive end godkendte virksomheder, da afviste virksomheder kunne have en interesse i at demonstrere de store effekter, som Markedsmodningsfonden er gået glip af ved at give dem et afslag.

Figur 4.6 viser størrelsen på effekterne for omsætning, arbeidsplasser og eksport for de virksomheder, som har angivet, at de har oplevet effekter/ville have oplevet effekter for disse forhold.

Figur 4.6: Størrelsen af realiserede/forventede effekter



Note: Figuren viser fordelingen på spørsmålene "Hvor meget har virksomheden på nuværende tidspunkt øget sin omsætning, arbeidsplasser og eksport som resultat af medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden?" til de godkendte virksomheder, og spørsmålene "Hvor meget forventer du, at virksomheden årligt ville have øget sin omsætning, arbeidsplasser og eksport inden for 3-5 år, hvis I hadde fått medfinansiering fra Markedsmodningsfonden?" til de afviste virksomheder. Besvarelsen af spørsmålene er betinget af, at virksomhederne har angivet i spørreskemaet, at de har realiseret/forventet effekter for hhv. omsætning, arbeidsplasser og eksport.

Det fremgår af figuren, at godkendte virksomheder, der har fått større omsætning og eksport samt flere arbeidsplasser som følge af støtten fra Markedsmodningsfonden, generelt har oplevet rigtig store effekter – særligt mht. omsætning og eksport. Således har hhv. 66 % og 71 % af de godkendte virksomheder, som har realiseret en omsætnings- eller eksportstigning, haft en stigning på over 10 % om året i gennemsnit, mens 16 % af de godkendte virksomheder, der har realiseret en stigning i arbeidsplasser, har haft en stigning på over 4 ansættelser om året i gennemsnit.

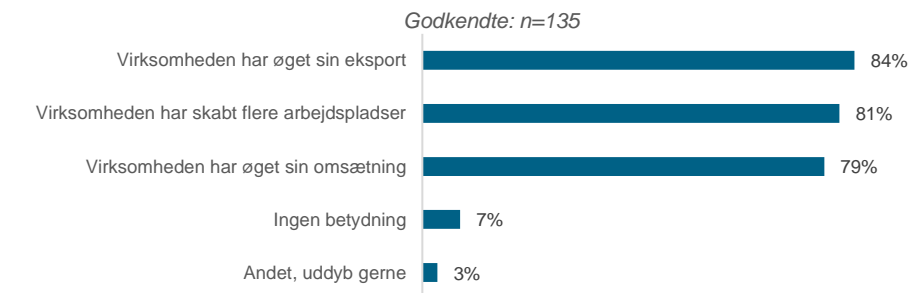
Afviste virksomheder, der har angivet, at de havde opnået øget omsætning og eksport samt flere arbejdspladser, hvis de havde fået støtte fra Markedsmodningsfonden, forventer generelt, at disse effekter havde været store – særligt mht. omsætning og eksport. Således forventer hhv. 78 % og 76 % af de afviste virksomheder, der forventer en omsætnings- og eksportstigning, en stigning på over 10 % om året i gennemsnit, mens 44 % af de afviste virksomheder, der forventer en stigning i arbejdspladser, forventer en stigning på over 4 ansættelser om året i gennemsnit.

Der findes den samme tendens som i figur 4.5, da de realiserede effekter for godkendte virksomheder er lavere end de forventede effekter blandt afviste virksomheder. Alligevel er de realiserede effekter blandt godkendte virksomheder – ligesom blandt afviste virksomheder – urealistisk store. Det er da også vores erfaring, at den reelle effekt af en ordning normalt er markant mindre end de selv-vurderede effekter blandt deltagerne i ordningen. Dette er også en af grundene til, at evalueringen af Markedsmodningsfonden også indeholder en egentlig effektvurdering baseret på objektive registerdata.

På trods af dette forbehold vedrørende effektstørrelserne, er der ingen tvivl om, at Markedsmodningsfonden ifølge de godkendte virksomheder har haft en positiv betydning, mens de afviste virksomheder forventer, at den ville have haft en positiv betydning for dem, hvis de havde fået tilskud.

Medfinansierede virksomheder forventer, jf. figur 4.7, også, at tilskuddet fra Markedsmodningsfonden fortsat vil have positive effekter for virksomheden fremadrettet. Således forventer hhv. 84 %, 81 % og 79 % af godkendte virksomheder, at tilskuddet fra Markedsmodningsfonden fremadrettet vil øge virksomhedens eksport, skabe flere arbejdspladser og øge virksomhedens omsætning. De fremadrettede effekter for omsætning, arbejdspladser og eksport forventes at være af nogenlunde samme størrelsesorden som de realiserede effekter, hvorfor disse også forekommer urealistisk store.

Figur 4.7: Fremadrettede effekter af medfinansiering for godkendte virksomheder



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Hvilke effekter vurderer du, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden vil have for virksomheden fremadrettet?". Procenterne summerer ikke til 100, da virksomhederne har haft mulighed for at vælge flere svarmuligheder.

Betydning for virksomhederne?

- Godkendte virksomheder vurderer, at Markedsmodningsfonden har haft en betydning for virksomhedens omsætning, beskæftigelse og eksport, mens afviste virksomheder forventer, at det ville have haft positive konsekvenser for dem, hvis de havde fået tilskud.
- De realiserede/forventede effekter blandt hhv. godkendte og afviste virksomheder for omsætning, beskæftigelse og eksport fremstår urealistisk store. Dette indikerer et behov for en mere objektiv effektmåling.

4.4.3 Tilskud fra Markedsmodningsfonden vurderes at have afledte effekter

Ovenstående to afsnit har behandlet den direkte betydning af tilskuddet fra Markedsmodningsfonden eller manglen på samme for hhv. godkendte og afviste virksomheder. Det er dog mindst lige så vigtigt at tage højde for, at ansøgningen til og medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden også kan have afledte effekter for virksomhederne.

Dette afsnit belyser på den baggrund fem forskellige typer af afledte effekter.

For det første undersøges det, om virksomhederne føler sig **klædt bedre på til videre finansieringssøgning** efter interaktionen med Markedsmodningsfonden.

For det andet undersøges det, om der blandt de godkendte virksomheder er sket en **generel kapacitetsopbygning** som følge af medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden.

For det tredje undersøges det, om interaktionen med Markedsmodningsfonden har medført, at virksomhederne har fået **nye samarbejdspartnere**, som også kan bruges i fremadrettede udviklingsprojekter.

For det fjerde kan produktet/ydelsen, som virksomheden har fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden til, medføre **spillover-effekter til andre produkter/ydelser i virksomheden**.

For det femte kan virksomhedens vækst have **spillover-effekter i forhold til andre virksomheder** – f.eks. underleverandører.

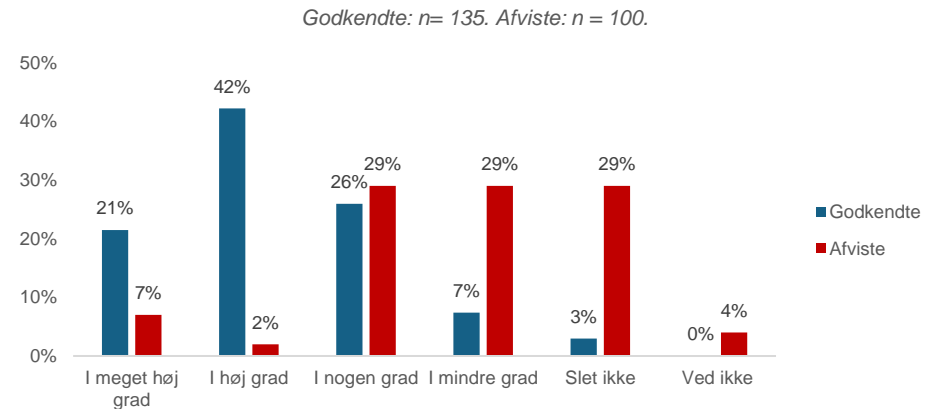
Særligt medfinansierede virksomheder føler sig bedre klædt på til videre finansieringssøgning

Det vil være en positiv afledt effekt af Markedsmodningsfonden, hvis virksomhedernes interaktion med Markedsmodningsfonden betyder, at de udvikler en kapacitet til at søge offentlige og/eller private midler og dermed bliver bedre i stand til at opnå videre finansiering.

Figur 4.8 viser, at ca. 63 % af de godkendte virksomheder oplever, at ansøgningen til og medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har klædt dem bedre på til videre finansieringssøgning. Denne tendens findes ikke i samme grad blandt de afviste virksomheder. Her synes ca. 58 % i varierende grad ikke, at de

er blevet klædt bedre på til videre finansieringssøgning som følge af deres interaktion med Markedsmodningsfonden.

Figur 4.8: Grad hvormed hhv. medfinansiering fra og ansøgning til Markedsmodningsfonden har klædt virksomheden bedre på til videre finansieringssøgning



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "I hvilken grad oplever du, at ansøgningen til og medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har klædt Jer bedre på til videre finansieringssøgning?"

Blandt de virksomheder, der ikke føler sig klædt bedre på til videre finansieringssøgning, fremhæves det i de opfølgende interviews, at bedømmelsen har været lidt en black box, hvor man sender en ansøgning ind og får et kort svar tilbage. Derfor føler virksomhederne ikke nødvendigvis, at de er blevet klogere på, hvilke forhold man skal lægge vægt på osv. i en ansøgning.

Det fremgår af spørgeskemaundersøgelsen og de opfølgende interviews, at årsagerne til, at virksomhederne føler sig bedre klædt på til videre finansieringssøgning, i høj grad er, at:

- Markedsmodningsfonden har fungeret som en blåstempling, som har stillet virksomheden stærkere over for både investorer og kunder.

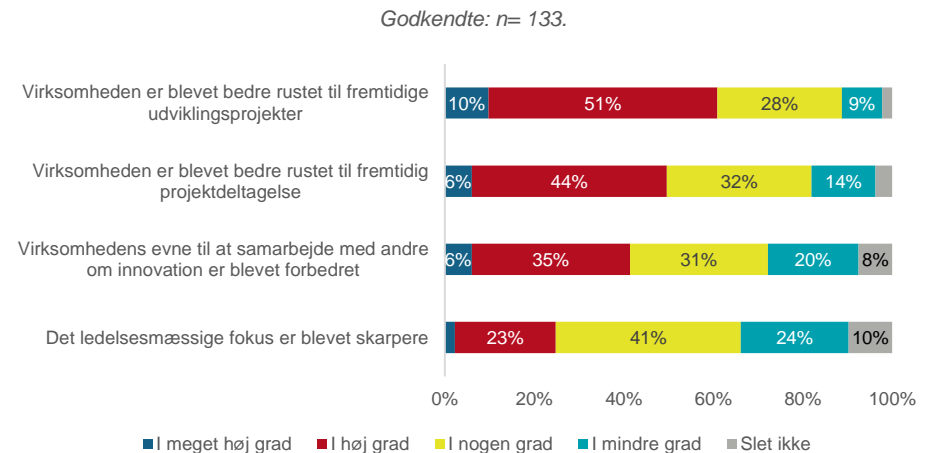
- Virksomhederne er blevet bevidste om produktets/ydelsens fokus og formål, samt at kommunikere dette til udenforstående.
- Virksomhederne er blevet bekendte med ansøgningsprocedurer og er blevet mere trygge ved at søge offentlig finansiering igen.
- Virksomhederne er blevet mere opmærksomme på produktets/ydelsens styrker og svagheder.
- Virksomhederne har udviklet et skarpere pitch til produktet/ydelsen.

Kapacitetsopbygning i godkendte virksomheder

Ud over at opbygge kapacitet til at søge videre finansiering virker det også sandsynligt, at tilskud fra Markedsmodningsfonden har opbygget en mere generel innovationskapacitet i virksomhederne. Dette vil også være en særdeles positiv afledt effekt af Markedsmodningsfonden, da virksomheders innovationskapacitet er tæt forbundet til deres vækst og udvikling.

