

Når viden bliver til aktiver

*- nøgletal om
danske virksomheders
brug af IPR*



DANMARKS
STATISTIK



PATENT- OG VAREMÆRKESTYRELSEN

Når viden bliver til aktiver

- nøgletal om danske virksomheders brug af IPR

Udgivet af:

Danmarks Statistik & Patent- og Varemærkestyrelsen

Adresser:

Danmarks Statistik Patent- og Varemærkestyrelsen
Sejrøgade 11 Helgeshøj Allé 81
2100 København Ø 2630 Taastrup

Tlf. 39 17 39 17 Tlf. 43 50 80 00
Fax 39 17 39 99 Fax 43 50 80 01

e-post: dst@dst.dk e-post: pvs@dkpto.dk
www.dst.dk www.dkpto.dk

Trykt hos Fihl Jensen, Frederiksberg
Oplag 500 stk.
Januar 2008

ISBN 978-87-501-1670-7 trykt udgave
ISBN 978-87-501-1671-4 netversion

Denne publikation kan som pdf-udgave
findes på www.dst.dk/ipr

Ebbe Krogh Graversen
Dansk Center for Forskningsanalyse
e-mail: ekg@cfa.au.dk
Tlf.: 89 42 23 84

Helle Månsson
Danmarks Statistik
e-mail: hej@dst.dk
Tlf.: 39 17 31 13

Betina Sand
Patent- og Varemærkestyrelsen
e-mail: bsa@dkpto.dk
Tlf.: 43 50 85 67

© Danmarks Statistik & Patent- og Varemærkestyrelsen, 2008

Du er velkommen til at citere fra denne publikation.

Angiv dog kilde i overensstemmelse med god skik.

Det er tilladt at kopiere publikationen til privat brug.

Enhver anden form for hel eller delvis gengivelse eller mangfoldiggørelse
af denne publikation er forbudt uden skriftligt samtykke fra Danmarks Statistik.
Kontakt os gerne, hvis du er i tvivl.

Når en institution har indgået en kopieringsaftale med COPY-DAN,
har den ret til - inden for aftalens rammer - at kopiere fra publikationen.

Forord

Viden er i dag et af de vigtigste råstoffer vi har i Danmark. Viden og innovation kan sikre fortsat høj vækst og beskæftigelse i Danmark på lang sigt. Den globale udvikling betyder, at virksomhederne i stigende grad skal konkurrere på evnen til at skabe nye og mere innovative løsninger, der kan omsættes til kommerciel værdi.

Det er således især gennem vedvarende forskning og udvikling, at danske virksomheder er konkurrencedygtige på de internationale markeder. Danske virksomheder har en stærk position internationalt for deres innovative kvalitetsprodukter.

Med regeringens globaliseringsstrategi fra 2006 "Fremgang, fornyelse og tryghed" blev der iværksat en række initiativer, der bidrager til at bringe Danmark helt i front med at udvikle ny viden.

Det er vigtigt at fortsætte arbejdet med at skabe bedre rammer for innovation i virksomhederne. Det følger således af regeringsgrundlaget fra november 2007 "Mulighedernes Samfund", at der vil blive udarbejdet en virksomhedsrettet innovationsstrategi, der skal bane vejen til høj innovationsaktivitet og nye innovationsformer.

Et vigtigt led i udvikling af ny viden og innovationsformer er aktiv udnyttelse af IPR og kommercialisering af viden. Uden beskyttelse via patenter eller varemærker vil en virksomheds innovative forspring hurtigt blive indhentet af konkurrencen på markedet og udbyttet af investeringer i F&U udhulet.

Opgørelser viser, at Danmark er blandt de mest IPR-aktive lande i EU-15. Alligevel er der mange virksomheder, der ikke beskytter deres viden, og der er en polarisering af de danske virksomheder, hvor især de store er IPR-aktive. Meget tyder desuden på, at der er potentiale for en bedre udnyttelse af viden fx via handel med IPR. Der foreligger således en opgave i at fremme IPR-aktiviteten i dele af det danske erhvervsliv.

Patent- og Varemærkestyrelsen og Danmarks Statistik har gennem de sidste år samarbejdet om at styrke datagrundlaget for IPR-aktiviteten i Danmark. Dette datagrundlag gør, at vi nu ved mere om danske virksomheders brug af IPR og betydningen af dette for virksomhederne. Denne publikation indeholder resultatet af dette samarbejde.

Januar 2008

Jesper Kongstad
Direktør
Patent- og Varemærkestyrelsen

Jan Plovsing
Rigsstatistiker
Danmarks Statistik

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning - Viden som råstof, aktiv og handelsvare	5
2.	Innovation - Når virksomheder skaber viden	11
3.	IP-rettigheider - Når viden bliver til aktiver	21
4.	Handel med IPR - Viden som handelsvare	27
4.1	Danske patentindehaveres handel med IPR	28
4.2	Danske patentindehaveres handel med patenter	34
4.3	Danske virksomheders handel med licenser på varemærker design og brugsmodeller	38
4.4	Danske virksomheders handel med IPR med udlandet	41
4.5	Fordele og barrierer ved handel med IPR	44
5.	Økonomi og beskæftigelse - Når IPR skaber vækst	51
6.	IPR-virksomheder - Hvad kendetegner dem	61
7.	Datagrundlag og metode	71
	Annex I: Tabeller	75

1. Indledning – Viden som råstof, aktiv og handelsvare

Viden som råstof Viden er et af Danmarks vigtigste råstoffer. Vedvarende frembringelse af viden og gode ideer er et af de stærkeste kort, det danske erhvervsliv har på hånden, når det handler om at være konkurrencedygtig i en global økonomi.

For at sikre den danske konkurrenceevne og en vedvarende sund dansk økonomi med høj vækst og beskæftigelse er det derfor vigtigt, at der i Danmark er de rette betingelser for at skabe, videreudvikle og udnytte viden.

Viden skaber kvalitetsprodukter, der gør os konkurrencedygtige Det relativt høje lønniveau i Danmark gør det vanskeligt for danske virksomheder at konkurrere på pris. Det har fået virksomheder til at flytte produktionen til lande med lavere lønomkostninger. Mange danske virksomheder satses i stedet på at udvikle produkter med et særligt vidensindhold eller særligt design, der gør produktet konkurrencedygtigt trods et højere prisniveau.

Danmark har en stærk international position inden for sådanne kvalitetsprodukter også kaldet upmarket produkter. Analyser viser, at 44 pct. af Danmarks eksport i 2005 bestod af sådanne upmarket produkter¹. Denne andel er høj sammenlignet med andre landes eksportandel af kvalitetsprodukter. Det viser, at danske virksomheder er dygtige til at positionere sig på markedet for kvalitetsprodukter. Eksempler på eksporterede kvalitetsprodukter er lægemidler og høreapparater.

Men det kræver vedvarende innovation Hvis Danmark skal fastholde denne position, kræver det, at det danske erhvervsliv konstant er på forkant med udviklingen på verdensmarkedet og på forkant med forbrugernes behov og ønsker for indhold og design. Der skal vedvarende skabes ny viden og tænkes i nye baner. De danske virksomheder skal være innovative, hvilket kræver investeringer i forskning, udvikling og veluddannet arbejdskraft.

Virksomhedsrettet Innovationsstrategi Regeringen har innovation højt på den politiske dagsorden. I de kommende år vil fokus især være på de små og mellemstore virksomheders innovationsaktivitet. Der vil blive udarbejdet en *Virksomhedsrettet Innovationsstrategi*. Indsatsen skal fremme innovationsaktiviteten i Danmark og føre til nye innovationsformer.

Viden genereres både i virksomheder og i forskningsinstitutioner Det er kompliceret og ressourcekrævende at frembringe viden. Derfor er det vigtigt, at den viden, der skabes i Danmark, udnyttes bedst muligt. Viden genereres både i virksomheder og i forskningsinstitutioner. Det giver mulighed for, at der både kan udveksles viden mellem virksomheder og på tværs af erhvervslivet og forskningsinstitutionerne.

¹ "Danmark på de globale markeder", Økonomi- og erhvervsministeriet, 27. juni 2007. Publikationen kan hentes på www.oem.dk.

Regeringen har i sin globaliseringsstrategi² gennemført en række initiativer, der styrker samarbejdet mellem virksomheder og forskningsinstitutioner.

Viden som aktiv – beskyttelse af viden

Vigtigt for virksomheders tilskyndelse til at være innovativ og for at udnytte viden kommercielt er mulighederne for at sikre sig ejendomsretten til viden. Uden beskyttelse udhules det konkurrencemæssige forspring af innovationen hurtigt i den fri konkurrence. Herved forsvinder virksomhedernes incitament til at investere i forskning og udvikling.

Virksomheder kan sikre sig manøvrerum set i forhold til konkurrerende virksomheder ved at beskytte deres viden. Det kan gøres ved at sikre sig ejendomsretten til sin viden og gøre den frembragte viden til et aktiv fx via et patent. Betegnelsen herfor er *Intellectual Property Right* forkortet IPR³.

Der findes flere former for IP-rettigheder

Der er flere måder at sikre sig IPR: Udover patenter kan virksomheder vælge at beskytte sig med varemærker, design eller brugsmønstre⁴. Hvilken type IPR, der er relevant, afhænger af hvilken type viden, der er tale om. Ligeledes vil der være forskellige behov, når det angår dækningen – dvs. i hvilke lande, IP-rettigheden skal gælde. Registrering af IPR kan i Danmark ansøges hos Patent- og Varemærkestyrelsen.

Danmark et af de mest aktive lande, når det angår beskyttelse

Opgørelser viser, at Danmark er blandt de mest aktive lande i EU15⁵, når det angår beskyttelse af viden via IPR. Danmark ligger på henholdsvis en 4. og en 2. plads, når det angår antallet af ansøgte patenter og varemærker pr. indbygger⁶.

Samtidig viser tallene, at en del danske virksomheder ikke har fokus på vigtigheden af beskyttelse, da kun en tredjedel af de danske innovative virksomheder anvender IPR. For at fremme virksomheders opmærksomhed og viden om IPR har regeringen i globaliseringsstrategien taget initiativ til rådgivning af danske iværksættere om IPR. Denne rådgivning foregår via de regionale væksthuse.

Registrering af IPR er også til gavn for andre

IPR er ikke alene til gavn for de virksomheder, der ønsker at beskytte viden. Registreringen af rettigheder er også til fordel for andre virksomheder, idet der ved registreringen sker en offentliggørelse af den ny

² "Fremgang, fornyelse og tryghed – strategi for Danmark i den globale økonomi", Regeringen, april 2006. Publikationen kan hentes på www.globalisering.dk.

³ I publikationen "Et forspring i samfundet" udgivet af Patent- og Varemærkestyrelsen, februar 2005, er der mere information om IPR i Danmark. Publikationen kan hentes på www.dkpto.dk.

⁴ IP-rettigheder omfatter også ophavsret. Ophavsretten indgår ikke i denne publikation, da det ikke p.t. er muligt at samkøre oplysninger om ophavsrettighedsindehavere med Danmarks Statistiks registre. Ophavsret er en immateriel rettighed, der bl.a. finder anvendelse i forbindelse med kunstneriske og litterære værker, men også i forbindelse med fx edb-programmer. Ophavsret administreres i Danmark af Kulturministeriet. Se også <http://www.kum.dk/sw711.asp>.