Det fremgår af figur 4.9, at godkendte virksomheder generelt føler, at projektet har bidraget til at opbygge en kapacitet i virksomheden. F.eks. angiver 89 % af virksomhederne i varierende grad, at virksomheden er blevet bedre rustet til fremtidige udviklingsprojekter som følge af deltagelse i Markedsmodningsfonden, mens 72 % i varierende grad angiver, at virksomheden har forbedret sin evne til at samarbejde med andre om innovation.

Figur 4.9: Grad hvormed godkendte virksomheder har oplevet en kapacitetsopbygning som følge af ansøgning til og medfinansiering fra Markedsmodningsfonden



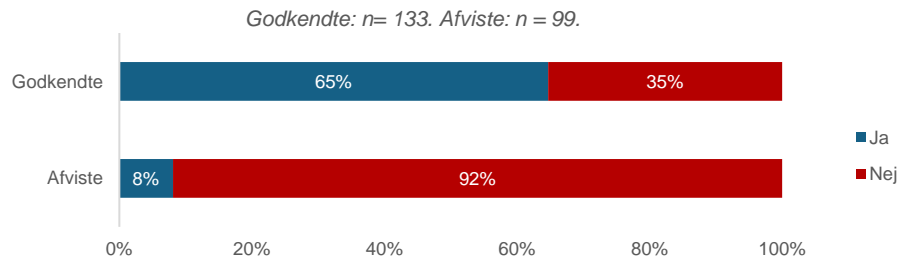
Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "I hvilken grad er du enig i, at medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden har betydet følgende for virksomheden?"

Særligt godkendte virksomheder har fået nye samarbejdspartnere som følge af Markedsmodningsfonden

Det vil være en positiv afledt effekt af Markedsmodningsfonden, hvis virksomhederne via ansøgningen til og/eller medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden opbygger relationer til nye samarbejdspartnere, som man kan trække på i forhold til det konkrete projekt og fremtidige projekter.

Figur 4.10 viser, at godkendte virksomheder i markant højere grad end afviste virksomheder har fået nye samarbejdspartnere som følge af hhv. medfinansieringen fra og ansøgningen til Markedsmodningsfonden. Dette er forventeligt, da godkendte virksomheder har haft samarbejdspartnerne med i hele eller dele af projektperioden, mens afviste virksomheder i udgangspunktet kun har haft samarbejdspartnerne med i ansøgningsprocessen og derfor i mindre grad har opbygget en relation til samarbejdspartnerne.

Figur 4.10: Flere samarbeidspartnere som følge af Markedsmodningsfonden?

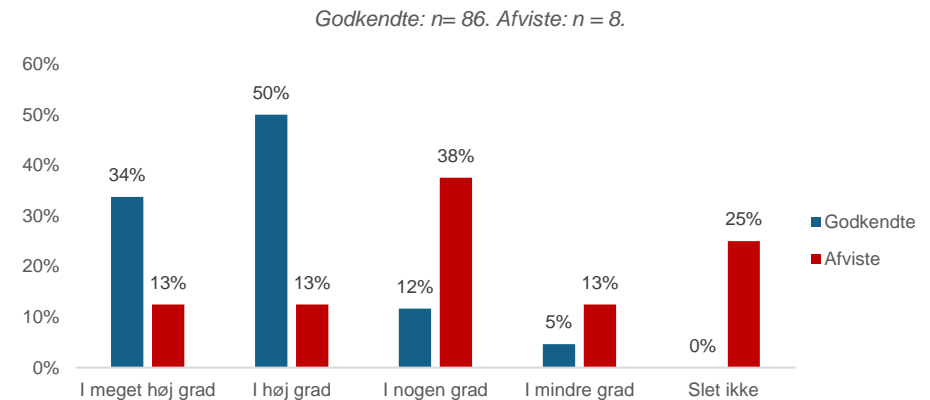


Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Har medfinansieringen/ansøgningen om medfinansiering fra Markedsmodningsfonden betydet, at der er blevet involveret flere virksomheder/samarbejdspartnere i udviklingen af produktet/ydelsen, end hvis ikke I havde modtaget/ansøgt?"

Figur 4.11 viser, at der blandt godkendte virksomheder er generel enighed om, at involveringen af flere samarbejdspartnere har haft en positiv betydning og skabt værdi for projektet. I de opfølgende interviews fremhæver to virksomheder f.eks., hvordan deres samarbejdspartnere fra projektet i Markedsmodningsfonden har været afgørende for, at de fik adgang til det asiatiske marked, som ellers kan være svært at få adgang til.

Afviste virksomheder forholder sig mere skeptiske til værdien af de involverede samarbejdspartnere. Denne konklusion er dog med visse forbehold, da der kun er otte afviste virksomheder, der har fået nye samarbejdspartnere som følge af ansøgningen til Markedsmodningsfonden, og som derfor indgår i dette spørgsmål.

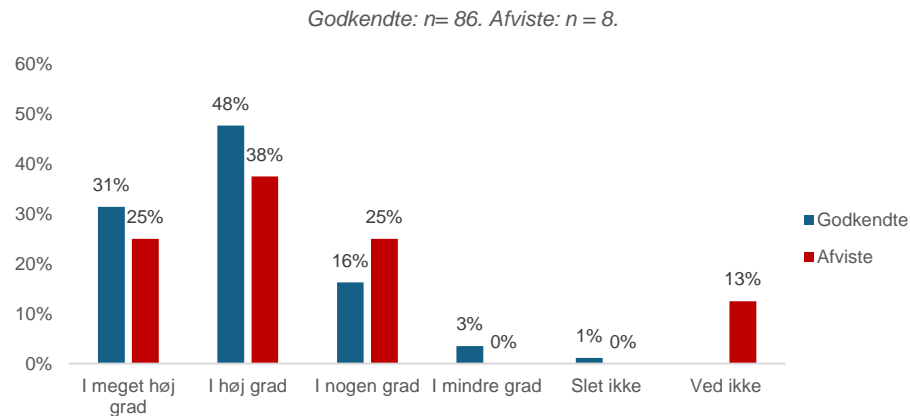
Figur 4.11: Graden, hvormed involveringen af flere virksomheder/samarbejdspartnere har haft en positiv betydning og skabt værdi for projektet.



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "I hvilken grad vurderer du, at involveringen af flere virksomheder/samarbejdspartnere har haft en positiv betydning og skabt værdi for projektet?" for godkendte virksomheder, og "I hvilken grad har disse samarbejdspartnere fortsat været en del af udviklingen af produktet/ydelsen efter afslaget fra Markedsmodningsfonden?" for afviste virksomheder. Besvarelsen af spørgsmålet er betinget af, at virksomhederne har angivet, at hhv. medfinansieringen fra og ansøgningen til Markedsmodningsfonden har betydet involvering af flere samarbejdspartnere.

Figur 4.12 viser, at der blandt både godkendte og afviste virksomheder generelt er en holdning til, at man kan trække på de involverede samarbejdspartnere i fremtidige udviklingsprojekter. Der indgår dog – som i forrige figur – kun otte afviste virksomheder i dette spørgsmål, hvorfor konklusionerne vedrørende afviste virksomheder skal tages med visse forbehold. Det fremgår af de opfølgende interviews, at mange af de samarbejdspartnere, som man har fået kontakt til som følge af medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden, senere har udviklet sig til kvalificerede efterspørgere og kunder, hvorfor man i høj grad trækker på dem i virksomhedens fremtidige udvikling.

Figur 4.12: Graden, hvormed man kan trække på disse nye samarbejdspartnere i fremtidige udviklingsprojekter?



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "I hvilken grad forventer du, at din virksomhed vil kunne trække på disse nye samarbejdspartnere i fremtidige udviklingsprojekter?". Besvarelsen af spørgsmålet er betinget af, at virksomhederne har angivet, at hhv. medfinansieringen fra og ansøgningen til Markedsmodningsfonden har betydet involveringen af flere samarbejdspartnere.

Spillover til andre produkter/ydelser i virksomheden

I de opfølgende interviews fremhæves det, at det produkt/den ydelse, man fik tilskud til fra Markedsmodningsfonden, har kunne bruges til at udvikle andre produkter/ydelser i virksomheden – f.eks. ved at genbruge teknologi og know-how. Altså er der mange eksempler på, at en virksomhed kun har en lille omsætning på selve det produkt/den ydelse, som man fik tilskud fra Markedsmodningsfonden til, men hvor resten af virksomhedens omsætning er fra produkter, som ikke var blevet udviklet, hvis ikke det havde været for produktet, som man fik tilskud fra Markedsmodningsfonden til.

Spillover til andre virksomheder

Flere virksomheder fremhæver desuden, at den vækst og udvikling, de har oplevet som følge af medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden, generelt har

været med til at skabe vækst og arbejdspladser hos deres underleverandører. F.eks. fremhæves det, at det også har været med til at trække underleverandører ind på markeder, som de på egen hånd aldrig var kommet ind på, når virksomhedens produkt/ydelse er kommet ind på disse markeder.

Afledte effekter?

- Der er ifølge både godkendte og afviste virksomheder betydelige afledte effekter af Markedsmodningsfonden – f.eks. i forhold til kapacitetsopbygning, samarbejdspartnere, andre produkter/ydelser i virksomheden og andre virksomheder. Det er vigtigt at være opmærksom på disse svært kvantificerbare afledte effekter i evalueringens konklusioner.

4.5 En stor del af virksomhederne har også fået anden finansiering

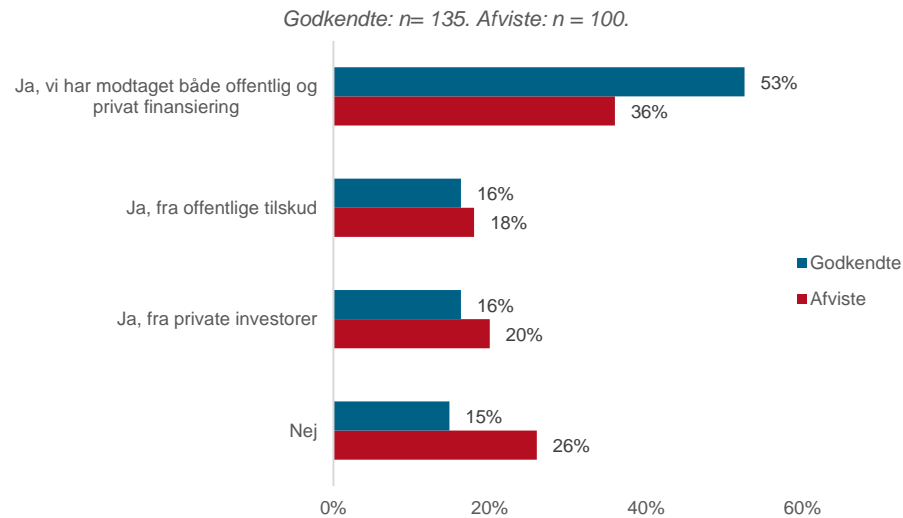
Virksomhedernes erfaringer med eksterne finansieringskilder er relevante at afdekke af flere grunde:

- Virksomhedernes erfaring med eksterne finansieringskilder kan have betydning for deres generelle kapacitet til at arbejde med udviklingsprojekter og dermed deres generelle disponering for vækst og udvikling.
- Det er, jf. kapitel 3, sandsynligt, at virksomheder, der har fået støtte fra Markedsmodningsfonden, også har fået støtte fra andre finansieringskilder. Det er i den forbindelse vigtigt at afdække, om denne støtte har været til det samme projekt, som støtten fra Markedsmodningsfonden er gået til, så man ikke blander forskellige ordningers effekter sammen.

Figur 4.13 viser, at størstedelen af de virksomheder, som søger om tilskud ved Markedsmodningsfonden, tidligere har modtaget ekstern finansiering fra private og/eller offentlige kilder. Der er dog en større andel blandt de afviste virksomheder, der ikke tidligere har modtaget ekstern finansiering, end hos de godkendte

virksomheder. Således har 26 % af afviste virksomheder ikke tidligere modtaget ekstern finansiering, mens dette kun er gældende for 15 % af de medfinansierede virksomheder.

Figur 4.13: Tidligere erfaringer med ekstern finansiering

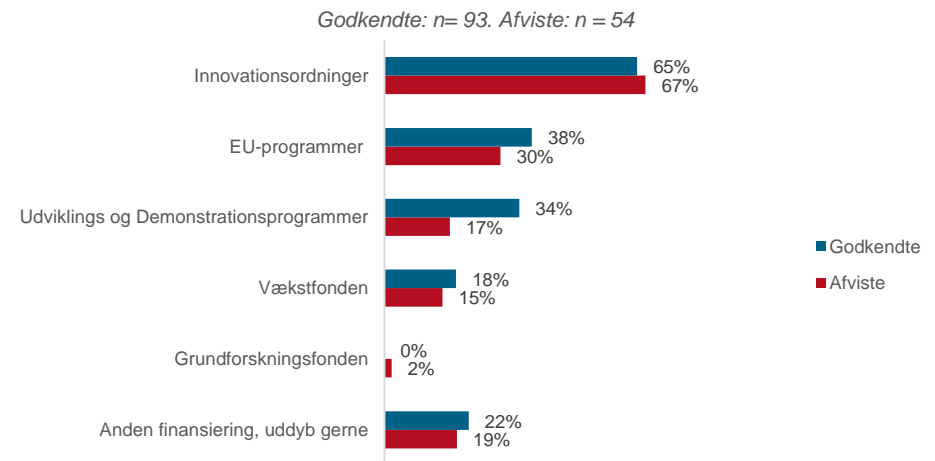


Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Har jeres virksomhed tidligere modtaget ekstern finansiering?"

Dette indikerer, at virksomheder, der tidligere har modtaget ekstern finansiering, har større chance for at blive godkendt ved Markedsmodningsfonden end virksomheder uden denne erfaring. Desuden virker det sandsynligt, at erfaringer med ekstern finansiering kan være korreleret med virksomhedernes innovationskapacitet. Hvis dette er tilfældet, udgør afviste virksomheder ikke nødvendigvis en god kontrolgruppe for de medfinansierede virksomheder i effektmålingen, da de medfinansierede virksomheder i forvejen er mere disponeret for en positiv udvikling end de afviste virksomheder. Dette tages der højde for i effektvurderingen ved at anvende flere kontrolgrupper.

Figur 4.14 viser, hvilke typer af offentlige støtteordninger virksomhederne har erfaringer med, hvis de har erfaring med nogen. Det fremgår af figuren, at der blandt de godkendte og afviste virksomheder, der har angivet, at de tidligere har modtaget offentlig ekstern finansiering, er flest, som har erfaringer med innovationsordninger. Dette gælder for hhv. 65 % af de medfinansierede virksomheder og 67 % af de afviste virksomheder. Der er dog også en betydelig del, der har erfaringer med EU-programmer samt Udviklings- og Demonstrationsprogrammer.

Figur 4.14: Erfaringer med offentlige støtteordninger



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "Hvilke(n) anden/andre offentlig(e) støtteordning(er) har I modtaget støtte fra?". Besvarelsen af spørgsmålet er betinget af, at virksomhederne har angivet, at de tidligere har modtaget offentlig støtte. Procenterne summerer ikke til 100, da virksomhederne har haft mulighed for at vælge flere svarmuligheder.

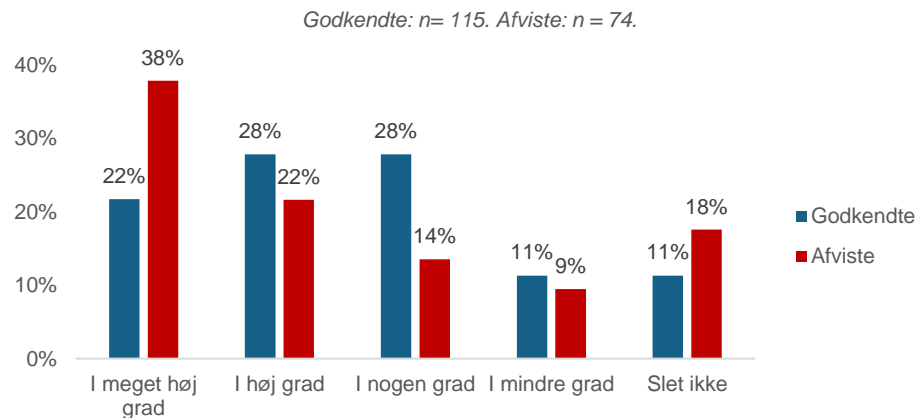
Blandt virksomheder, der har svaret "Andet, uddyb gerne", fremhæves bl.a. følgende kilder til ekstern finansiering:

- Ordninger under Innovationsfonden

- Højtteknologifonden
- Realdania
- Nordjysk Lånefond
- Trefor vækstpulje

Figur 4.15 viser, i hvilken grad godkendte og afviste virksomheder vurderer, at tidligere modtagelse af ekstern finansiering har bidraget til udviklingen af det produkt/den ydelse, som virksomhederne har opnået/søgt om medfinansiering fra Markedsmodningsfonden til. Det fremgår af figuren, at hhv. 78 % af medfinansierede virksomheder og 74 % af afviste virksomheder, der har modtaget anden finansiering end Markedsmodningsfonden, i varierende grad vurderer, at denne finansiering har haft betydning for udviklingen af produktet/ydelsen.

Figur 4.14: Grad af betydning af ekstern finansiering for produktet/ydelsen



Note: Figuren viser fordelingen på spørgsmålet "I hvor høj grad har modtagelsen af anden finansiering bidraget til udviklingen af det produkt/den ydelse, som I har opnået/søgt om medfinansiering fra Markedsmodningsfonden til?" Besvarelsen af spørgsmålet er betinget af, at virksomhederne har angivet, at de tidligere har modtaget ekstern finansiering.

Dette indikerer på den ene side, at der er et samspil mellem innovations- og erhvervsfremmeordninger i processen fra idé til marked, hvilket må betragtes som værende positivt. På den anden side er formålet med denne evaluering ikke at evaluere effekten af det samlede innovations- og erhvervsfremmelandskab, men udelukkende at evaluere Markedsmodningsfonden. Derfor er det et vigtigt opmærksomhedspunkt i effektvurderingen ikke at blande effekten af Markedsmodningsfonden sammen med effekten af andre ordninger.

Erfaringer med andre finansieringskilder?

- En større andel godkendte virksomheder end afviste virksomheder har erfaring med ekstern finansiering.
- Særligt har godkendte og afviste virksomheder erfaringer med innovationsordninger, EU-programmer samt Udviklings- og Demonstrationsprogrammer.
- En stor del af de virksomheder, der har modtaget ekstern finansiering, svarer, at denne eksterne finansiering har haft betydning for produktet/ydelsen, som man fik tilskud fra Markedsmodningsfonden til.

4.6 Markedsmodning vurderes som en kritisk fase af virksomhederne

Som en opsummering på Markedsmodningsfondens additionalitet har vi i de opfølgende interviews afdækket, i hvilke faser fra idé til markeds lancering virksomhederne vurderer, at de har størst behov for økonomisk støtte.

Alle virksomhederne fremhæver, at markedsmodningsfasen er en kritisk fase, og at der her eksisterer et stort behov for støtte, som kan give produktet det sidste skub ud på markedet. Dette skyldes, at denne fase i mange brancher er meget ressourcekrævende, samtidig med at det kan være svært at finde investorer, som vil investere i produktet, før man har fået sin første reference og vist, at der eksisterer et marked for produktet. Når man først har vist, at man har et produkt, der virker, og at der er et marked for det, er det meget nemmere at finde investorer. Samtidig er der blandt virksomhederne en modstand mod at trække

for meget på privat finansiering, før produktet er på markedet – hvis privat finansiering er en mulighed – da dette typisk vil forandre en afgivelse af ejerandele, som man selvsagt gerne vil søge at undgå.

Enkelte virksomheder fremhæver også idéfasen som afgørende, så man kan få idéen omsat til et konkret produkt. Generelt fremhæver virksomhederne dog, at der er risiko for, at der er spild forbundet med at investere offentlige midler i udviklingsfasen, da der er stor risiko for, at idéen aldrig bliver en succes. Det fremhæves, at der er størst samfundsmæssigt afkast forbundet med at sætte penge i virksomheder, der har noget konkret at præsentere.

Det fremhæves, at tankegangen om at udvikle et *"minimal viable product"*, som hurtigst muligt kommer på markedet for at blive testet, tilpasset og videreudviklet, er den rigtige måde at tænke på, og at *Markedsmodningsfonden* i den forstand er et intelligent navn. I den forbindelse fremhæves det dog også, at der eksisterer en glidende overgang mellem udvikling og markedsmodning, hvorfor det er vigtigt, at man ikke forstår "markedsmodning" som afkoblet fra udvikling. Det er afgørende, at der i markedsmodningsfasen er plads til tilstrækkelig fleksibilitet og mulighed for at afsøge nye markeder hos små, nyopstartede virksomheder.

På den baggrund er alle virksomhederne bekymrede for, at der opstår et hul, når Markedsmodningsfonden afvikles, og at der vil være risiko for, at alle de ressourcer, som man har investeret i virksomhedernes produktudvikling, vil gå tabt, fordi man ikke har ressourcer til at holde virksomheden kørende i markedsmodningsfasen, hvor man stadig ikke har en indtjening på produktet. Dette tyder på, at Markedsmodningsfonden ifølge virksomhederne har en høj grad af additionalitet, og at der i fremtiden vil være behov for at prioritere midler til markedsmodning i andet regi end Markedsmodningsfonden.

5 Registerbaseret effektmåling

Kvantitative effektmålinger er en vigtig del af grundlaget for såkaldt evidensbaseret politikudvikling, da disse indikerer, hvilke målbare effekter der har været af et program og for hvem. Effektmålinger bidrager dermed både til vurderinger af, om programmer skal afvikles, fastholdes eller intensiveres, ligesom de skaber grundlag for læring fremadrettet for andre programmer.

Det centrale spørgsmål er: Hvad er den kausale effekt af et program målt på udvalgte indikatorer? Dette kapitel viser i forhold til dette spørgsmål, at:

- Tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en betydelig signifikant positiv effekt på beskæftigelse.
- Tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en signifikant positiv effekt på eksport.
- Tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en signifikant positiv effekt på værditilvækst – altså virksomhedernes bundlinje.
- Effekterne minimeres markant, når der tages højde for, at virksomheder som har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden i mange tilfælde også har deltaget i andre erhvervs- og innovationsfremmeordninger. Dette betyder ikke nødvendigvis, at der ikke er en selvstændig effekt af Markedsmodningsfonden, men blot at denne vanskeligt kan adskilles fra effekten af andre ordninger.

Som tidligere nævnt er effektmålingen foretaget vha. en Difference-in-Differences estimator pba. to forskellige kontrolgrupper: én bestående af afviste

virksomheder og én som er konstrueret vha. matching-teknikker. For en nærmere gennemgang af datagrundlaget, konstruktionen af kontrolgrupperne og kvaliteten af kontrolgrupperne henvises til bilag A.2. Resten af dette kapitel vil udelukkende fokusere på resultaterne fra effektmålingen.

Virksomheder som har modtaget tilskud fra Markedsmodningsfonden eller Fornyelsesfonden betegnes i dette kapitel som deltagende virksomheder.

5.1 Afviste virksomheder som kontrolgruppe

Som en første kontrolgruppe sammenlignes gruppen af deltagere med gruppen af afviste ansøgere. Disse to grupper er, jf. bilag A.2, sammenlignelige på langt de fleste relevante parametre og adskiller sig alene ved, at gruppen af deltagere forud for deres deltagelse havde en højere eksport, og at uddannelsesniveaueet i denne gruppe også er højere (andelen af ansatte med en lang videregående uddannelse).

Uddannelsesniveau er netop et af de forhold, der determinerer evnen til vækst, hvorfor der er grund til at antage, at deltagende virksomheder ville have haft en mere positiv udvikling end de afviste ansøgere – også selvom de ikke var blevet deltagere¹⁸. Det til trods anvendes afviste virksomheder som kontrolgruppe, da de – i tillæg til at være statistisk ens med deltagerne på andre parametre – antages at ligne deltagerne på ikke-observerbare parametre såsom motivation for udvikling, vækstambitioner m.v.