⁵ EU15 består af: Danmark, Østrig, Belgien, Finland, Frankrig, Tyskland, Grækenland, Irland, Italien, Luxembourg, Holland, Portugal, Spanien, Sverige og England.

⁶ Økonomi- og Erhvervsministeriet, "Konkurrenceevneredegørelse 2007", kapitel 7.

viden. Ved registrering af patenter undgås således, at flere virksomheder udvikler den samme viden, og i stedet skabes der mulighed for videreudvikling, idet virksomheder kan bygge ovenpå andre virksomheders viden.

Således kan beskyttelse af viden i sig selv være med til at sikre udveksling af viden og dermed bidrage til en bedre udnyttelse af de ressourcer, der investeres i forskning og udvikling i Danmark.

Viden som handelsvare

En mere aktiv måde at udveksle viden mellem virksomheder er ved handel med viden. Handel med viden mellem danske virksomheder er vigtig for en optimal udnyttelse af de ressourcer, der bruges på at skabe viden i Danmark. For et lille land som Danmark, er handel med viden med udlandet mindst lige så vigtig. Det skyldes, at Danmark kun står for en brøkdel af den samlede videnproduktion. Resten må vi handle os til.

Handel kan bestå i en decideret overdragelse af IP-retigheder via køb og salg, men handel kan også bestå i licenseringsaftaler, hvor rettighedshaver mod betaling så at sige "lejer" sin rettighed ud. Fordelen ved denne form for handel er, at flere kan udnytte den pågældende viden på én gang.

Handel med viden er kompliceret og markedet uigennemsigtigt

Handel med viden er kompliceret. Det skyldes bl.a., at der ikke er tale om en vare i traditionel fysisk forstand men om en immateriel størrelse. Handel med viden besværes af, at der er tale om et forholdsvis uigennemsigtigt marked. Uigennemsigtigheden opstår, fordi det for en interesseret køber kan være svært at få øje på udbydere, og det for udbydere ligeledes kan være svært at definere interesserede aftagere.⁷

Elektronisk markedsplads for handel med viden: IP-marketplace.dk

For at afhjælpe dette problem, blev der som led i regeringens globaliseringsstrategi taget initiativ til at etablere en internetbaseret markedsplads for handel med patenter. På denne markedsplads, www.ip-marketplace.dk, der åbnede september 2007, kan sælgere udbyde patenter og købere danne sig et overblik over hvilke patenter, der er til salg i Danmark⁸. Som en del af markedspladsen kan virksomheder desuden systematisk blive orienteret om nye patenter.

Vigtigt at have viden om danske virksomheders viden som råstof, aktiv og handelsvare

For løbende at skabe de rette rammer for at virksomheder skaber, beskytter og udnytter deres viden, er det vigtigt at have kendskab til IPR-aktiviteten i Danmark og vide, hvilke virksomheder, der er IPR-aktive. Det er vigtigt at vide, hvad der kendetegner virksomhederne, samt hvorledes disse virksomheder bidrager til vækst og beskæftigelse i Danmark. Ligeledes er det relevant at vide, hvor aktive danske virksomheder er, når det angår handel med IPR. I den forbindelse er det desuden interessant at se på, hvilke fordele og hvilke barrierer, der eksisterer for handel med viden.

⁷ Se herom i Konkurrencevedgørelse 2005, kapitel 10: "Konkurrence og viden", Konkurrencestyrelsen. Publikationen kan hentes på www.ks.dk.

⁸ Markedspladsen vil i den kommende tid blive udvidet til også at inkludere andre rettigheder end patenter.

Indhold og tilblivelse af denne publikation:

Belysningen af disse spørgsmål og flere er søgt via spørgeskemaundersøgelser og sammenkørsel af diverse statistisk materiale om danske virksomheder og deres IPR-aktivitet. Resultatet af dette arbejde, som præsenteres i denne publikation, er en omfattende mængde nye oplysninger om danske virksomheders IP-aktiviteter.

Publikationen er udarbejdet i samarbejde mellem Danmarks Statistik og Patent- og Varemærkestyrelsen. Danmarks Statistik har stået for spørgeskemaundersøgelse, databehandling, metoder og opsætning af publikationen, mens Patent- og Varemærkestyrelsen har ansvaret for det skrevne. Afsnit 2 om innovation er skrevet med bidrag fra Dansk Center for Forskningsanalyse (CFA).⁹

Afsnit 2 – Viden som råstof

Publikationen indledes med et afsnit om viden som råstof. Det handler om innovation, og der gives i afsnittet et kortfattet indblik i omfanget af innovation i Danmark.

Afsnittet viser, at danske virksomheder har forholdsvis stor fokus på innovation. Ca. 7 ud af 10 virksomheder har i perioden 2002-2004 været innovative i form af produkt-, proces-, markedsførings-, eller organisationsinnovation. Sammenligninger med andre lande viser, at Danmark har en relativt høj innovationsaktivitet, når det angår produkt- og procesinnovation (PP-innovation). 46 pct. af de danske virksomheder er PP-innovative, hvilket af de udvalgte lande kun overgås af Tyskland.

Afsnittet viser også, at de danske innovative virksomheder i et vist omfang er opmærksomme på at beskytte deres viden. 29 pct. har benyttet en eller anden form af IPR.

Afsnit 3 – Viden som aktiv

Afsnit 3 giver et indblik i omfanget og udviklingen af IPR i Danmark. Afsnittet viser, at der for perioden 2000-2006 samlet set har været en positiv udvikling i antallet af registrerede IP-rettigheder. Men mens antallet af patenter og varemærker er steget, er der sket et fald i design og brugsmodeller. Billedet er tilsvarende, når der ses på antallet af danske virksomheder, der har fået meddelt IPR. Imidlertid er stigningen i antal danske virksomheder, der har fået meddelt patenter, mindre end stigningen i antal meddelte patenter som sådan. Dette betyder, at der har været en lille stigning i det gennemsnitlige antal registrerede patenter pr. ansøgende virksomhed. Den modsatte tendens gør sig gældende for varemærker.

I afsnittet belyses desuden patentindehaveres primære bevæggrunde for at udtage patent. Her fremgår, at den væsentligste årsag er at forhindre andre i at udnytte virksomhedens opfindelse. Dog har virksomhederne også andre mål med at udtage patenter så som imageskabelse og adgang til nye markeder.

⁹ Ebbe Krogh Graversen

Afsnit 4 – Viden som handelsvare

Afsnit 4 omhandler viden som handelsvare. Her fremgår det, at der er en vis handelsaktivitet i Danmark. Mere end hver tredje virksomhed har handlet med rettigheder. Handel med patenter er mere udbredt end handel med varemærker, design og brugsmodeller. Handlen foregår primært inden for virksomhedernes egne branche/teknologi-områder. Handel med varemærker, design og brugsmodeller sker primært inden for ressourceområdet Møbler/beklædning men også på Energi/miljøområdet.

Afsnittet viser desuden, at danske virksomheder i en vis grad er opmærksomme på at udnytte viden genereret i udlandet via handel. Der eksporteres samlet set for et større beløb i forbindelse med salg/udlicensering, end der importeres ved køb/indlicensering.

Endelig gennemgås i afsnittet virksomheders besvarelser på en række spørgsmål om fordele og barrierer for handel med viden. Det er bl.a. fordele som øget indtjening og synlighed på markedet, som trækkes frem, mens der på barrieresiden bl.a. er vanskeligheder med at opnå enighed om pris.

Afsnit 5 – IPR, vækst og beskæftigelse

I afsnit 5 ses der nærmere på hvordan beskæftigelse, omsætning, værditilvækst og eksport har udviklet sig for danske virksomheder med IP-rettigheder. Afsnittet viser, at de IPR-aktive danske virksomheder har en større andel af beskæftigelse, omsætning og værditilvækst, end deres antalmæssige andel af den samlede virksomhedsbestand berettiger. Mens de IPR-aktive virksomheder alene udgør 4 pct. af den samlede virksomhedsbestand, dækker disse virksomheder omtrent 35 pct., når det angår beskæftigelse, omsætning og værditilvækst. Desuden har en større andel af de IPR-aktive virksomheder eksport end øvrige virksomheder.

Afsnit 6 – Kendetegn ved IPR-aktive virksomheder

De nærmere kendetegn ved IPR-aktive virksomheder belyses i afsnit 6. Afsnittet viser bl.a., at der er relativt flest IPR-aktive virksomheder på ressourceområdet Medico/sundhed og blandt virksomheder med mere end 100 ansatte. Desuden kendetegnes IPR-aktive virksomheder ved primært at være selskaber (dvs. aktie- eller anpartsselskaber), ligesom mange af virksomhederne er lokaliseret i Region Hovedstaden. Endelig har IPR-aktive virksomheder en større andel af personer med lang videregående uddannelse og forskeruddannelse blandt sit personale end øvrige virksomheder.

Afsnit 7 – Datagrundlag og metode

Endelig indeholder afsnit 7 en kort beskrivelse af datagrundlag og metode. Fremstillingerne i afsnittene er baseret på en række kilder - bl.a. en spørgeskemaundersøgelse, Danmarks Statistiks generelle firmastatistik samt opgørelser fra Patent- og Varemærkestyrelsen over udstedte IPR. For en mere dybdegående metodebeskrivelse henvises til Danmarks Statistiks hjemmeside.

- Annex 1 - tabeller* Publikationen indeholder primært fremstillinger i form af figurer. Figurerne suppleres med tabeller i Annex 1 bagest i publikationen. Tabelafsnittet er opbygget således, at tabelnummereringen refererer til den figur i publikationen, som tallene refererer til.
- Yderligere om data og metode på www.dst.dk/ipr* For en mere dybdegående gennemgang af datagrundlag og metode henvises til Danmarks Statistiks hjemmeside www.dst.dk/ipr, hvor der i øvrigt er adgang til samtlige data fremstillet i figurer og tabeller i publikationen.

2. Innovation - Når virksomheder skaber viden

*Innovation vigtig
for dansk
konkurrenceevne
og vækst*

Innovation er godt for dansk konkurrenceevne, vækst og beskæftigelse. Det er vigtigt, at der hele tiden sker fornyelse og udvikling, så det danske erhvervsliv kan være på forkant med udviklinger på de internationale markeder og være på forkant med ændringer i forbrugerbehov.

*Innovationsaktivitet
er opgjort efter
fælleseuropæiske
principper - CIS*

Innovation er et vidt begreb. Der kan være tale om mange former for innovation, og innovation kan finde sted i forskellig grad. Der foretages løbende undersøgelser af, hvor innovative de danske virksomheder er. Fremstillingerne i dette afsnit er baseret på den fælleseuropæiske Community Innovation Survey, CIS.

Indsamlinger til CIS i Danmark er hidtil forestået af Dansk Center for Forskningsanalyse (CFA) på Århus Universitet. Danmarks Statistik overtager ansvaret for CIS-undersøgelserne fra 1. januar 2008. Den senest indsamlede undersøgelse dækker perioden 2002-2004 og anvendes i det følgende afsnit til at illustrere innovationsomfanget i dansk erhvervsliv.

Boks 2.1

Hvad er innovation?

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

Kilde: OECD/Eurostat (2005) Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data – The Oslo Manual, Third Edition.