Betydelige beskæftigelseseffekter sammenlignet med afviste virksomheder

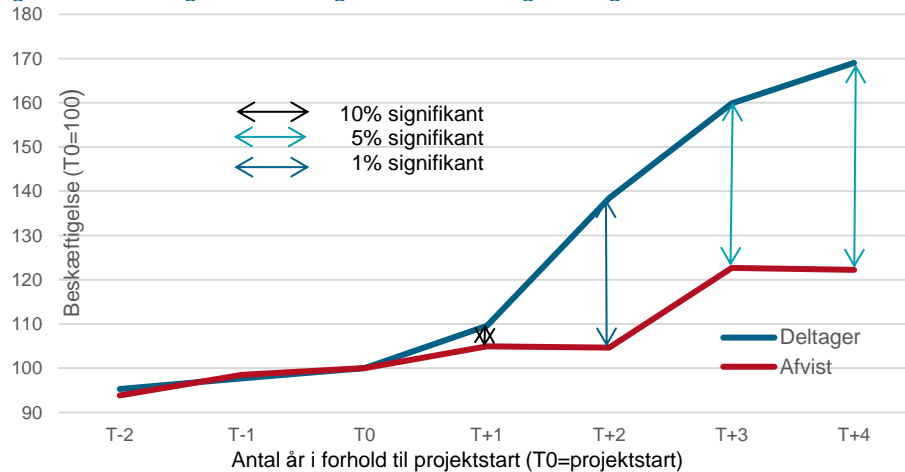
Betragtes først udviklingen i beskæftigelsen i de to grupper, fremgår det, at de to grupper fulgtes ad i de sidste to år, inden den ene gruppe blev deltagere i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Der var med andre ord parallelle

¹⁸ OECD (2001). "The New Economy: Beyond the hype"

trends. Herefter bliver udviklingen i beskæftigelse blandt deltagerne meget stærk, mens de afviste ansøgere har en mere begrænset vækst.

Mere specifikt øges beskæftigelsen for deltagende virksomheder med 70 procentpoint frem til år 4 efter opstart af projektet i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Til sammenligning øges beskæftigelsen for kontrolgruppen med 22 procentpoint. Væksttallene kan virke store, hvilket kan skyldes, at der er tale om mange små virksomheder, hvor det at ansætte 5-6 nye personer over en fireårig periode kan resultere i store vækstrater.

Figur 5.1: Udviklingen i beskæftigelse blandt deltagende og afviste virksomheder



Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933

Sene eksporteffekter sammenlignet med afviste virksomheder

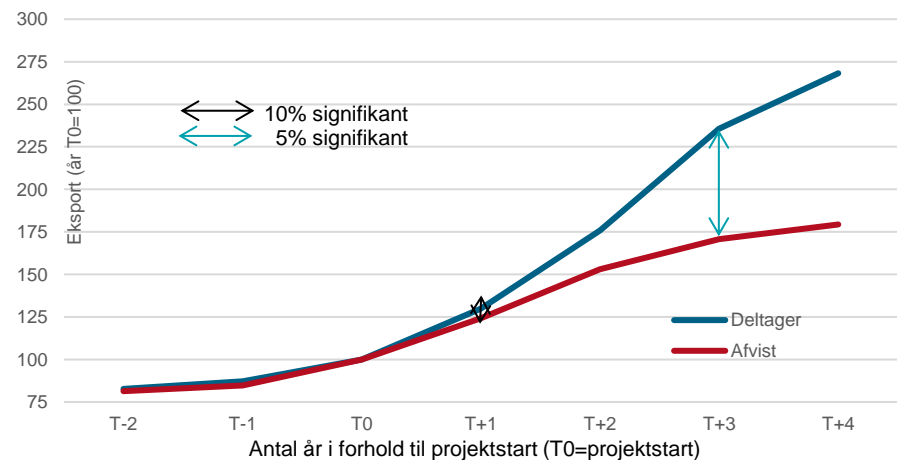
Det fremgår af figur 5.2, at deltagende og afviste virksomheder, før de deltagende virksomheder fik tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, havde en sammenlignelig udvikling i eksport. Med andre ord er der ligesom ved

beskæftigelsesudviklingen parallelle trends op til deltagelsen i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Det fremgår desuden af figuren, at deltagende virksomheder har en signifikant højere eksport 3 år efter opstart af projekt i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden end de afviste virksomheder. Igen ses det, at vækstraterne er høje, hvilket igen kan skyldes, at populationen primært består af små virksomheder, og her vil selv små ændringer i eksport resultere i høje vækstrater.

Figuren viser også, at effekterne på eksport ikke er så signifikante og betydelige som effekterne på beskæftigelse. Det kan der være flere årsager til. I udgangspunktet havde deltagende virksomheder højere eksport sammenlignet med de afviste deltagere. En anden forklaring kan være, at mens eksport er et økonomisk slutmål, så er øget beskæftigelse en indikation på øget investering i kapacitet og dermed i mindre grad et slutmål.

Figur 5.2: Udviklingen i eksport blandt deltagende og afviste virksomheder



Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933

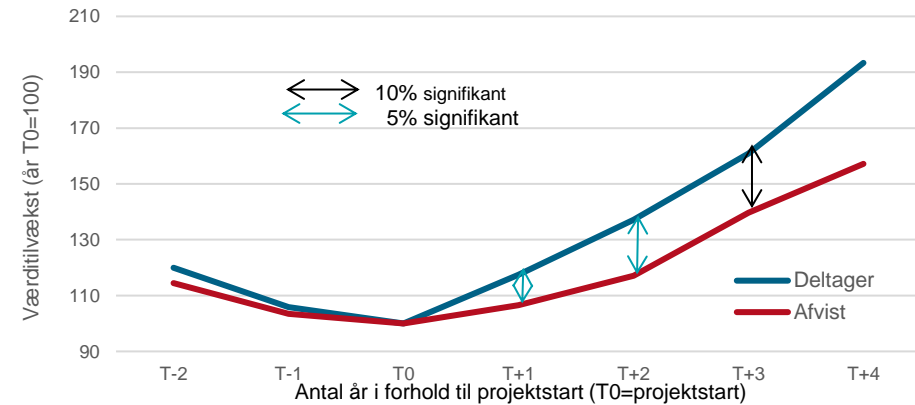
Signifikante værditilvæksteffekter sammenlignet med afviste virksomheder

Som mål for økonomisk aktivitet anvendes værditilvækst. Værditilvækst er et mål for en virksomheds bundlinje og består af omsætning fratrukket indsatsfaktorer til produktionen. Indsatsfaktorer kan betegnes som omkostninger der påløber i forbindelse med produktion, hvad enten det er et produkt eller en service.

Af figur 5.3 ses det, at deltagere i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en signifikant højere vækst i værditilvæksten de første tre år efter opstart af projekt end afviste virksomheder. Altså bidrager tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden positivt til virksomhedernes bundlinje.

For begge grupper viser figuren et fald i værditilvæksten i de sidste to år forud for deres deltagelse i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Et sådant fald i værditilvækst kan have mange årsager. Det vil typisk være sådan, at virksomheder, der øger sine investeringer, udviklingsomkostninger eller opbygger kapacitet, vil se et fald i værditilvæksten, frem til at virksomhederne begynder at få et afkast af disse investeringer. Samtidig kan sådanne investeringer være årsagen til, at en virksomhed ansøger Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden for at få hjælp til at komme på markedet.

Figur 5.3: Udviklingen i værditilvækst blandt deltagende og afviste virksomheder



Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=248, N(Afviste)=933

5.2 Effekter sammenholdt med konstrueret kontrolgruppe

Den anden kontrolgruppe, som anvendes, består af virksomheder identificeret ud fra samme karakteristika som deltagerne. Med andre ord er der her konstrueret den kontrafaktiske situation baseret på særligt udvalgte virksomheder fra Danmarks Statistiks registre. Fra tabel A.2 i bilag A.2, ses det, at der ikke er nogen statistiske forskelle mellem virksomheder, som har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden og denne kontrolgruppe¹⁹.

Betydelige beskæftigelseseffekter sammenlignet med den konstruerede kontrolgruppe

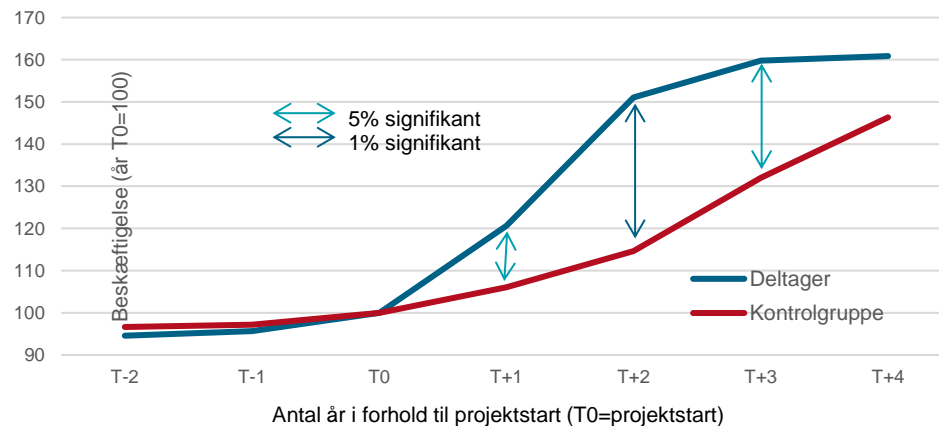
Deltagende virksomheder har en stærkere beskæftigelsesvækst end kontrolgruppen. De første tre år efter projektopstart i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har deltagende virksomheder en signifikant højere beskæftigelses-

matching-processen. I denne proces er der 88 deltagende virksomheder, som der ikke kan findes et tilstrækkeligt godt match for til, at de opfylder de anvendte kriterier for sammenlignelighed.

¹⁹ Antallet af både deltagende virksomheder og virksomheder i kontrolgruppen adskiller sig i denne analyse fra analysen, hvor afviste virksomheder anvendes som kontrolgruppe. Dette skyldes

vækst. Væksten er på 60 procentpoint sammenlignet med kontrolgruppens vækst på 32 procentpoint.

Figur 5.4: Udviklingen i beskæftigelse i deltagende virksomheder og kontrolgruppe

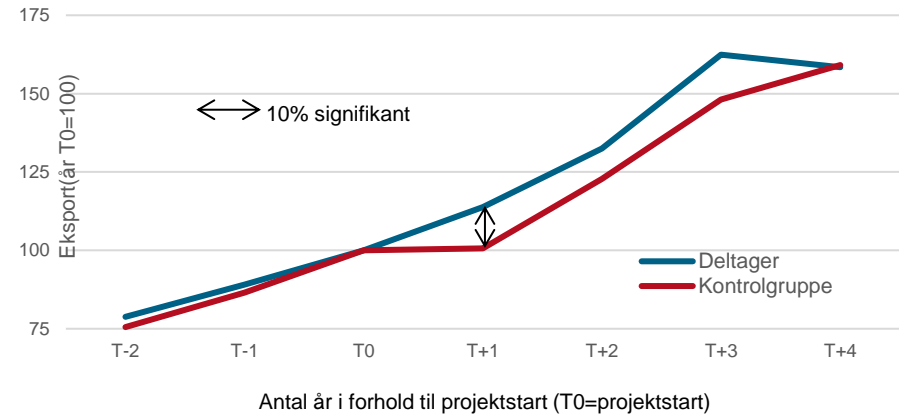


Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503

Begrænsede eksporteffekter sammenlignet med den konstruerede kontrolgruppe

Sammenlignet med kontrolgruppen har deltagerne i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden en stærkere vækst i eksport. Den positive vækst er signifikant større året efter projektopstart i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden og jævner sig derefter ud. Som med forrige analyse med de afviste virksomheder ses det, at effekten er mindre, når det gælder eksport.

Figur 5.5: Udviklingen i eksport i deltagende virksomheder og kontrolgruppe

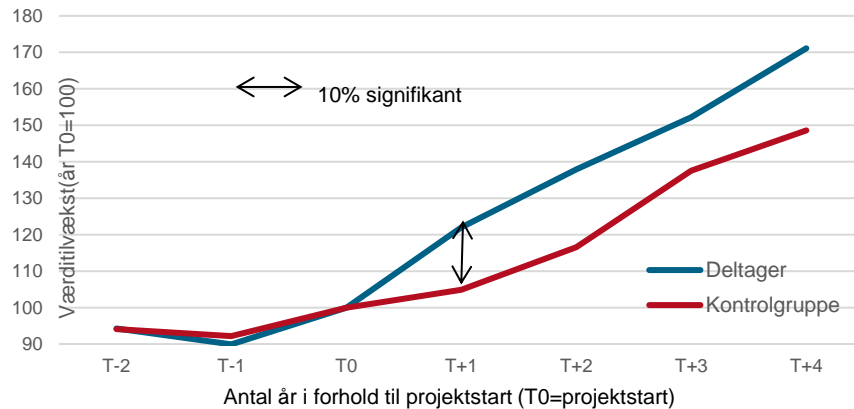


Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503

Begrænsede værditilvæksteffekter sammenlignet med den konstruerede kontrolgruppe

Deltagere i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en signifikant højere vækst i værditilvækst sammenlignet med kontrolgruppen. Effekten er størst året efter projektopstart i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, som også er det eneste år, hvor der er signifikant forskel. Så selv om der er visuel afstand mellem kurverne, er forskellen ikke statistisk signifikant. Det kan derfor ikke konkluderes, at der er en forskel. Uanset dette har deltagende virksomheder en vækst i værditilvækst på 22 procentpoint året efter opstart af projekt, hvilket skal sammenholdes med kontrolgruppens mere begrænsede vækst på knap 5 procentpoint.

Figur 5.6: Udviklingen i værditilvækst i deltagende virksomheder og kontrolgruppe



Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik
Note: N(Deltager)=160, N(Kontrolgruppe)=503

5.3 Store projekter og deltagelse i andre ordninger

Som en del af analysen er det blevet undersøgt, hvorvidt projekternes størrelse har betydning for effektskabelsen. Projekternes størrelse forstås i denne sammenhæng, som størrelsen på projekternes tildelte midler. Mere specifikt har tilgangen været først at fjerne de 10 % største projekter og dernæst de 25 % største projektet for derved at se, hvilken påvirkning det havde på resultaterne. Analysen er gennemført både i forhold til kontrolgruppen med de afviste virksomheder og kontrolgruppen konstrueret ud fra propensity score matching.

På tværs af begge kontrolgrupper, og uanset om der måles på beskæftigelse, eksport eller værditilvækst, så er resultatet af at fjerne de 10 % største projekter meget begrænset. Omvendt, hvis de 25 % største projekter fjernes, så viser resultaterne en faldende effekt af at få tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Dette kan indikere, at større projekter har større effekt. Når der

ikke findes effekter af at fjerne de 10 % største projekter, kan det være fordi, der fjernes så få projekter, at det har lille gennemslagskraft på den samlede effekt.

Analysen har også kontrolleret for betydningen af at deltage i andre programmer. Her anvendes InnovationDanmark-databasen til at identificere de virksomheder i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden og i de to kontrolgrupper, som har deltaget i andre programmer enten indtil to år før eller to år efter deltagelse i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. For kontrolgrupperne bliver det tidspunkt, hvor de statistisk set skulle være startet i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

På tværs af kontrolgrupper og effektmål, viser resultaterne, at inkludering af deltagelse i andre programmer fjerner den identificerede effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Det betyder ikke nødvendigvis, at der ikke er nogen effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, men blot at det ikke er muligt at udskille effekten af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, når deltagelse i andre indsatser inkluderes.

5.4 Estimerede og forventede effekter

Det er muligt at beregne estimerede værdier i forlængelse af effektmålingsfigurerne. Dermed kan man beregne absolutte værdier for effekterne af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Det er dog tal, der skal tages med forbehold.

For det første vil de beregnede estimater kun gælde for år, hvor der kan fastslås en signifikant forskel mellem deltagere og kontrolgruppe, hvilket bl.a. gør, at der ikke går længere end 3 til 4 år efter opstart af projekt i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. I tillæg hertil vil den fulde effekt af Markedsmodningsfonden næppe være indtruffet allerede 1 år efter projektstart.

Ved at beregne effekter 3 til 4 år efter opstart af projekt og på den baggrund beregne et estimat for en samlet effekt, betyder det, at der ikke inkluderes

projekter fra efter 2012 og 2013, da registerdata kun går til og med år 2016. Beregninger af et estimat for projekter fra 2015 i tre til fire år efter projektstart, ville have krævet registerdata for år 2018 og 2019. Med andre ord medtager disse estimater ikke eventuelle effekter af projekter i de senere år.

For det andet vil disse beregnede effekter alene være knyttet til Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden og således ikke inkludere evt. afledte effekter.

Tabel 5.1 sammenfatter de beregnede estimerede effekter. Tallene afspejler, at de største effekter blev fundet, når kontrolgruppen var de afviste virksomheder. Her viser beregningerne, at Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden har bidraget til 1.060 nye årsværk, en øget eksport på 1.153 mio. kr. og øget værditilvækst på 283 mio. kr. Når den matchede kontrolgruppe anvendes som kontrolgruppe er de samlede effekter mere moderate. Her viser beregningerne, at Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden har bidraget til 397 nye årsværk, 79 mio. kr. i øget eksport og 133 mio. kr. i øget værditilvækst.

Tabel 5.1: Estimeret effekt af deltagelse i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2013

	Estimeret effekt sammenholdt med	
	Afviste virksomheder	Konstrueret kontrolgruppe
Beskæftigelse	1.060 årsværk	397 årsværk
Eksport	1.153 mio. kr.	79 mio. kr.
Værditilvækst	283 mio. kr.	133 mio. kr.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik

Sammenlignet med effektspændene for værditilvækst og beskæftigelse er der i effektspændet for eksport en stor procentvis forskel mellem den nedre og øvre grænse. Dette kan skyldes flere forhold.

F.eks. er der en mindre andel af danske virksomheder som har eksport end beskæftigelse og værditilvækst. Dette betyder, at der er færre virksomheder der trækker eksportgennemsnittet i en positiv eller negativ retning, end tilfældet er med gennemsnittet for værditilvækst eller beskæftigelse. Dermed er effektmålingen af eksport også udsat for en større usikkerhed, hvis undersøgelsespopulationen ændres. I tilfældet med den konstruerede kontrolgruppe, forsvinder 88 deltagende virksomheder, da det ikke var muligt at finde tilstrækkeligt gode matches for disse i den danske virksomhedspopulation. Blandt de virksomheder som ikke har fundet match, kan der være en del med en relativ stor eksportvækst efter deltagelse i Markedsmodningsfonden.

En anden mulig forklaring kunne være, at effekterne for eksport, jf. kapitel 5, indtræder relativt sent efter deltagelse i Markedsmodningsfonden sammenlignet med effekterne for værditilvækst og beskæftigelse. Selvom effektmålingen måler eksport op til 4 år efter deltagelse i Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, vil den sandsynligvis alligevel identificere en mindre del af effekterne, sammenlignet med tilfældet for værditilvækst og beskæftigelse.

Begge disse forhold indikerer, at den nedre grænse for eksporteffekten på 79 mio. kr. må betragtes som et yderst konservativt estimat for den "reelle" eksporteffekt af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Herudover bør det understreges, at effektmålingen ikke tager højde for svært kvantificerbare afledte effekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Jf. kapitel 4 tyder det på, at Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har en række afledte effekter for de deltagende virksomheder – f.eks. i form af kapacitetsopbygning og spillover til andre produkter/ydelser i virksomheden – mens den skabte økonomiske aktivitet i de deltagende virksomheder også kan smitte af på forskellige former for underleverandørers vækst. Altså kan ovenstående effektestimater i overvejende grad betragtes som et minimum for den samlede effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

Tabel 5.2 sammenholder de beregnede estimater, hvor afviste virksomheder anvendes som kontrolgruppe, med projektdeltagernes egne forventninger til effekter²⁰. For at sikre sammenlignelighed sammenholdes effekter beregnet ud fra de afviste virksomheder med deltagernes forventninger i projekter i perioden 2010 til og med 2013.

Det er oplagt, at virksomhederne er betydeligt mere optimistiske ved projektstart sammenlignet med ved projektafslutning. Hvor forventningerne til beskæftigelseseffekter er 2.213 jobs ved projektafslutning, var tallet godt tre gange større ved projektstart.

Sammenholdt med den kvantitative effektmåling har virksomhederne på den baggrund formået at realisere omkring 15 % af den forventede beskæftigelses-effekt ved projektstart. Her skal det naturligvis pointeres, at projektdeltagerne rapporterer antal forventede jobs, altså antal hoveder, mens effektmålingen opererer med årsværk. Det er ikke muligt at lave en eksakt korrektion for denne forskel, da der eksisterer forskelle fra region til region og fra branche til branche. I 2016 drejer det sig om 88 årsværk for 100 jobs i industrien, mens tallet er 83 årsværk for 100 jobs i IKT-branchen.²¹

Deltagerne er ligeledes meget optimistiske i forhold til mulig eksport. Forventningen ved projektstart er en mereksport på 17 mia. kr., mens forventningen ved projektafslutning er reduceret til en fjerdedel af de 17 mia. kr., nemlig ca. 4,5 mia. kr. Sammenholdt med den kvantitative effektmåling har de deltagende virksomheder altså realiseret knap 7 % af deres forventninger til eksport.

²⁰ Det er ikke muligt at lave denne sammenligning for den konstruerede kontrolgruppe, da vi for denne kontrolgruppe ikke har oplysninger om effektforventninger, da de aldrig har søgt om tilskud fra Markedsmodningsfonden.

Tabel 5.2: Estimeret effekt sammenholdt med deltagernes egne forventninger

	Afviste virksomheder	Forventet ved projektstart (projekter 2010-2013)	Forventet ved projektafslutning (projekter 2010-2013)
Beskæftigelse	1.060 årsværk	6.867 jobs	2.213 jobs
Eksport	1.153 mio. kr.	17.302 mio. kr.	4.468 mio. kr.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik og data om projektdeltagernes egne forventninger til projektet, indrapporteret til Markedsmodningsfonden.

Der kan gives et meget forsigtigt skøn på Markedsmodningsfondens og Fornyelsesfondens samlede effekt ved at anvende ovenstående forhold mellem forventet og realiseret beskæftigelse og eksport som korrektionsfaktor. Korrektionsfaktoren for beskæftigelse er således 15 %, mens den for eksport er 7 %.

Denne korrektionsfaktor anvendes ift. de samlede effektforventninger for 304 igangsatte projekter fra Markedsmodningsfondens database, som, jf. tabel 5.3, er 22.435 jobs og 55.802 mio. kr. i eksport.²² Resultatet af denne korrektion er, at Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden for hele perioden fra 2010 til 2018 har skabt 3.463 nye jobs og en øget eksport på 3.718 mio. kr. Det bør dog understreges, at dette er estimater og altså skal fortolkes med de førnævnte forbehold.

Tabel 5.3: Markedsmodningsfondens samlede effekter

	Beskæftigelse	Eksport
Forventede effekter	22.435 jobs	55.802 mio. kr.
Korrektionsfaktor	0,15	0,066
Estimeret realiserede effekter	3.463 jobs	3.718 mio. kr.

Kilde: Pluss og NIFU's beregninger baseret på registerdata i Danmarks Statistik og data om projektdeltagernes egne forventninger til projektet, indrapporteret til Markedsmodningsfonden.

²¹ Kilde: Danmarks Statistik: Generel firmastatistik og Registerbaseret arbejdsstyrke.

²² Dette antal projekter afviger fra det samlede antal projekter, da der ikke for alle projekter er registreret effektforventninger ved projektstart.

6 Vurdering og anbefalinger

Den gjennomførte effektevaluering har vist, at Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden ifølge de deltagende virksomheder setter ind i en kritisk fase og støtter aktiviteter, som det er vanskelig at finde finansiering til andre steder. Markedsmodningsaktiviteterne har med medfinansieringen fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden kunnet fremrykkes i tid, hvorved markedspotentialet er blevet forøget. For en del af virksomhederne ville der være risiko for, at deres investeringer i innovation og udvikling uden medfinansieringen ikke ville føre til et produkt på markedet, der kunne skabe omsætning og beskæftigelse for dem og for samfundet.

Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har haft positive effekter for virksomhederne

Det er ikke muligt at sætte et eksakt tal på den effekt, Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har skabt i virksomhederne. Det ville kræve, at det med sikkerhed kan vides, hvordan det ville være gået for de medfinansierede virksomheder uden medfinansieringen. Men ved at sammenholde udviklingen i gruppen af deltagere med to forskellige kontrolgrupper, der ligner de medfinansierede virksomheder, men som ikke har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, kan der fås et billede af, hvilken effekt fondene har skabt.

I figur 6.1 præsenteres det spænd, indenfor hvilket effekten på værditilvækst og beskæftigelse med stor statistisk sikkerhed ligger.

Figur 6.1: Spænd for effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på værditilvækst og beskæftigelse i perioden 2010-2013



Note: Den nedre effektgrænse er i begge tilfælde fra sammenligningen med den konstruerede kontrolgruppe, mens den øvre effektgrænse er fra sammenligningen med afviste virksomheder.

Kilde: Pluss og NIFU's tilvirkning pba. resultaterne fra effektmålingen.

Årsagen til spændet er, at udviklingen i de medfinansierede virksomheder er blevet sammenholdt med udviklingen i to forskellige kontrolgrupper.

Dels er de medfinansierede virksomheder blevet sammenholdt med gruppen af afviste ansøgere til Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Denne gruppe matcher gruppen af medfinansierede virksomheder på alle parametre, på nær andelen af ansatte med en lang videregående uddannelse og deres eksportintensitet forud for medfinansieringen. Det er imidlertid to forhold, hvis betydning for vækst i virksomheder er velbelyst. Det er derfor vurderingen, at hele forskellen i udviklingen af de to grupper ikke kan tilskrives medfinansieringen²³.

For at sikre en højere grad af sammenlignelighed er hver enkelt medfinansieret virksomhed blevet matchet med en virksomhed, der ligner på alle relevante observerbare parametre, men som ikke har modtaget medfinansiering fra fonden. Jf. kapitel 5, reduceres forskellen i den udvikling, som de medfinansierede virksomheder og kontrolgruppen har gennemgået, når denne kontrolgruppe anvendes.

virksomheder som kontrolgruppe flest observationer (særligt ift. deltagende virksomheder), hvorfor det må antages, at resultaterne af denne analyse er mere dækkende for effektmålingen.

²³ Gruppen af afviste ansøgere anvendes alligevel, da disse i høj grad forventes at afspejle delta-gende virksomheder ift. uobserverbare faktorer. Derudover indeholder analysen med afviste

Hertil kommer, at der, jf. kapitel 5, også kan måles effekter af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på eksport.

Figur 6.2: Spænd for effekten af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden på eksport i perioden 2010-2013



Note: Den nedre effektgrænse er fra sammenligningen med den konstruerede kontrolgruppe, mens den øvre effektgrænse er fra sammenligningen med afviste virksomheder. *: tallet er et yderst konservativt estimat for den "reelle" eksporteffekt.

Kilde: Pluss og NIFU's tilvirkning pba. resultaterne fra effektmålingen.

Sammenlignet med effektspændene for værditilvækst og beskæftigelse er der i dette effektspænd en stor procentvis forskel mellem den nedre og øvre grænse, og der er, jf. kapitel 5, flere forhold som gør, at den nedre grænse for eksporteffekten på 79 mio. kr. må betragtes som et yderst konservativt estimat for den "reelle" eksporteffekt af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden.

De tre ovenstående effektspænd indeholder kun virksomheder som har fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i perioden 2010-2013, hvorfor en række af de effekter, som fondene vil komme til at skabe, ikke har vist sig endnu. Dels fordi en del virksomheder først har fået medfinansiering fra Markedsmodningsfonden i 2015-2018, dels fordi registerdataen kun indeholder data frem til 2016. Dette er håndteret på følgende måde: Virksomheder, der har modtaget medfinansiering i perioden 2010-2013, er blevet belyst statistisk i op til 4 år efter de fik medfinansiering. For de øvrige virksomheder (dvs. virksomheder, der har modtaget medfinansiering eller tilsagn herom i perioden 2013-2018) er effekten i stedet estimeret med det udgangspunkt, at den vil følge samme udviklingskurve som effekten for virksomhederne, der modtog medfinansiering i perioden 2010-2013.

For at skønne den samlede effekt af fondenes investeringer, er virksomhederenes forventninger til effekt på det tidspunkt, de søgte om medfinansiering til

deres projekter, jf. kapitel 5, blevet sammenholdt med de faktiske effekter, som de viste sig tre til fire år efter projektdeltagelsen. Heraf fremgår det, at 15 pct. af beskæftigelsesforventningerne er indfriet, mens 7 pct. af eksportforventningerne er indfriet.

Hvis denne succesrate overføres på de forventninger, som alle de senere medfinansierede virksomheder har angivet i deres ansøgning, vil Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden samlet set komme til at generere ca. 3.500 ekstra jobs og 3,7 mia. kr. i ekstra eksport.

Eftersom Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden til sammen har givet tilsagn om medfinansiering på 1,257 mia. kr. i perioden 2010-2018, svarer dette til en investering på ca. 360.000 kr. pr. skabt job og en investering på ca. 34.000 kr. pr. 100.000 kr., der genereres i eksport. Dette er efter evalueringsteamets vurdering en fornuftig investering set i et samfundsøkonomisk perspektiv.

Denne konklusion bygger blandt andet på, at der er genereret en betydelig ekstra eksport i virksomhederne, hvorfor de deltagende virksomheder sandsynligvis er blevet internationalt konkurrencedygtige. Sådanne virksomheder vil ofte have ansatte, som har en højere løn end gennemsnittet, da de har særlige kompetencer, som sætter dem i stand til at levere produkter/ydelser, som er internationalt konkurrencedygtige. Det virker derfor sandsynligt, at de skabte jobs i overvejende grad, er relativt højtlønnede jobs, og at en relativt stor del af investeringen på 1,257 mia. kr. dermed vil komme tilbage igen via skatteindtægter. I sådan en beregning må der dog også tages højde for, i hvilken grad disse folk havde job et andet sted end virksomheden, som fik tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. Havde de job et andet sted ville de stadig have fået løn og betalt skat.

Herudover er der alternativomkostninger forbundet med at investere midler i markedsmodning, da disse midler potentielt kunne give et højere afkast for

virksomheder i andre ordninger. Det kan derfor være udbytterigt at sammenligne afkastet fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden i forhold til jobs og eksport med afkastet fra lignende ordninger. Dog er det i denne sammenligning – som i denne evaluering – vigtigt at tage højde for samspillet mellem erhvervs- og innovationsordningerne i Danmark.

Virksomhedernes deltagelse i andre ordninger bør få øget fokus fremover

En markant udfordring ved at foretage en sikker vurdering af den effekt, Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden har skabt, er, at en meget stor andel af de medfinansierede virksomheder også har deltaget i andre ordninger. Når man så efterfølgende følger virksomhedernes udvikling og konstaterer, at den er positiv – og mere positiv end en gruppe af sammenlignelige ikke-deltagende virksomheder – hvordan kan man så vide, om dette skyldes Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden eller noget andet?

Evalueringsteamet har ikke det endelige svar på dette spørgsmål. Men som et første skridt er medfinansierede virksomheder blevet sammenholdt med virksomheder, der også har deltaget i andre ordninger. Når der tages højde for virksomhedernes deltagelse i andre ordninger, kan det ikke længere med statistisk sikkerhed siges, at gruppen af medfinansierede virksomheder klarer sig bedre end de ikke-deltagende virksomheder i de to kontrolgrupper.

Evalueringsteamet anbefaler, at denne problematik gøres til genstand for yderligere undersøgelser. Hvis man fortsætter med at måle de enkelte ordningers effekter hver for sig – og hver gang ”låner” virksomhedernes fulde effekt – vil man systematisk overvurdere effekten af offentlige innovations- og erhvervsudviklingsordninger. Evalueringsteamet anbefaler desuden, at man evalueringsmæssigt begynder at undersøge samspillet mellem ordninger, og mere specifikt hvordan de spiller sammen om at skabe effekter for virksomhederne.

Indikation om at de største projekter har de største effekter

Ser man lidt nøjere på de gennemførte projekter, tyder resultaterne på, at de projekter, der har fået tildelt flest midler, også har skabt de største effekter. Dette skaber et dilemma mellem på den ene side at kunne imødekomme mindre og ofte yngre virksomheders behov for økonomisk støtte, og på den anden side at løbe en risiko for, at markedsintroduktionen alligevel ikke bliver succesfuld.

Det kan i forbindelse med dette dilemma være relevant med en eksplicit drøftelse af risikoprofilen på medfinansieringen til markedsmodning, der kan være med til at guide fremtidige vurderinger af ansøgninger. Det vil dog kræve yderligere analyser, hvis denne drøftelse skal foregå på et oplyst grundlag, da resultaterne fra denne evaluering mere er en indikation end et egentligt resultat.

Virksomhederne oplever positive afledte effekter

Ovenstående effektestimater tager ikke højde for svært kvantificerbare afledte effekter af tilskud fra Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, og kan således betragtes som minimumstal for den samlede effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden. F.eks. er der en stigende tendens til, at virksomheder lægger produktion og ydelser som ikke er en del af kerneopgaven – f.eks. rengøring eller IT – ud til andre virksomheder. Dette indfanges ikke i effektmålingen. Altså indfanger effektmålingen ikke den fulde effekt af Markedsmodningsfonden/Fornyelsesfonden, da den ikke indfanger den værdi og de arbejdspladser, som f.eks. er skabt i serviceerhverv eller blandt underleverandører.

Hertil kommer, at en øget værditilvækst blandt deltagende virksomheder rammer virksomhedernes bundlinje, hvilket som oftest vil give øget økonomisk aktivitet i form af:

- Mulighed for mere i løn til ledere og medarbejdere – enten permanent eller som bonus.
- Mulighed for at ansætte flere medarbejdere.
- Investeringer i ny teknologi, maskiner eller lignende.

- Polstre egenkapital så virksomhederne er bedre rustet til dårlige tider.

Til sidst er det vigtigt at være opmærksom på, at det at søge midler, redegøre for en planlagt proces og gennemføre processen – ofte i samarbejde med eksterne parter – modner mange virksomheder. F.eks. bekræfter spørgeskemaundersøgelsen, at mange af virksomhederne har fået opbygget en kapacitet og skabt kontakter, der øger deres fremadrettede muligheder for at arbejde med udvikling på en kvalificeret måde. Denne kapacitetsopbygning kan betragtes som en meget vigtig afledt effekt, der tilsiger, at man også fremover skaber plads til mindre og uerfarne virksomheder i markedsmodningsindsatsen.

Virksomhederne vurderer, at der er behov for støtte til markedsmodning fremadrettet – men måske på en anden måde

At markedsmodningsaktiviteter er meningsfulde og effektskabende bekræftes af den gennemførte spørgeskemaundersøgelse og de gennemførte interviews. Markedsmodning er en vigtig "fase" for virksomhederne, og størstedelen af virksomhederne vurderer, at medfinansieringen har haft betydning for udviklingen af produktet/ydelsen og virksomheden. Samtidig vurderer en stor del af virksomhederne, at tilskud fra Markedsmodningsfonden har haft afledte effekter i forhold til f.eks. kapacitetsopbygning, relationer til nye samarbejdspartnere og udvikling af virksomhedens andre produkter/ydelser. Dette indikerer, at der fortsat er behov for tilskud til markedsmodningsaktiviteter fremadrettet.

Det er imidlertid også klart, at markedsmodning i mindre og mindre grad kan betragtes som en særskilt fase, der følger efter udviklingen af et produkt/en ydelse. Kontakt til kunder, feedback på tidligere versioner af produkterne, samt test og tilpasninger indgår i stigende grad som en integreret del af udviklingsprocessen. Evalueringsteamet anbefaler derfor, at markedsmodningsaktiviteter fremover fortsat kan støttes, men at de i højere grad ses i sammenhæng med udviklingsprocesser.