*72 pct. af
alle virksomheder
er innovative*

CIS-opgørelser for de danske virksomheder viser, at knap 72 pct. af virksomhederne var innovative i 2002-2004. Disse innovative virksomheder dækker knap 82 pct. af de ansatte. Som det fremgår af figur 2.1 er organisatorisk innovation mest almindelig, idet 58 pct. af de danske virksomheder har en eller anden form for organisatorisk innovation. De forskellige typer af innovation er beskrevet i boks 2.2.

Boks 2.2 Fire innovationstyper

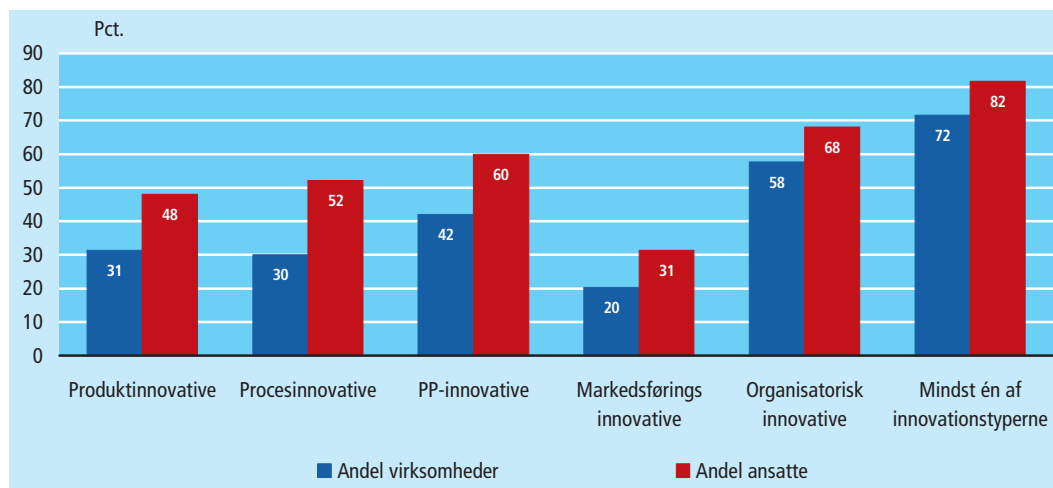
- En produktinnovation er en introduktion på markedet af en ny vare eller tjenesteydelse eller af en vare eller tjenesteydelse, hvis egenskaber er blevet væsentligt forbedret fx med forbedrede komponenter og subsystemer eller forbedret software og brugervenlighed
- En procesinnovation er en implementering af en ny eller væsentligt forbedret produktionsproces eller distributionsmetode for varer eller tjenesteydelser, herunder hjælpefunktioner til virksomhedens processer
- En organisatorisk innovation er en implementering af en væsentlig ændring i forretningsgange, arbejdspladsens organisering eller virksomhedsstrukturen, som har til hensigt at forbedre virksomhedens innovative kapacitet eller dens grundlæggende virkemåde, herunder evnen til at sikre kvaliteten af produkterne og effektiviteten i arbejdsgangene
- En markedsføringsinnovation er en implementering af en ny eller væsentlig ændret salgs- eller markedsføringsmetode, herunder også væsentlige ændringer i produktets udseende eller indpakning med det formål at forbedre produktets fremtoning eller at øge forbrugernes opmærksomhed

Innovationen skal være ny for virksomheden, men behøver ikke at være ny for branchen eller markedet. Det er uden betydning, om innovationen er udviklet af virksomheden selv eller af andre virksomheder. Se specifikke eksempler på www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Metodebeskrivelse_cis4.pdf

42 pct. af alle virksomheder er PP-innovative

Figur 2.1 viser, hvor stor en andel af de danske virksomheder, der er innovative fordelt på innovationstype. Ses samlet på produkt- og procesinnovation, kaldet PP-innovation, er andelen af virksomheder med mindst én af de to innovationsformer på 42 pct., svarende til 60 pct. af de danske virksomheders ansatte. Andelen af PP-innovative virksomheder er særligt interessant i IPR-sammenhænge, da IPR ofte relateres til både produkter og processer og sjældnere til markedsføringsinnovation og organisatorisk innovation.

Figur 2.1 Andel innovative virksomheder efter innovationstype og i alt, 2002-2004



Kilde: Dansk erhvervsinnovation 2004. www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Tabelsamling.pdf.

Note: Søjlen "PP-innovative" dækker over virksomheder, der enten er produktinnovative eller procesinnovative eller er både produkt- og procesinnovative.

59 pct. af de innovative virksomheder er PP-innovative

Som det fremgår af figur 2.1 er især organisatorisk innovation udbredt blandt danske virksomheder, idet 58 pct. af virksomheder er organisatorisk innovative. Ses alene på de innovative virksomheder, er PP-innovation imidlertid den mest gængse innovationstype, idet knap 59 pct. af de innovative virksomheder er PP-innovative. Dette fremgår af tabel 2.1 i Annex 1. Blandt de resterende 41 pct. af de innovative virksomheder, som hverken er produkt- eller procesinnovative, er 35 pct. organisatorisk innovative virksomheder, mens 11 pct. er markedsføringsinnovative. 5 pct. er således både organisatorisk og markedsføringsinnovative uden at være PP-innovative.

Danmark har stor andel af innovative virksomheder målt på PP-innovation

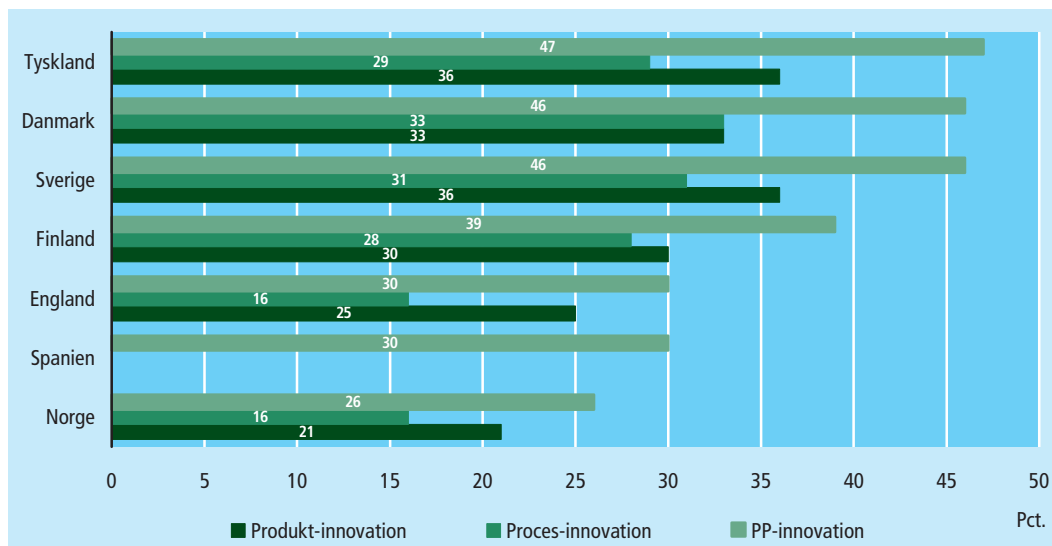
I en europæisk sammenligning ligger Danmark sammen med Tyskland og Sverige i toppen med de største andele af PP-innovative virksomheder, jf. figur 2.2. Danmark ligger lidt lavere på andelen af produktinnovative virksomheder, men lidt højere på andelen af procesinnovative virksomheder. Andelen af PP-innovative virksomheder i Danmark er højere end i Finland og væsentligt højere end i Norge.

Danmark ligger i top6 målt på PP-innovation

Generelt ligger Danmark i den høje ende på skalaen over innovative lande, som det fremgår af eksempelvis EU's Innovation Scoreboard, EIS¹⁰ I EIS2006 er Danmark i top6 sammen med netop Sverige, Tyskland, Finland, Japan og Schweiz.

¹⁰ www.ptoinno-europe.eu/doc/EIS2006_final.pdf

Figur 2.2 Andel innovative virksomheder i udvalgte lande, 2002-2004



Kilde: Figur 3 i Dansk erhvervslivs innovation 2004: www.forskningsanalyse.dk/Inno2004.pdf

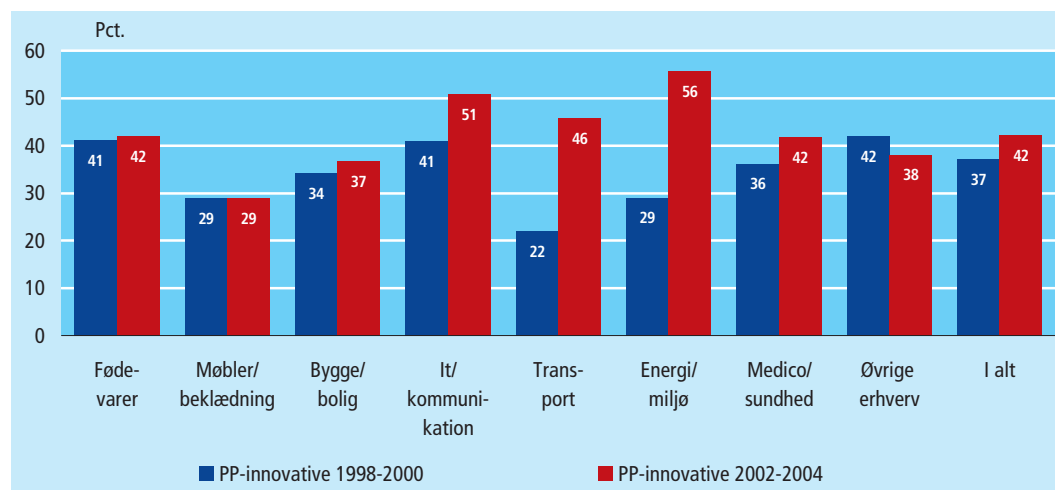
Note: Inkluderer kun virksomheder med mindst 10 ansatte og kun NACE-branchegrupperne 10-41, 51, 60-67, 72, og 74.2-74.3, hvilket er Eurostats kernebrancher. Andelen for Danmark er derfor forskellig fra andelen i figur 2.1 og den øvrige tekst hvor flere mindre virksomheder og brancher er inkluderet, se også www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/metodebeskrivelse_cis4.pdf.

Andelen af innovative virksomheder stiger over tid

I en opdeling af virksomhederne på ressourceområder¹¹ kan det ses, at andelen af PP-innovative virksomheder er steget lidt fra 1998-2000 (CIS3) til 2002-2004 (CIS4) indenfor alle ressourceområder. I alt er andelen steget fra 37 pct. i 1998-2000 til 42 pct. i 2002-2004. Indenfor ressourceområderne Energi/miljø og It/kommunikation er der i 2002-2004 de største andele af innovative virksomheder, jf. figur 2.3.

¹¹ For en beskrivelse af ressourceområder se afsnit 7.

Figur 2.3 Andel af virksomheder med PP-innovation, fordelt på ressourceområde, 1998-2000 og 2002-2004



Kilde: CFA's beregninger på CIS3 og CIS4.

Note: Virksomheder fra ressourceområdet Turisme indgår ikke i innovationsmålingerne.

Bredt funderet innovativt erhvervsliv

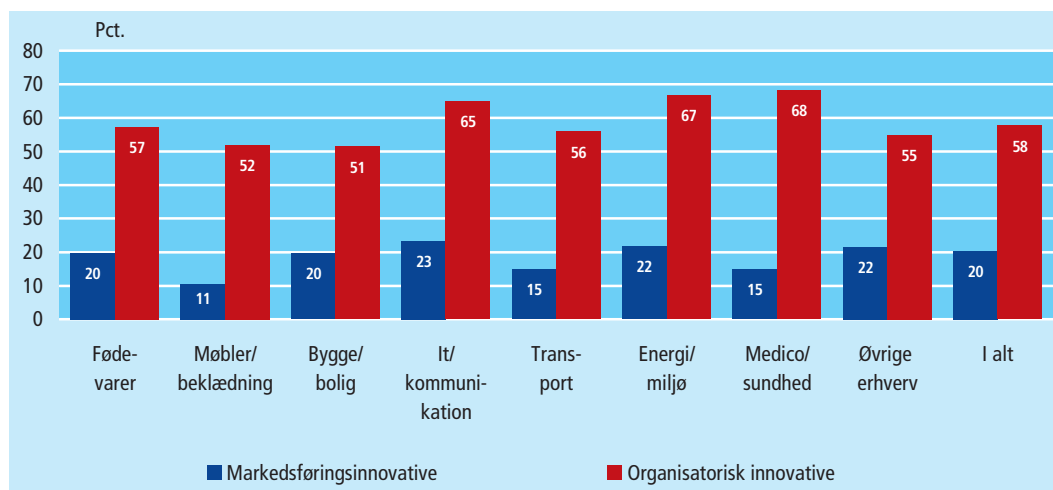
Generelt er variationen mellem ressourceområderne i andelen af PP-innovative virksomheder begrænset til under 10 procentpoint i forhold til gennemsnittet. Det viser, at der findes en nogenlunde ligelig andel af PP-innovative virksomheder indenfor alle ressourceområder, dvs. at der er et bredt funderet innovativt erhvervsliv i Danmark.

Større virksomheder er oftere innovative

Andelen af innovative virksomheder er størst blandt de store virksomheder (jf. tabel 2.2 i Annex1). Således er 93 pct. af virksomhederne med over 1000 ansatte innovative, mens 70 pct. af de små virksomheder med under 50 ansatte er innovative. Ses alene på andelen med PP-innovation er knap 70 pct. af de store virksomheder PP-innovative, mens knap 40 pct. af de små er PP-innovative.

Tilsvarende gælder for henholdsvis andelen af markedsføringsinnovative og andelen af organisatorisk innovative virksomheder, at den er relativt stabil og ensartet ressourceområderne imellem, om end der er forskelle. Igen er ressourceområderne Energi/miljø og It/kommunikation i toppen, mens ressourceområdet Medico/sundhed har en højere andel inden for organisatorisk innovation. Dette fremgår af figur 2.4.

Figur 2.4 Andel af virksomheder med markedsførings- og organisatorisk innovation fordelt på ressourceområde, 2002-2004



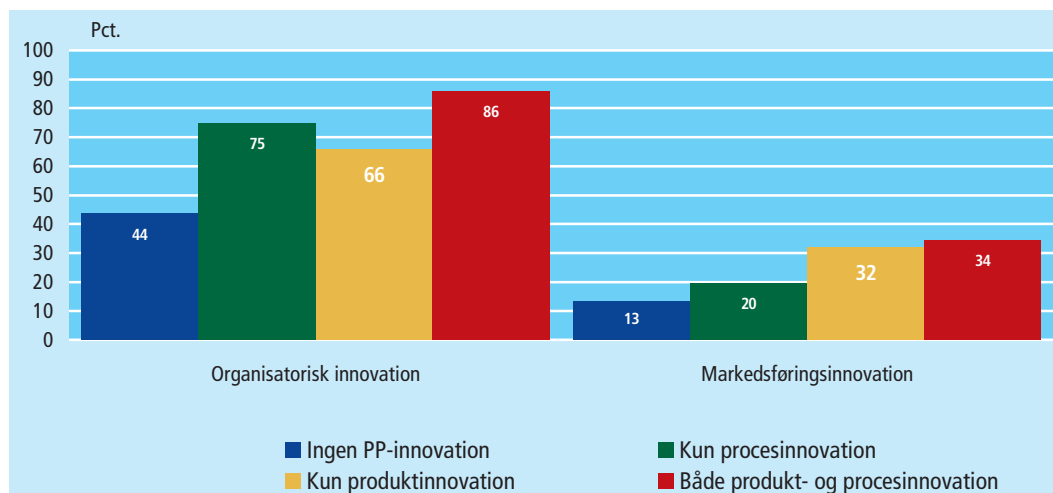
Kilde: CFA's beregninger på CIS4.

Note: Virksomheder fra ressourceområdet Turisme indgår ikke i innovationsmålingerne.

Andel med organisatorisk og markedsføringsinnovation stiger med grad af PP-innovation

Sammenhængen mellem de fire typer af innovation er udtalt. Som det fremgår af figur 2.5, er andelen af markedsføringsinnovative virksomheder markant større blandt de PP-innovative virksomheder, end blandt de ikke-PP-innovative virksomheder, og størst blandt de virksomheder, der både er produkt- og procesinnovative. Det samme er gældende for andelen af virksomheder med organisatorisk innovation, blot på et højere niveau. Knap 9 pct. af alle innovative virksomheder har alle fire typer af innovation.

Figur 2.5 Andel af virksomheder med markedsførings- og organisatorisk innovation fordelt efter grad af PP-innovation, 2002-2004

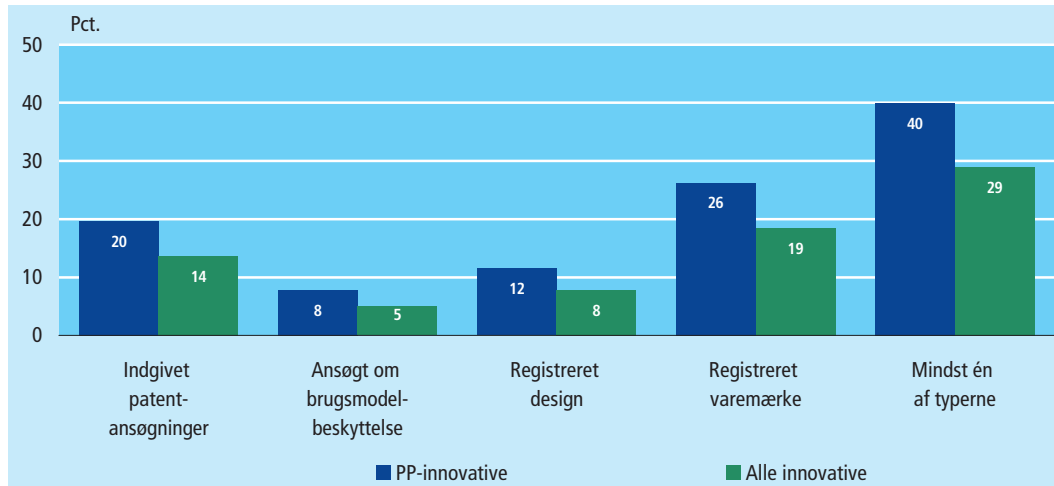


Kilde: Figur 19 og 23 i Dansk erhvervslivs innovation 2004: www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Inno2004.pdf.

0 pct. af de PP-innovative virksomheder benytter mindst én af fire IPR-typer

Normalt antages det, at PP-innovative virksomheder er mere IPR-aktive end markedsførings- og organisatorisk innovative virksomheder, og dette bekræftes i figur 2.6. Knap 40 pct. af de PP-innovative virksomheder har benyttet mindst én af fire udvalgte IPR-typer. Blandt alle de innovative virksomheder er denne andel kun 29 pct.

Figur 2.6 Andel af PP-innovative og alle innovative virksomheder, fordelt på IPR-typer, 2002-2004



Kilde: CFA'S beregninger på CIS4.

*Varemærke-
registrering og
patentansøgning
topper*

Flest virksomheder har benyttet varemærkeregistrering (henholdsvis 26 pct. af de PP-innovative og 19 pct. af alle innovative virksomheder), fulgt af patentansøgninger (hhv. 20 pct. og 14 pct.) og design (hhv. 12 pct. og 8 pct.). Færrest har anvendt brugsmodeller (henholdsvis 8 pct. og 5 pct.).

Boks 2.3 Definitioner

Patent

Med et patent beskyttes den opfindelse, der angiver en ny løsning på et veldefineret problem, hvis denne løsning tillige adskiller sig væsentligt fra hidtil kendt teknik. Et patent giver en grundig beskrivelse af problemet samt en brugbar anvisning på, hvordan det løses. Patentet beskytter imidlertid ikke en idé som sådan men beskytter alene den angivne tekniske løsning på det givne problem.

Varemærke

Et varemærke har til formål at fungere som kendetegn for en virksomheds produkter eller for virksomheden som sådan. Et varemærke skal kunne gengives grafisk. Varemærker kan fx bestå af ord, figurer, slogans, bogstav- og tal-kombinationer, eller det kan være en særlig udformning af varen, fx en parfumeflakon. Registrering eller ibrugtagning af et varemærke vedrører altid det konkrete udtryk. Indehaveren har ret til at forbyde andre i at bruge samme ord eller figurmærke for deres forretning eller produkter.

Brugsmodel

Brugsmodeller sigter på mindre tekniske frembringelser og giver ligesom patenter en ret til at forbyde andre at udnytte en specifik frembringelse. Formålet med brugsmodeller er især at tilgodese mindre virksomheders innovation og tekniske frembringelser, der ikke opfylder kriterierne for et patent. Brugsmodelbeskyttelse er især almindeligt inden for landbrugsredskaber, møbelkonstruktioner og husholdningsartikler.

Design

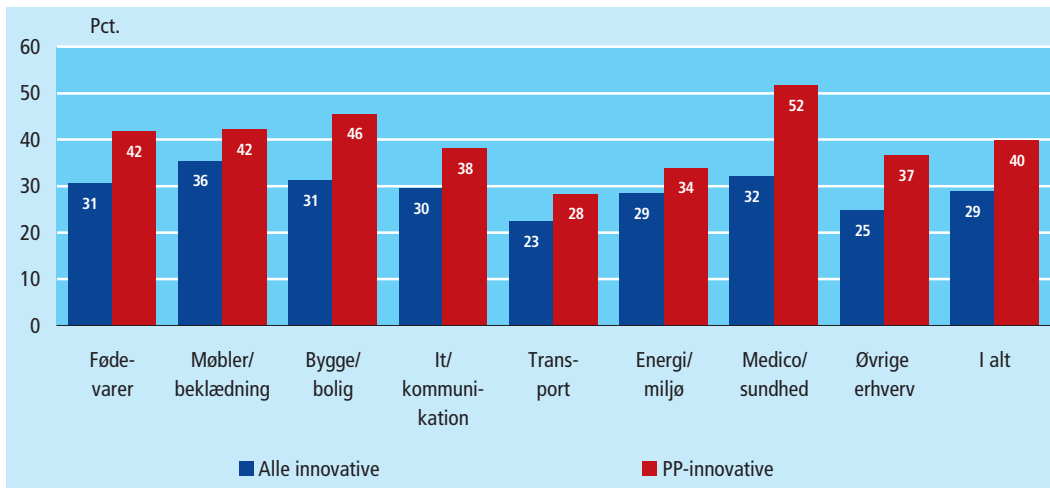
Design er formgivningen og udseendet af et produkt fx tøj, møbler eller mønstret i en køkkenrulle. Der er altså tale om den fysiske fremtræden, ikke en teknisk funktion.