Fortsat behov for fokus på at gøre ansøgningsprocessen overskuelig for virksomhederne

Medfinansierede virksomheder har i overvejende grad gode erfaringer med ansøgningsprocessen – b.la. vurderes den trinvise tilgang og telefonscreeningen at fungere godt. Afviste virksomheder er mere kritiske over for ansøgningsprocessen, hvilket sandsynligvis hænger sammen med, at disse virksomheder gennemsnitligt set har færre erfaringer med ekstern finansiering.

På den baggrund anbefales det, at de positive aspekter fra ansøgningsprocessen videreføres til andre ordninger, og at disse ordninger fortsat bør arbejde med at gøre det så nemt som muligt at søge tilskud, da dette ellers kan blive en barriere for navnlig en del af de unge og uerfarne virksomheder.

Bilag A: Metodisk tilgang

A.1 Spørgeskema og interviews

Dette afsnit gennemgår den metodiske tilgang til foretagelsen af spørgeskemaundersøgelsen og opfølgende interviews.

Spørgeskemaundersøgelsen baserer sig på udsendelsen af to spørgeskemaer – et til virksomheder som har fået medfinansiering og et til virksomheder, som har søgt om medfinansiering, men som fik afslag. Spørgsmålene i de to spørgeskemaer er grundlæggende ens – dog med små ændringer i formuleringerne, så de passer til de medfinansierede og afviste virksomheders situation. Der er desuden enkelte spørgsmål, som kun indgår i spørgeskemaet til de medfinansierede virksomheder, da de ikke ville give mening for de afviste virksomheder.

Spørgeskemaet er i udgangspunktet blevet udsendt til kontaktpersonerne for alle godkendte og afviste projekter, hvis mailadresser fremgår af Markedsmodningsfondens deltagerregister. Dog er der efter dialog med Erhvervsstyrelsen frasorteret en række offentlige myndigheder og institutioner, da disse er udtryk for fejlregistreringer, eftersom det kun er private virksomheder som kan søge om tilskud ved Markedsmodningsfonden. Samtidig har der i registret været en række defekte mailadresser, hvorfor spørgeskemaet ikke har kunne sendes til disse.

Visse virksomheder har søgt om tilskud fra Markedsmodningsfonden til flere projekter i perioden, hvorfor antallet af projekter i Markedsmodningsfondens registre er større end antallet af unikke CVR-numre. Spørgeskemaet er bevidst

²⁴ N varierer, da ikke alle respondenter eller virksomheder i ansøgerfeltet har registreret oplysninger om ansøgningsår, størrelse og branche.

udsendt til alle projekterne frem for til alle virksomhederne, da oplevelsen og effekterne ikke nødvendigvis er de samme på tværs af projekter. I det omfang at forskellige projekter har samme kontaktperson, har den samme person altså modtaget flere spørgeskemaer. Dette har betydet, at 3 afviste virksomheder indgår med 2 besvarelser i undersøgelsen, og 1 afvist virksomhed med 3 besvarelser.

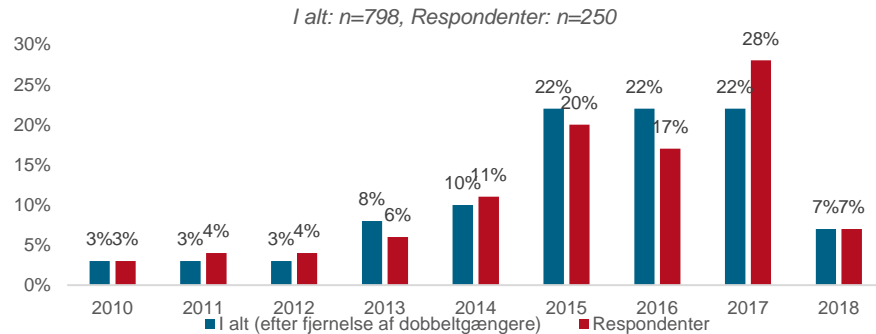
Samlet set er spørgeskemaerne udsendt til 260 medfinansierede og 424 afviste projekter, som har hhv. modtaget støtte og søgt om støtte fra Fornyelsesfonden og/eller Markedsmodningsfonden i perioden 2010-2018. Vi har fået besvarelser fra 140 medfinansierede projekter og 110 afviste projekter, hvilket giver en svarprocent på hhv. 54 % blandt medfinansierede projekter og 26 % blandt afviste projekter.

Spørgeskemaers generaliserbarhed udfordres ofte af, at det er virksomheder med bestemte karakteristika som vælger at besvare spørgeskemaet, og at disse virksomheders holdninger og erfaringer ikke nødvendigvis er repræsentative for den samlede virksomhedsbestand. For at undersøge om der er sket en systematisk selvselektion sammenlignes fordelingen af respondenterne på de observerbare karakteristika ansøgningsår, branche og størrelse med fordelingen af det samlede ansøgerfelt til Markedsmodningsfonden på de samme karakteristika i nedenstående tre figurer.

Som det fremgår af figurerne, afspejler respondenterne på rimelig vis det samlede ansøgerfelt til Markedsmodningsfonden og Fornyelsesfonden. Dog er der blandt respondenterne en overrepræsentation af virksomheder med mellem 10 og 50 ansatte, mens der er en underrepræsentation af IKT-virksomheder.²⁴ Der bør imidlertid tages forbehold for, at der ift. størrelse og branche ikke er registreret oplysninger for en række af respondenterne i Erhvervsstyrelsens

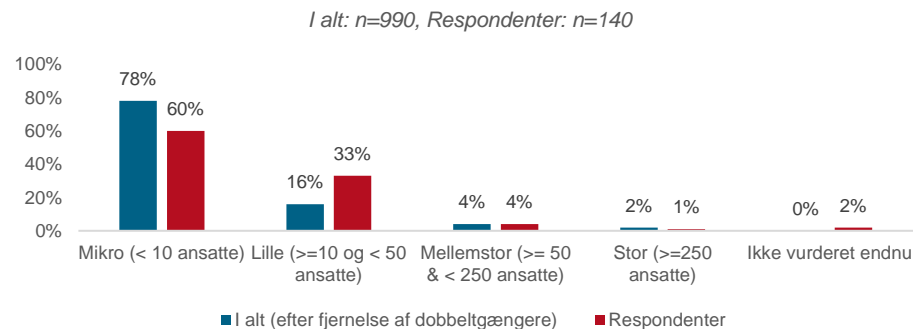
projecktbase for Markedsmodningsfonden, hvorfor der kun indgår hhv. 140 og 164 ud af 250 respondenter i disse to figurer.

Figur A.1: Respondenter vs. ansøgere til hhv. Fornyelsesfonden og Markedsmodningsfonden fordelt på ansøgningsår



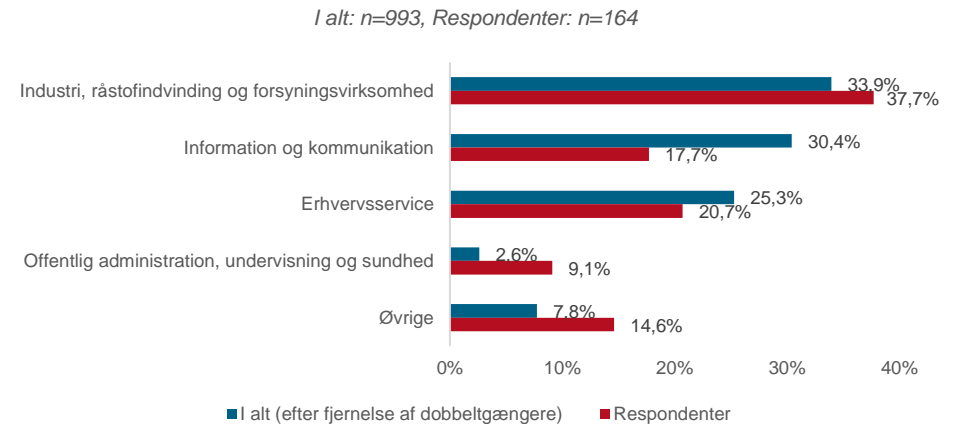
Kilde: Erhvervsstyrelsens projektbase for Markedsmodningsfonden og spørgeskemaundersøgelse.

Figur A.2: Respondenter vs. ansøgere til hhv. Fornyelsesfonden og Markedsmodningsfonden fordelt på størrelse



Note: Der er brugt oplysninger fra Danmarks Statistik til "I alt", da der i Erhvervsstyrelsens projektbase for Markedsmodningsfonden mangler oplysninger om virksomhedsstørrelse en række virksomheder.
Kilde: Erhvervsstyrelsens projektbase for Markedsmodningsfonden, spørgeskemaundersøgelse og Danmarks Statistik.

Figur A.3: Respondenter vs. ansøgere til hhv. Fornyelsesfonden og Markedsmodningsfonden fordelt på branche



Note: Der er brugt oplysninger fra Danmarks Statistik til "I alt", da der i Erhvervsstyrelsens projektbase for Markedsmodningsfonden mangler oplysninger om hovedbranche for en række virksomheder.
Kilde: Erhvervsstyrelsens projektbase for Markedsmodningsfonden, spørgeskemaundersøgelse og Danmarks Statistik.

For at få et bedre og mere nuanceret indblik i Markedsmodningsfondens betydning for virksomhederne er der pba. spørgeskemaet udvalgt 10 virksomheder til opfølgende interviews – syv medfinansierede og tre afviste. Virksomhederne er udvalgt for at opnå en vis spredning i:

- Ansøgningsår
- Geografi
- Størrelse
- Branche

Virksomhedernes fordeling på disse variable fremgår af tabel A.1. Det bør understreges, at disse 10 virksomheder ikke nødvendigvis er repræsentative for det samlede ansøgerfelt til Markedsmodningsfonden. Det er imidlertid heller ikke intentionen. Formålet med interviewene er mere at forstå og få nuancer på,

hvorfor forskjellige typer virksomheder har besvaret spørgeskemaet, som de har gjort.

Tabel A.1: Oversigt over interviewpersoner

Virk-som-hed	Afgø-relse	Ansøg-ningsår	Region	Størrelse	Branche
1	God-kendt	2010	Hoved-staden	Mellemstor (>= 50 & < 250 ansatte)	Liberale, videnska-belige og tekniske tjenesteydelser
2	God-kendt	2013	Syddan-mark	Lille (>=10 og < 50 ansatte)	Fremstillingsvirk-somhed
3	God-kendt	2014	Hoved-staden	Mikro (<10 ansatte)	Fremstillingsvirk-somhed
4	God-kendt	2015	Midtjyl-land	Mikro (<10 ansatte)	Information og kommunikation
5	God-kendt	2015	Midtjyl-land	Mikro (<10 ansatte)	Liberale, videnska-belige og tekniske tjenesteydelser
6	God-kendt	2016	Nordjyl-land	Lille (>=10 og < 50 ansatte)	Fremstillingsvirk-somhed
7	God-kendt	2017	Hoved-staden	Mikro (<10 ansatte)	Landbrug, jagt, skovbrug og fiskeri
8	Afvist	2015	Nordjyl-land	Lille (>=10 og < 50 ansatte)	Maskinforarbejd-ning
9	Afvist	2017	Syddan-mark	Mikro (<10 ansatte)	Fremstillingsvirk-somhed
10	Afvist	2018	Hoved-staden	Mikro (<10 ansatte)	El-, gas- og fjern-varmeforsyning

A.2. Effektmåling

Dette afsnit gennemgår den metodiske tilgang til foretagelsen af den kvantitative effektmåling.

Effektmåling eller effektvurdering af offentlige innovations- og erhvervsudviklingsordninger indebærer en række metodiske udfordringer. I den **metodisk ideelle verden** blev deltagelse i ordninger tildelt ved lodtrækning blandt identiske virksomheder, hvorefter man kunne sammenligne udviklingen blandt deltagerne med udviklingen blandt ikke-deltagerne og antage, at eventuelle forskelle kunne tilskrives deltagelsen i en given ordning.