Note: For en nærmere gennemgang af de forskellige rettighedstyper henvises til www.dkpto.dk

*Byggebolig og
Medicolsundhed har
de største andele
af IPR-aktive
virksomheder*

Andelen af PP-innovative og af alle innovative virksomheder, som benytter mindst én af de fire udvalgte IPR-typer, varierer mellem ressourceområderne. Således er det i ressourceområderne Bygge/bolig og Medico/sundhed, at de største andele af de PP-innovative virksomheder benytter IPR. Ressourceområdet Transport har derimod den mindste andel innovative virksomheder med anvendt IPR. Dette fremgår af figur 2.7.

Figur 2.7 Andel af PP-innovative og alle innovative virksomheder med én eller flere IPR-typer, fordelt på ressourceområder, 2002-2004



Kilde: CFA's beregninger på CIS4.

3. IP-rettigheder – Når viden bliver til aktiver

IPR er immaterielle aktiver Virksomheder kan gøre deres viden til aktiver ved at ansøge om registrering heraf. Fordi det handler om fx opfindelser, kendetegn, særlige udførelsesformer, design og lignende, er der, i modsætning til aktiver som fx maskiner og bygninger, ikke tale om aktiver i fysisk forstand, og derfor går ejendomsrettighederne i regnskabsmæssig forstand under betegnelsen immaterielle aktiver.

Som det fremgår af afsnit 2, findes der, når det angår virksomheders viden, overordnet set fire typer aktiver - patenter, varemærker, design og brugsmodeller. Hvilken type IPR, der er relevant, afhænger af den pågældende opfindelse.

Beskyttelse af viden i Danmark IP-rettigheder er i deres natur nationale rettigheder men kan udtrækkes til en lang række lande. Registrering af IP-rettigheder i Danmark sker hos Patent- og Varemærkestyrelsen. Hvis virksomheden opererer på andre markeder, kan det være fornuftigt at udvide beskyttelsen til også at gælde i andre lande. Der er i den forbindelse flere muligheder afhængig af, om virksomheden ønsker en beskyttelse i Europa og/eller i global sammenhæng.

Beskyttelse af viden i Europa Ønskes patentbeskyttelse i Europa kan registrering ske ved ansøgning hos den europæiske patentmyndighed EPO (European Patent Organisation), mens registrering af varemærker og design kan ske hos EU-kontoret, OHIM (Office for Harmonization in the Internal Market).

Beskyttelse af viden i verden Beskyttelse af patenter udenfor Europa opnås via den såkaldte PCT-ordning (Patent Cooperation Treaty). Denne ordning bevirker, at virksomheder kan søge om beskyttelse i flere lande ved blot at indlevere ansøgning i et land. PCT-ordningen administreres af FN-organisationen WIPO (World Intellectual Property Organisation), der desuden er den myndighed, virksomheder skal ansøge hos, hvis de ønsker at beskytte varemærker og design udenfor Europa

Virksomheders målsætning med at registrere IPR Virksomheders motiv til at søge om registrering af IP-rettigheder er almindeligvis et ønske om at beskytte sig mod andres udnyttelse af virksomhedens opfindelser/viden. Nogle virksomheder investerer mange ressourcer i forskning og udvikling til at skabe nye produkter og fremstillingsmetoder eller til at skabe særlige former, udseende og design. Ved at beskytte opfindelserne har virksomhederne mulighed for at indvinde de brugte ressourcer via prissætningen, idet produkternes særlige egenskaber gør, at virksomhederne ikke i samme grad er i konkurrence med andre virksomheder på markedet.

Virksomheders anvendelse af IPR i produktion og/eller kommercielt ...

Ofte ansøges IP-rettighe­der således som et led i virksomhedens produktion. Patenter kan også have et kommercielt sigte, idet patentet kan udlicenseres og således have flere anvendelsesformål. Kommerciel anvendelse kan udover udlicensering tage form af registrering med efterfølgende salg af IP-rettighe­den for øje. I afsnit 4 ses der nærmere på danske virksomheders brug af IPR kommercielt.

... eller strategisk

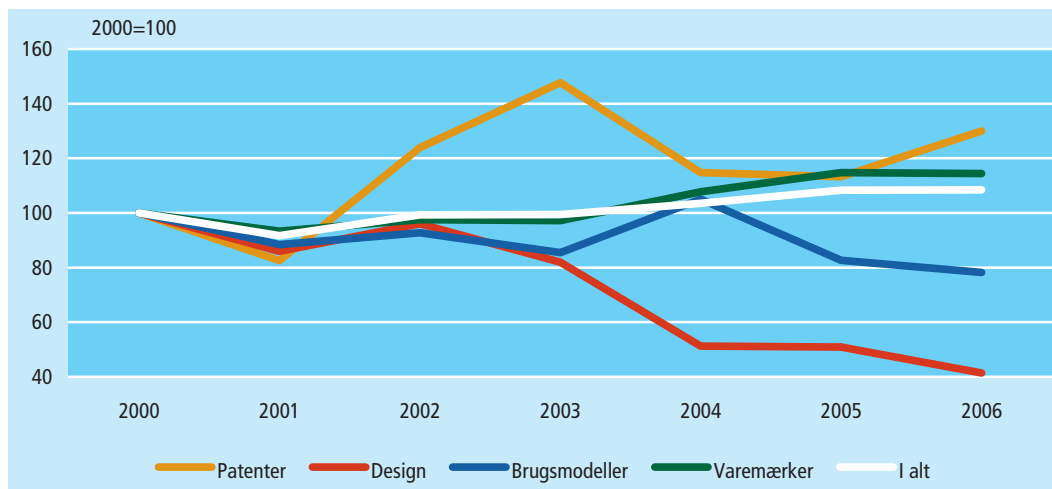
Registrering af IP-rettighe­der kan også have et strategisk sigte, idet virksomheder til tider beskytter opfindelser til evt. senere brug – eller for blot at hindre andre i at anvende dem.

Som det fremgår af afsnit 2, har en del af de innovative danske virksomheder gjort deres viden og opfindelser til aktiver, idet hver tredje af virksomhederne har mindst én IP-rettighed. I dette afsnit ses der nærmere på udviklingen i antallet af registreringer af IPR i perioden 2000-2006. IP-rettighe­derne udgør patenter, varemærker, design og brugsmodeller meddelt danske virksomheder af Patent- og Varemærkestyrelsen. Patenter inkluderer EPO-patenter med gyldighed i Danmark. Desuden ses der på virksomheders motiver til at ansøge om patenter.

Stigning i antal patenter og varemærker men fald i design og brugsmodeller

Udviklingen i antallet af registrerede IP-rettighe­der i Danmark fremgår af figur 3.1. Heraf fremgår, at antallet af meddelte patenter og varemærker er steget i perioden 2000 til 2006 (med hhv. 30 pct. og 14 pct.), medens der er sket et fald i antallet af registrerede design og brugsmodeller (med hhv. 59 pct. og 22 pct.). Samlet set har der i perioden været en stigning i antallet af meddelte IP-rettighe­der på 8 pct. Antal registre­rede IPR fremgår af tabel 3.1 i Annex 1.

Figur 3.1 Udvikling i antal registrerede IPR, fordelt på IPR-type, 2000-2006

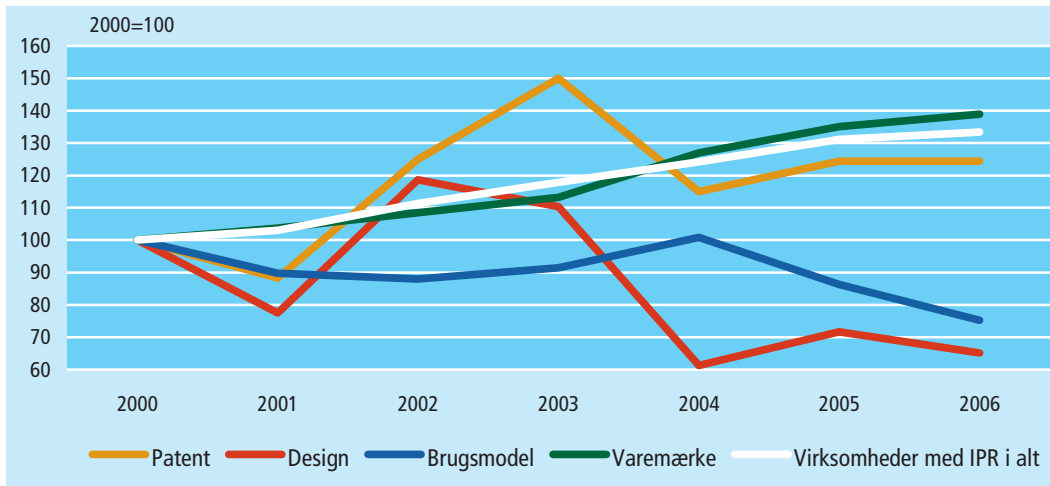


Datagrundlag: Rettigheder meddelt danske virksomheder i perioden 2000-2006.

*Antal virksomheder
meddelt IPR udvikler
sig som IPR ...*

Ses der i stedet på udviklingen i antallet af virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000 til 2006, er det overordnede billede det samme. Antallet af virksomheder, der har fået meddelt patenter og varemærker er steget i perioden, mens antallet er faldet for så vidt angår design og brugsmodeller. Udviklingen fremgår af figur 3.2 og tabel 3.2.

Figur 3.2 Udvikling i antal virksomheder, der har fået meddelt IPR fordelt på IPR type, 2000-2006



Datagrundlag: Rettigheder meddelt danske virksomheder i perioden 2000-2006.

*... dog er stigning i
virksomheder større
end stigning i
meddelte patenter*

Stigningen i antallet af virksomheder, der har fået meddelt patenter svarer nogenlunde til stigningen af antal meddelte patenter som sådan. Antallet af virksomheder er steget med 24 pct. og antal meddelte patentrettigheder er steget med 30 pct. Dvs. at der for perioden 2000-2006 har været en lille stigning i det gennemsnitlige antal registrerede patenter pr. ansøgende virksomhed. Den modsatte tendens gør sig gældende for varemærkernes vedkommende. Her er antallet af virksomheder steget med 39 pct., mens antallet af meddelte rettigheder er steget med 14 pct. For virksomheder, der har fået registreret designrettigheder, er antallet faldet med 35 pct., mens antallet af rettigheder er faldet med 59 pct. For brugsmodellernes vedkommende er antallet af virksomheder faldet med 25 pct. fra 2000 til 2006, mens antallet af rettigheder er faldet med 22 pct.

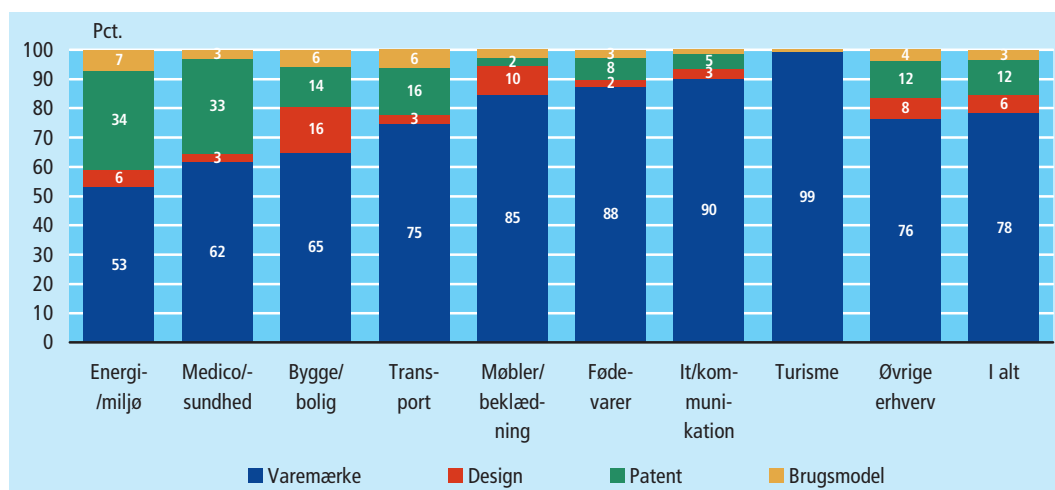
Tabel 3.2 Antal virksomheder, der har registreret IPR i 2000-2006

Rettighedstype:	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	antal virksomheder						
Patenter	180	159	225	270	207	224	224
Design	155	120	184	171	95	111	101
Brugsmodeller	117	105	103	107	118	101	88
Varemærker	1 581	1 640	1 714	1 791	2 008	2 135	2 196
Virksomheder med IPR i alt	1 879	1 936	2 092	2 216	2 334	2 464	2 506

Note: Bemærk, at virksomheder kan have flere typer IPR samtidig. Fx vil en virksomhed, der har registreret såvel patenter som varemærker, indgå én gang under patenter og én gang under varemærker. Virksomheden indgår dog kun én gang i sammentællingen af virksomheder. Derfor er antal virksomheder med IPR i alt mindre end summen af virksomheder i de enkelte rettighedstyper.

*19.263 nye
IP-rettighe-
der
til danske
virksomheder*

Fra 2000 til 2006 er der registreret (jf. tabel 3.3) 19.263 IP-rettighe-der til danske virksomheder: 15.074 varemærker, 2.293 patenter, 1.243 design og 653 brugsmodeller. Fordelingen af disse IP-rettighe-der på de ansøgende virksomheders ressourceområde fremgår af figur 3.3.

Figur 3.3 IPR meddelt til danske virksomheder i 2000-2006, på ressourceområde


Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

*78 pct. af de
registrerede IPR
er varemærker*

Varemærker udgør 78 pct. af rettighederne, mens patenter, design og brugsmodeller udgør henholdsvis 12 pct., 6 pct. og 3 pct. af de IPR, som danske virksomheder har fået registreret i 2000-2006.

Energi/miljø har den bredeste IPR-anvendelse Energi/miljø-området har den bredeste IPR-portefølje, hvor varemærkerne udgør 53 pct. og patenterne 34 pct. af rettighederne. Bygge/bolig har den største andel af designrettigheder, som udgør 16 pct. af ressourceområdet's rettigheder. Ressourceområdet Turisme, hvor virksomhederne ansøger om meget få IP-rettigheder (129 i perioden 2000-2006), har stort set udelukkende fået registreret varemærker.

Tabel 3.3 IPR meddelt til danske virksomheder i 2000-2006, på ressourceområde

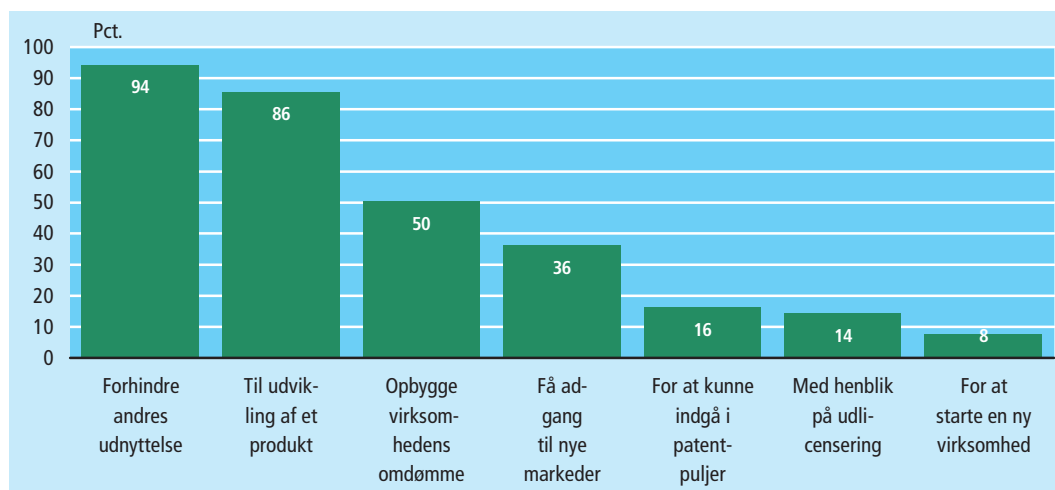
	Patenter	Varemærker	Design	Brugsmodeller	IPR i alt
	antal IP-rettigheder				
Fødevarer	232	2 632	61	79	3 004
Møbler/beklædning	27	998	118	34	1 177
Turisme	0	129	0	1	130
Bygge/bolig	378	1 805	433	161	2 777
It/kommunikation	209	3 675	131	56	4 071
Transport	112	528	24	44	708
Energi/miljø	134	210	23	28	395
Medico/sundhed	534	1 011	44	48	1 637
Øvrige erhverv	667	4 086	409	202	5 364
I alt	2 293	15 074	1 243	653	19 263

Flest rettigheder inden for Øvrige erhverv ... Som det fremgår af tabel 3.3, er der registreret flest IPR på ressourceområdet Øvrige Erhverv¹², og virksomheder på dette område ejer, med de 5.364 rettigheder, 28 pct. af samtlige rettigheder (i alt 19.263). Hovedparten af ressourceområdet's rettigheder tilhører virksomheder inden for virksomhedsrådgivning, indretningsarkitekter og industrielt design, forskning og udvikling og finansielle holding selskaber.

... men også mange inden for It/kommunikation It/kommunikation står også for mange af registreringerne af IPR – her er varemærker dominerende, der med 3.675 udgør 90 pct. af virksomhedernes registrerede IP-rettigheder i perioden 2000-2006.

At forhindre andres udnyttelse er den typiske årsag til at patentere ... Af figur 3.4 fremgår, hvor stor en andel af patentindehaverne, der har svaret bekræftende til de i spørgeskemaet anførte udsagn om målsætninger med at patentere. Besvarelserne viser at patentindehavernes typiske bevæggrund til at udtage patenter er at forhindre andre i at udnytte virksomhedens opfindelse. 94 pct. angiver, at de har ansøgt om patent for at forhindre andres udnyttelse. At patenter oftest ansøges som et led i produktionen kommer til udtryk i, at 86 pct. svarer bekræftende til, at patenter er udtaget med det formål at udvikle et produkt.

¹² Øvrige erhverv omfatter en række brancher, der ikke kan henføres direkte til andre ressourceområder. Se afsnit 7 for nærmere beskrivelse.

Figur 3.4 Patentindehaveres målsætning med patenter


Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

... men den imageskabende effekt har også betydning

Den image-skabende effekt, som kan være forbundet med at udtage et patent, er også betydningsfuld for patentindehaverne. For halvdelen af virksomhederne har opbygning af virksomhedens omdømme været et af målene med patentudtagelse.

... og adgang til nye markeder

En patentrettighed kan også betyde, at en virksomhed får adgang til nye markeder. Det har været målsætningen for 36 pct. af de virksomheder, som har udtaget patent.

For 16 pct. er samspil med andre et mål

For 16 pct. af de virksomheder, der har udtaget patent, har en bredere anvendelse i form af deltagelse i patentpuljer og krydslicensering, været sigtet med patentudtagelse. I disse tilfælde udtages patentet således med henblik på at anvende det i samspil med andre virksomheder.

4. Handel med IPR – Viden som handelsvare

Danske virksomheder har et forholdsvis højt aktivitetsniveau, når det angår innovation. Dette fremgår af afsnit 2 om den danske innovationsaktivitet sammenholdt med andre europæiske lande, som vi typisk sammenligner os med.

Innovative danske virksomheder er i et vist omfang opmærksomme på at beskytte viden ...

Innovation stiller danske virksomheder bedre i konkurrencen med udlandet. Det er i den forbindelse vigtigt, at virksomhederne har fokus på at beskytte den genererede viden. Opgørelser viser, at de innovative virksomheder i Danmark i et vist omfang er opmærksomme på at få beskyttet deres viden. Som det fremgår af afsnit 2, har hver tredje af de innovative virksomheder en eller anden form for IP-rettinghed.

... men fokus på udnyttelse af tilgængelig viden er også vigtig

Innovation og IPR kan dog ikke gøre det alene. Det er vigtigt for den danske konkurrenceevne, at de danske virksomheder også er bedst til at udnytte den tilgængelige viden, herunder at købe og sælge viden. Dette er vigtigt, fordi markederne tilpasser og udvikler sig hurtigt, og virksomhederne derfor skal være gode til konstant at bygge ovenpå og videreudvikle. Men det er også vigtigt, fordi innovation er en omkostningsfuld affære. For at sikre konkurrencedygtige priser er det derfor afgørende, at danske virksomheder forstår at udnytte egen og andres viden og rettigheder forretningsmæssigt.

Udnyttelse kan fremmes via handel med IPR

Handel kan tage form af et decideret ejerskifte af rettigheder – det vil sige ved at IPR skifter hænder. Handel kan dog også tage form af licensering, hvor IPR-indehaver indgår licensaftale med en række virksomheder, der ønsker at anvende den pågældende viden i sin produktion.

I dette afsnit ses der nærmere på viden som handelsvare. Afsnittet indledes med at se mere generelt på danske patentindehaveres IPR-handelsaktivitet. I afsnit 4.2 ses der specifikt på patentindehavernes handel med patenter. Dernæst omhandler afsnit 4.3 danske virksomheders handel med licenser til varemærker, design og brugsmodeller. Eftersom en stor del af viden udvikles i udlandet, er det afgørende, at danske virksomheder har fokus på ikke alene at udnytte viden genereret i Danmark, men også at udnytte viden udviklet i udlandet. Afsnit 4.4 omhandler derfor danske virksomheders handel med IPR med udlandet. Og endelig ses der i afsnit 4.5 på fordele og barrierer for handel med IPR.