I den **virkelige verden** bliver deltagelse i ordninger imidlertid ikke tildelt ved lodtrækning. I stedet er der en selektion ift., hvilke virksomheder der søger om medfinansiering fra diverse ordninger. Det vil således være de særligt motive-rede virksomheder, der søger om medfinansiering. Disse virksomheder adskiller sig fra den gennemsnitlige virksomhed på en række parametre, der i sig selv di-sponerer dem for at udvikle sig bedre end gennemsnittet. Eksempelvis er disse virksomheder typisk motiverede for udvikling, har højere vækstambitioner, hø-jere uddannelsesniveau, højere FoU aktivitet osv.

I forbindelse med behandlingen af ansøgninger til ordninger sker en yderligere selektion, da ordningen vil sortere de "dårligste" virksomheder fra. Af denne grund ender deltagerkredsen med at adskille sig fra de gennemsnitlige virksom-heder på en måde, der gør det særdeles vanskeligt efterfølgende at afgøre, om en evt. positiv udvikling skyldtes ordningerne eller karakteristika ved de delta-gende virksomheder, der disponerede dem for en positiv udvikling.

Ved at anvende høj kvalitetsregisterdata og økonometrisk metode forsøges at genskabe den metodisk ideelle verden via såkaldt kvasi-eksperimentelt design. Fremgangsmåden til at måle effekter af Markedsmodningsfonden følger fire trin:

- Etablering af solidt datagrundlag

- Etablering af kontrolgrupper
- Test af kontrolgruppernes kvalitet
- Estimering af eventuelle effekter med en Difference-in-Differences estimator.

A.2.1 Datagrundlaget

Datagrundlaget bygger i udgangspunktet på Markedsmodningsfondens egen projektdatabase. Ud over at indeholde information om de virksomheder, som analysen skal måle effekter for, indeholder projektdataen også information om de projekter, der er blevet afvist, samt hvilke karakterer og vurderinger der er givet til de enkelte projekter.

I tillæg hertil anvendes registerdata fra Danmarks Statistik. Registerdataene omfatter i alt 21 variable fordelt på 4 registre i perioden 2008 til 2016. De mest centrale variable er effektindikatorerne, som dækker:

- **Beskæftigelse**, målt i antal årsværk
- **Økonomisk aktivitet**, målt som værditilvækst
- **International handel**, målt som eksport.

Desuden giver registerdataene mulighed for at konstruere solide kontrolgrupper baseret på andre observerbare karakteristika. Ved at anvende data over en tidsperiode på ni år er det muligt at etablere tidsserier, hvor hver enkelt virksomhed kan følges over flere år. Dermed er der også mulighed for at se, hvordan f.eks. beskæftigelse, eksport og værditilvækst udvikler sig over tid.

A.2.2 Kontrolgrupper

Formålet med at etablere kontrolgrupper er at etablere en kontrafaktisk situation. Den kontrafaktiske situation i denne evaluering er: Hvordan vil virksomheder, der deltager i Markedsmodningsfonden, have udviklet sig *uden* deltagelse i

Markedsmodningsfonden? Følgende tre kontrolgrupper er blevet vurderet i effektivmålingen:

- Danske virksomheder generelt
- Virksomheder, der har søgt om tilskud fra Markedsmodningsfonden, men som er blevet afvist
- En konstrueret kontrolgruppe bestående af virksomheder, der ligner de medfinansierede virksomheder på observerbare karakteristika.

Jf. ovenstående, virker det sandsynligt, at danske virksomheder generelt ikke er en god kontrolgruppe for deltagerne i Markedsmodningsfonden, da disse forventes at afvige systematisk fra deltagerne i Markedsmodningsfonden på parametre, som er afgørende for virksomhedernes vækst og udvikling. Alligevel testes kvaliteten af denne kontrolgruppe i effektivmålingen.

Gruppen af afviste ansøgere er en mulig kontrolgruppe, idet virksomhederne i denne gruppe på den ene side må formodes at ligne deltagerne på en række af de parametre, der ellers ikke er statistisk observerbare såsom motivation for udvikling, vækstambitioner m.v. Problemet med afviste ansøgere er på den anden side, at de er blevet vurderet og valgt fra. Fravalget vil typisk være baseret på en vurdering af manglende mulighed for vækst, manglende kapacitet til at gennemføre projektet eller noget tredje. Dette gør, at de afviste virksomheder i udgangspunktet er en mindre god kontrolgruppe.

Den konstruerede kontrolgruppe etableres ved hjælp af en statistisk matching proces. Matching handler om at koble medfinansierede virksomheder med virksomheder, der ikke har fået støtte, men som ellers er så ens som mulig baseret på observerbare karakteristika. Valg af disse karakteristika følger to overordnede kategorier:

- Observerbare virksomhedskarakteristika såsom størrelse, sektor og geografisk placering.

- Grundlæggende forudsætning for fremtidig vækst. Det er investeringsniveau, kapital, værditilvækst samt grad af internationalisering målt i form af eksport. Her anvendes observationer fra året, før virksomhederne påbegyndte delta-gelse i Markedsmodningsfonden. I tillæg hertil anvendes virksomhedernes andel af medarbejdere med lang videregående uddannelse, hvilket vil sige andel af ansatte med minimum en kandidatgrad.

Selve metoden til at matche foregår via en såkaldt propensity score matching. For en nærmere gennemgang af metode og forudsætninger henvises til *Estimating the economic effects of university-industry collaboration* (Mark m.fl. (2014)), samt anden relevant litteratur, eksempelvis ESA (2014) samt Gertler, Martinez, Premand, Rawlings, & Vermeersch (2011).

A.2.3 Test af kontrolgrupperne

Hvorvidt de identificerede kontrolgrupper er gode eller ej, afgøres gennem såkaldte **balancetest**s. Balancetesten måler, hvorvidt der er statistisk signifikante forskelle mellem indsats- og kontrolgruppe på observerbare parametre. Balancetestene er gennemført som simple t-tests, hvor gennemsnitsværdier testes mod hinanden.

Tabel A.2 præsenterer resultaterne af balancetesten og viser, om der er signifikant forskelle eller ej mellem virksomheder, som har fået tilskud fra Markedsmodningsfonden og de respektive kontrolgrupper for hver variabel. I tabellen angives signifikansniveauet med asterisk (*). En asterisk angiver 90 procent signifikans, hvilket betyder at 9 af 10 virksomheder er statistisk forskellige på den givne variabel. Tilsvarende betyder to asterisk et 95 procent signifikansniveau, mens tre asterisk er 99 procent signifikansniveau, hvilket svarer til at henholdsvis 95 af 100 virksomheder og 99 af 100 virksomheder er statistisk forskellige fra hinanden på de respektive variable.

Tabel A.2: Balancetest af fire forskellige kontrolgrupper

Variabel	Alle virksomheder	Afviste (tilpasset)	Matching 1	Matching 2
Antal årsværk	+***	+	+	+*
Omsætning	-***	-	-	-
Branche	-***	-	-	-***
Landsdel	-***	-	+	-
Andel LVU	+***	+**	+	+***
Værditilvækst _{t-1}	-	+	-	-**
Eksport _{t-1}	-**	+*	+	+**
Kapital _{t-1}	-	+	+	+
Investeringer _{t-1}	-***	-	+	+**
Antal observationer	92.325	1.181	663	1.113

Note: "+" indikerer, at deltagere i Markedsmodningsfonden har en højere værdi på den respektive variabel end den respektive kontrolgruppe, mens "-" indikerer det modsatte. Signifikansniveau er angivet ved *. *=90% signifikansniveau, **=95% signifikansniveau, ***=99% signifikansniveau.

En gennemgang resultatet af balancetesten for deltagere i Markedsmodningsfonden sammenholdt med alle danske virksomheder kan fungere som en læsevejledning til tabellen:

- **Antal årsværk:** Et + med *** for antal årsværk angiver, at deltagere i Markedsmodningsfonden i 99 af 100 virksomheder har flere årsværk end kontrolgruppen.
- **Omsætning:** Omvendt har 99 af 100 virksomheder en mindre omsætning.

- **Branche:** Branche er negativ, hvilket betyder at deltagere i Markedsmodningsfonden oftere er placeret i brancher såsom fremstillingsindustrien.
- **Landsdel:** Landsdel er ligeledes negativ, hvilket her betyder at deltagere i Markedsmodningsfonden oftere er geografisk placeret på Østsjælland, inkl. København sammenlignet med kontrolgruppen.
- **Andel LVU:** Andelen af ansatte med lang videregående uddannelse er højere hos deltagere i Markedsmodningsfonden sammenlignet med kontrolgruppen.
- **Værditilvækst året før deltagelse i Markedsmodningsfonden:** Denne er insignifikant, og dermed kan det ikke fastslås, om der er statistisk forskel mellem deltagere og kontrolgruppen.
- **Eksport året før deltagelse i Markedsmodningsfonden:** Denne er negativ, hvilket betyder at deltagere i gennemsnit har mindre eksport end kontrolgruppen.
- **Kapitalniveau året før deltagelse i Markedsmodningsfonden:** Denne er insignifikant, og dermed kan det ikke fastslås, om der er statistisk forskel mellem deltagere og kontrolgruppen.
- **Investeringsniveau året før deltagelse i Markedsmodningsfonden:** Denne er negativ, hvilket betyder at deltagere i gennemsnit har mindre investeringsniveau end kontrolgruppen i året før deltagelse i Markedsmodningsfonden.

Altså viser tabellen først og fremmest, at en kontrolgruppe bestående af alle virksomheder vil fungere dårligt, da virksomhederne her er signifikant forskellige fra deltagerne på de fleste variable.

En anden kontrolgruppe er de ansøgere, som er blevet afvist. I etableringen af denne kontrolgruppe er der gjort følgende tilpasninger:

²⁵ Logistisk regression er en økonometrisk/statistisk metode til at analysere sammenhænge (korrelationer) mellem et udfald og en række forklarende variable. Altså er logistisk regression velegnet til at undersøge, hvilke variable der påvirker et observeret udfald.

- Fjernet hhv. dubletter og de virksomheder, som på et andet tidspunkt har fået tilskud gennem Markedsmodningsfonden.
- Fjernet outliers – det har særligt været virksomheder med stor omsætning og eksport.
- Fjernet virksomheder med mere end 500 årsværk, da disse ikke vurderes at være i målgruppen for Markedsmodningsfonden. En justering, som er blevet gennemført for både deltagere og kontrolgruppe.
- Interpolering af data i tilfælde, hvor der mangler en observation mellem to kendte observationer. F.eks. hvis en virksomheds årsværk mangler for år 2012, men findes for år 2011 og år 2013.

Jf. tabel A.2, er de afviste virksomheder umiddelbart en udmærket kontrolgruppe for deltagerne i Markedsmodningsfonden, da der for de fleste variable ikke er statistisk signifikante forskelle mellem de to grupper. Dog skal denne kontrolgruppe anvendes med det forbehold, at deltagerne i Markedsmodningsfonden har en højere andel af ansatte med lang videregående uddannelse og har højere eksport. Dette er begge parametre, som kan give virksomhederne andre og bedre vækstforudsætninger.

Den tredje kontrolgruppe er konstrueret ved hjælp af propensity score matching. Her er der ved hjælp af logistiske regressioner identificeret virksomheder, der har en ensartet statistisk sandsynlighed for at deltage i Markedsmodningsfonden sammenlignet med deltagerne²⁵. I tabel A.2 viser vi balancetesten for to matching grupper. Forskellen er, at det i "matching 1" er mere restriktivt, hvor meget den statistiske sandsynlighed mellem deltagere og kontrolgruppe må afvige. Det tillader, at hver deltager kan blive matchet med flere kontrolvirksomheder, men ikke, at en virksomhed kan være kontrolvirksomhed for flere deltagere.

Resultaterne viser, at deltagerne i Markedsmodningsfonden og kontrolgruppen i gennemsnit er ens for hver af de opstillede variable i den restriktive matching 1 model. Omvendt er der signifikante forskelle mellem de to grupper på flere af variablene i matching 2 modellen. Med andre ord er matching 1 modellen bedre end matching 2 modellen.

Baseret på ovenstående gennemgang anvendes gruppen af afviste virksomheder, samt matching 1 kontrolgruppen i estimeringen af effekter.