4.1 Danske patentindehaveres handel med IPR

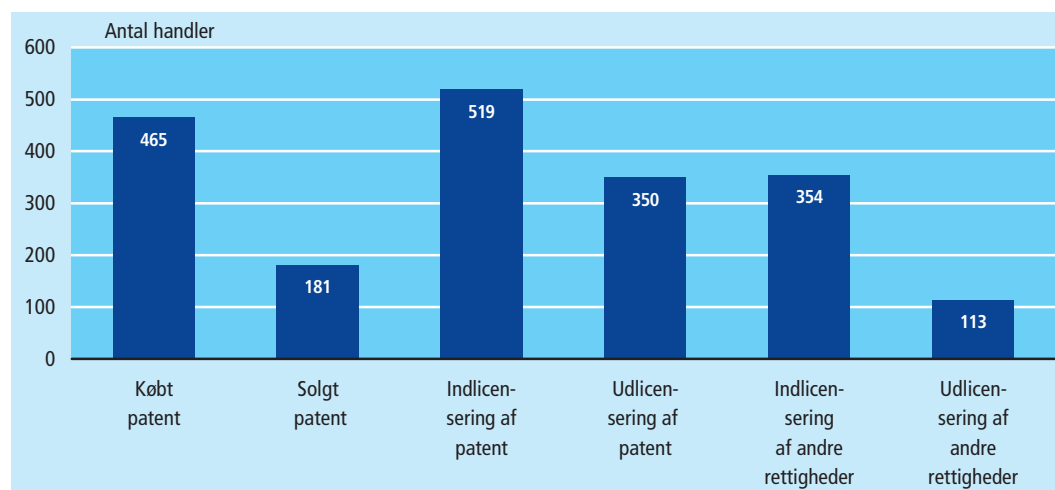
I det følgende skelnes der, mellem overdragelse af patenter (køb og salg af patenter), licensaftaler på patenter (ind- og udlicensering) samt licensaftaler på varemærker, design og brugsmodeller. Figurerne er primært baseret på patentindehaveres besvarelser af en spørgeskemaundersøgelse gennemført i 2006¹³.

Patentindehavere køber flere rettigheder, end de sælger ... Køb af rettigheder udgør størstedelen af de danske patentindehaveres handler. Som det fremgår af nedenstående figur 4.1 har patentindehaverne gennemført ca. 1.000 køb af patenter eller indlicenseringsaftaler af patenter i perioden 2001-2006, imod ca. 530 salg eller udlicenseringsaftaler. Med andre ord udgør købene 65 pct. af samtlige patenthandler.

... også når det drejer sig om licenser til varemærker mv. Patentindehaverne har også handlet med licenser til varemærker, design og brugsmodeller, men i mindre omfang end de har handlet med licenser til patenter. Antallet af indlicenseringer til andre rettigheder er opgjort til ca. 350, og udlicenseringer til ca. 110. Når det drejer sig om handel med licens til andre rettighedstyper, udgør indlicenseringerne således en større andel af handlerne (76 pct.) end patentindehavernes indlicensering af patenter.

¹³ Se om spørgeskemaundersøgelsen i afsnit 7.

Figur 4.1 Antal handler med IPR fordelt på type IPR



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med IPR. Andre rettigheder dækker varemærker, design og brugsmødder.

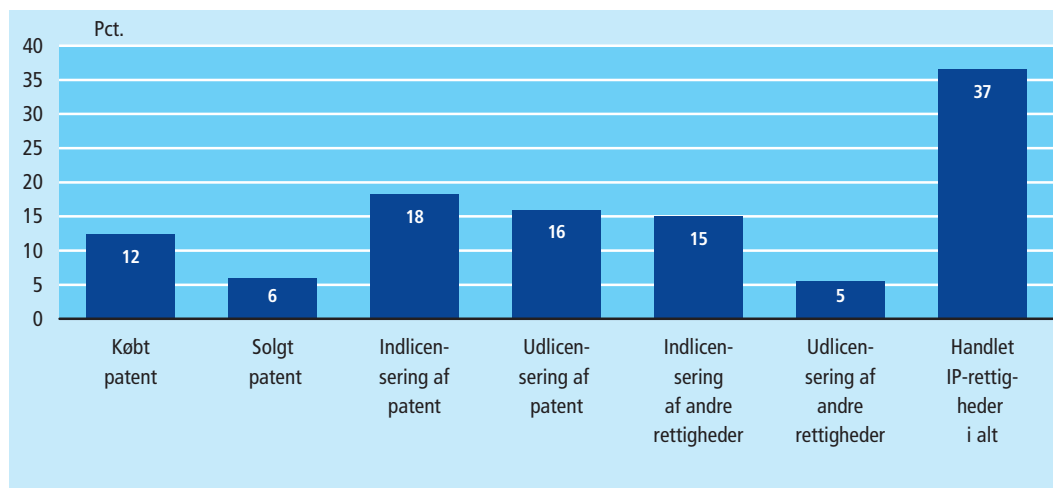
Køb af licens handler primært om varemærker

Det er primært licens til varemærker, der handles. 70 pct. af de indgåede indlicenseringsaftaler til andre rettigheder drejer sig om varemærker, 20 pct. om design og de resterende 10 pct. om brugsmødder. Udlicenseringsaftaler er fordelt på 62 pct. licenser til varemærker, 20 pct. licenser til design, og 18 pct. licenser til brugsmødder.

Mere end hver tredje patentindehaver handler med IPR

Mere end hver tredje af de danske virksomheder, der har et patent, har handlet med IP-rettigheder eller licenser til IP-rettigheder inden for de seneste 5 år, og der er en større andel, der køber end sælger rettigheder eller licenser. Dette fremgår af figur 4.2.

Figur 4.2 **Andel af virksomheder, der har handlet med IPR**



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med IPR. Andre rettigheder dækker varemærker, design og brugsmodeller.

*Der handles især
licens til patenter ...*

12 pct. har købt et eller flere patenter, og halvt så mange, 6 pct., har solgt patenter. Handel med licens til patenter er mere udbredt end handel med selve rettigheden. 18 pct. har indlicenseret et patent, og næsten lige så mange, nemlig 16 pct., har udlicenseret et eller flere patenter.

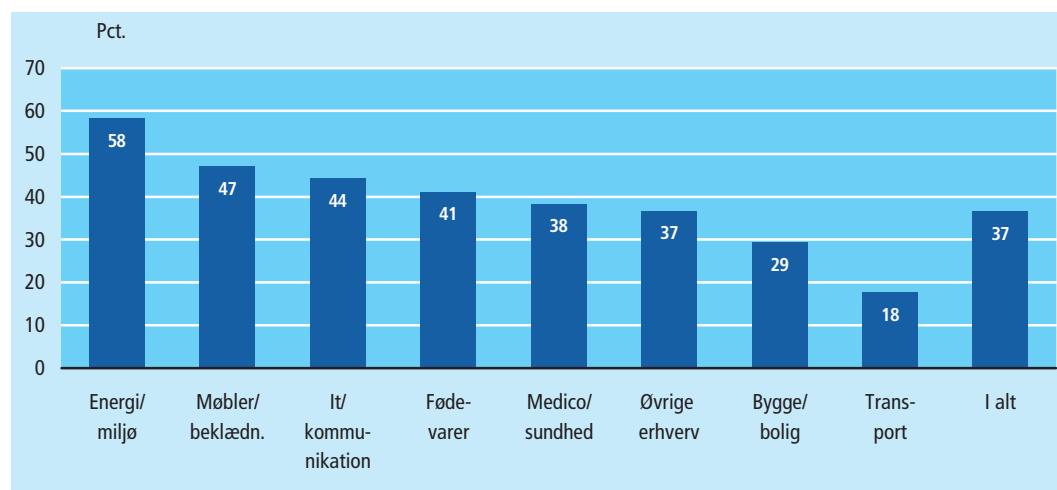
*... men også licens til
andre rettigheder*

15 pct. af virksomhederne har indlicenseret enten varemærker, design eller brugsmodeller, mens 5 pct. har udlicenseret én eller flere af disse rettighedstyper.

*Handel med IPR er
mest udbredt i
Energimiljø*

Som det fremgår af figur 4.3, er der størst handelsaktivitet blandt virksomheder inden for ressourceområdet Energi/miljø. Mere end hver anden patentindehaver (58 pct.) har handlet med rettigheder i en eller anden form inden for de seneste 5 år, dvs. at de i perioden har købt eller solgt patenter eller ind- eller udlicenseret patenter, varemærker, design eller brugsmodeller.

Figur 4.3 Andel af virksomheder, der har handlet IPR, fordelt på ressourceområde



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med IPR.

Også mange handler inden for Møbler/beklædning

Også en del patentindehavere inden for Møbler/beklædning og It/kommunikation handler med - næsten halvdelen har handlet IP-rettigheder inden for den seneste 5-årsperiode.

Medico/sundhed ligger tæt på gennemsnittet – 38 pct. har handlet

Medico/sundhed har den største andel af innovative virksomheder med IP-rettigheder (jf. figur 2.7), men virksomhederne inden for området ligger ikke i toppen, når det gælder handel med rettigheder. Lidt over hver tredje (38 pct.) har handlet IPR, svarende til gennemsnittet for samtlige patentindehavere.

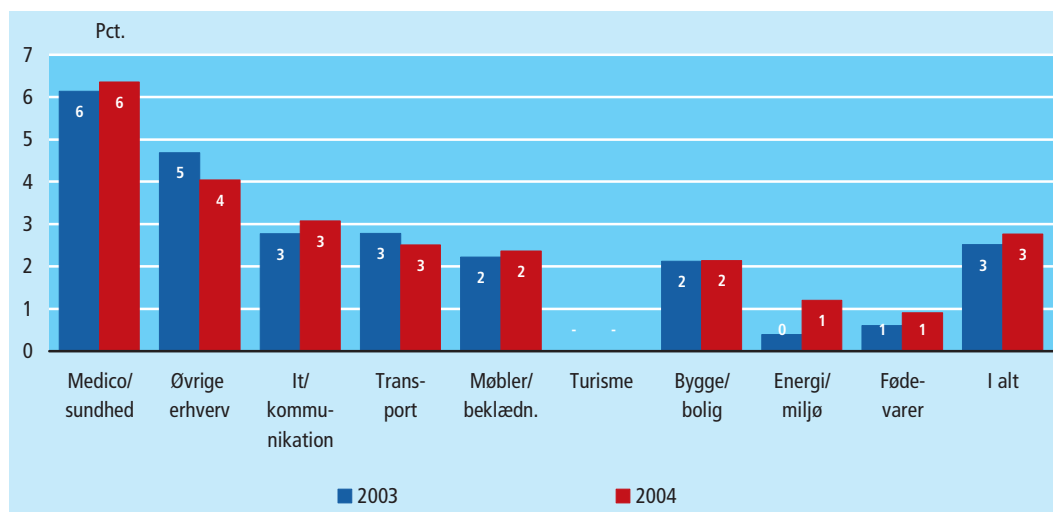
Transportområdet ligger lavest

Transportområdet ligger markant lavest, når det drejer sig om handel med IPR. Kun knap 1 ud af 5 virksomheder (18 pct.), har købt eller solgt rettigheder eller licenser.

Virksomheder købte licenser mm. for 1,6 mia. kr. i 2004

Danske virksomheder havde i 2004 udgifter på 1,6 mia. kr. til licenser, royalties og typegodkendelser¹⁴, ud af et samlet køb af tjenester på 59 mia. kr., jf. tabel 4.4 i Annex 1. Det svarer til, at udgifter til licenser mv. udgjorde 3 pct. af de samlede udgifter til tjenesteydelser i 2004. Udgifter til licenser mv. er steget med 14 pct. fra 1,4 mia. i 2003 til 1,6 mia. kr. i 2004, mens de samlede udgifter til tjenester steg med 4 pct. fra 57 mia. kr. i 2003 til 59 mia. kr. i 2004.

¹⁴ En samlet opgørelse af værdien af handel med IP-rettigheder findes ikke, men for industriens vedkommende er udgifter til licenser, royalties og typegodkendelser opgjort. Se varedeklaration på: <http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer> under emnegruppen: Industri

Figur 4.4 Virksomheders udgifter ved handel med IPR


Datagrundlag: Industriens køb af tjenester. Data er ikke opregnet.

Note: Udgifter ved handel dækker udgifter til licenser, royalties og typegodkendelser. Udgifterne ved handel er opgjort som andel af ressourceområdets samlede udgifter til tjenester.

Licenser mv. udgjorde 6 pct. af de købte tjenester i Medico/sundhed

På brancheniveau udgjorde udgifter til licenser mv. på Medico/sundhedsområdet industribrancher 6 pct. af det samlede køb af tjenester, jf. figur 4.4. Det svarer til 637 mio. kr. Virksomhederne inden for Medico/sundhed stod for 39 pct. af industriens samlede udgifter til licenser mv. i 2004, jf. tabel 4.4 i Annex 1.

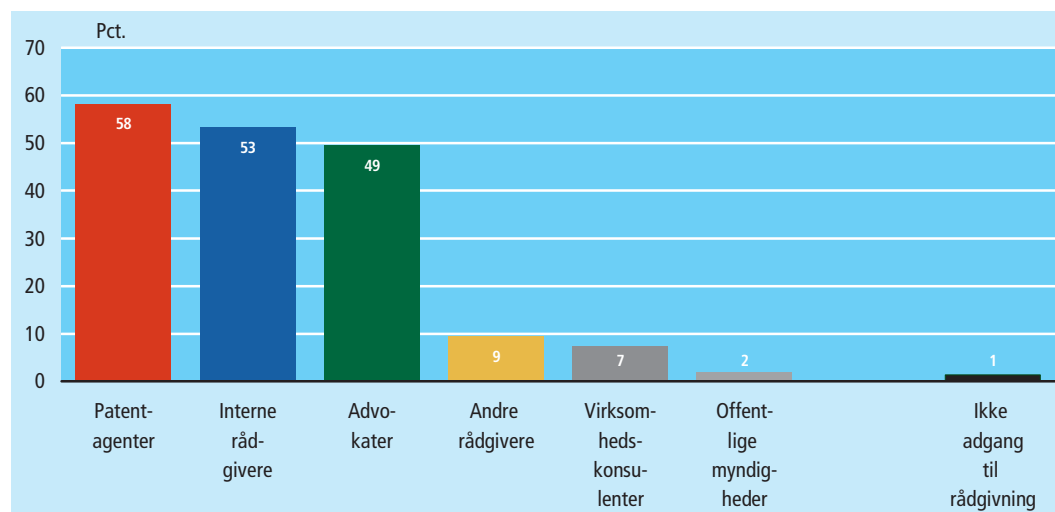
Medico/sundhed har størst andel af udgifter og Energi/miljø lavest – skønt høj handelsaktivitet

På trods af, at Medico/sundhedsområdet ikke er det mest aktive ressourceområde, når det angår handel med IP-rettighejder, så har dette ressourceområde størstedelen af de danske virksomheders udgifter forbundet med handel med IPR. Det kunne tyde på, at de rettigheder, der handles, har en relativt høj værdi. Samtidig står Energi/miljø, der var det mest handelsaktive af samtlige ressourceområder, for den laveste andel af de danske virksomheders samlede udgifter til licenser, royalties og typegodkendelser. Energi/miljø stod i 2004 for ca. 2 pct. af udgifterne, jf. tabel 4.4 i Annex 1.

Rådgivere bruges ofte i handlen med IP-rettighejder

Det kan være kompliceret at handle med IP-rettighejder, og det afspejles i, at virksomheder, der handler med rettigheder, ofte gør brug af rådgivere. Patentindehaveres brug af rådgivning i forbindelse med handel af patenter, varemærker, design og brugsmønstre fremgår af figur 4.5.

Figur 4.5 Brug af rådgivere i forbindelse med handel med IPR



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med IPR.

Flest bruger patentagenter...

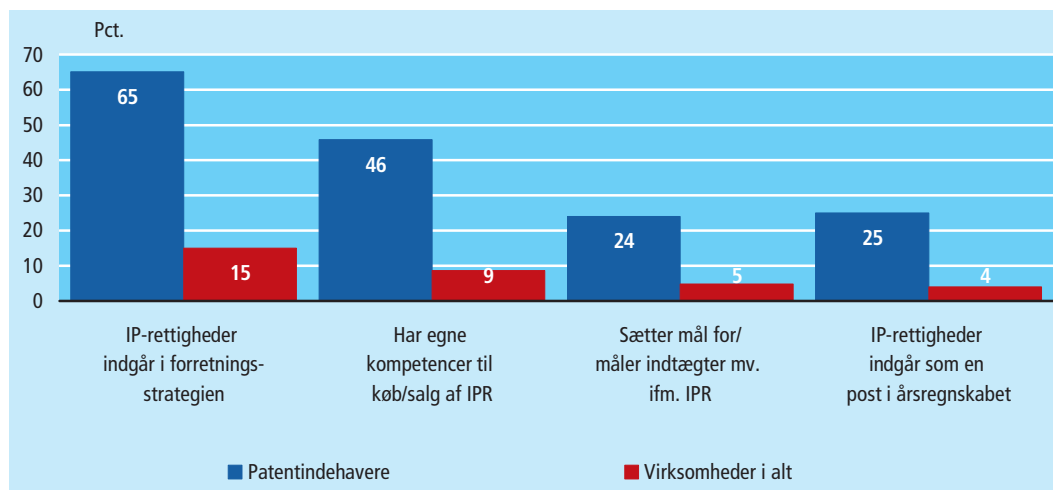
Patentagenter er den mest anvendte form for rådgivere i handel med IP-rettigheder. Mere end halvdelen af de patentindehavere, der har handlet med rettigheder, har benyttet sig af patentagenter.

... men næsten lige så mange bruger interne rådgivere og advokater

Næsten lige så mange virksomheder har benyttet sig af interne rådgivere og advokater som af patentagenter. Halvdelen af de virksomheder, der har handlet med IPR, har brugt interne rådgivere (53 pct.) og/eller en advokat (49 pct.). Andre former for rådgivere benyttes derimod sjældent, 7 pct. har fået rådgivning af virksomhedskonsulenter og 2 pct. af offentlige rådgivere.

1 pct. har svaret, at de havde behov for rådgivning, men ikke kunne finde den relevante rådgiver.

Figur 4.6 Danske virksomheders brug af IP-rettigheder som et led i forretningsstrategien



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

IP-rettigheder indgår ofte i forretningsstrategien hos patentindehavere ...

To tredjedele af de virksomheder, der har patenter, har i spørgeskemaundersøgelsen svaret, at IP-rettigheder i nogen eller høj grad indgår som et element i deres forretningsstrategi. Næsten halvdelen (46 pct.) har svaret, at de har egne kompetencer til at købe eller sælge rettigheder eller licenser. Hver fjerde virksomhed, der har patent, sætter egentlige mål for deres indtægter og udgifter i forbindelse med køb, salg og licensering af rettigheder, og for en tilsvarende andel indgår IP-rettigheder som en del af årsregnskabet.

... og sjældnere i danske virksomheder generelt

Blandt samtlige virksomheder i undersøgelsen har 15 pct. svaret, at IP-rettigheder i nogen eller høj grad indgår i forretningsstrategien. 9 pct. har svaret, at de har egne kompetencer til at handle med IP-rettigheder. Én ud af tyve virksomheder sætter mål for deres indtægter og udgifter ved handel med IPR, og for 4 pct. indgår IP-rettigheder som en post i årsregnskabet. Selvom der altså er betydelig forskel på virksomheder med og uden patenter, når det drejer sig om at integrere IP-rettigheder i forretningsstrategien og måle det egentlige udbytte af IPR, indgik IPR som et led i forretningsstrategien i mere end hver sjette af de danske virksomheder, som indgik i undersøgelsen.

4.2 Danske patentindehaveres handel med patenter

Mere handel med patenter end varemærker til trods for at der registreres flest varemærker

Handel med patenter er, jf. figurerne i afsnit 4.1, mere udbredt end handel med varemærker, design og brugsmodeller¹⁵. Dette til trods for, at der eksisterer langt flere varemærker, end der eksisterer patenter, jf. figur 3.3. En af forklaringerne kan være, at mange patenthandler fore-

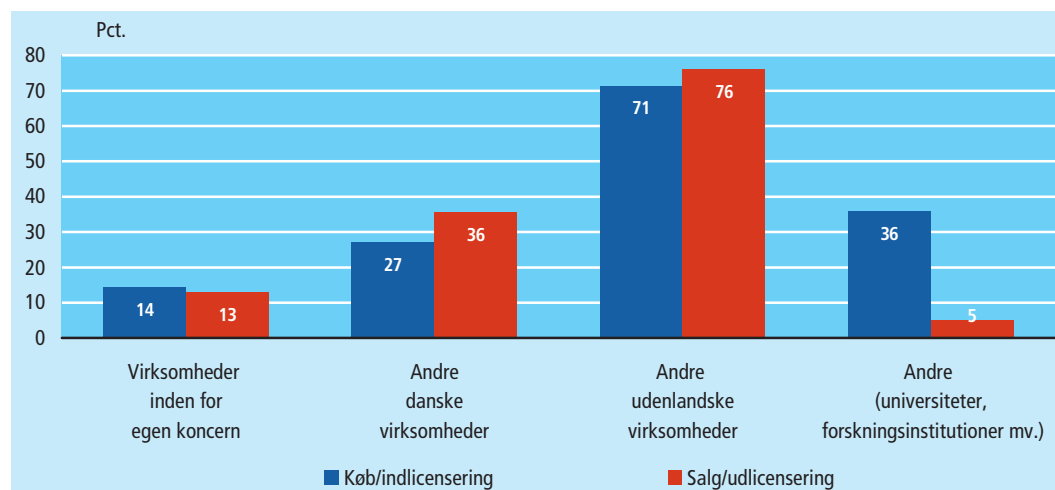
¹⁵ Der skal til dette bemærkes, at fremstillingerne i afsnit 4.1 alene er baseret på besvarelser fra patentindehavere, ligesom der i dataene ikke inkluderer handel i form af køb og salg af varemærker, design og brugsmodeller, men alene handel i form af ud- og indlicensering.

går med udenlandske handelspartnere. Blandt de områder, der ses nærmere på i dette afsnit, er handel af patenter med udlandet.

Handel med patenter foregår ofte på det internationale marked

Handel med patenter foregår ikke kun med danske handelspartnere men meget ofte på det internationale marked. Mere end 70 pct. af de patentindehavere, der har handlet patenter, har haft en udenlandsk virksomhed som handelspartner. 71 pct. af virksomhederne har således købt eller indlicenseret et eller flere patenter af udenlandske virksomheder, og en endnu større andel, nemlig 76 pct., har solgt eller udlicenseret et eller flere patenter til udenlandske virksomheder.

Figur 4.7 Handelspartnere ved handel med patenter



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med patenter.

Hver tredje har solgt rettigheder til andre danske virksomheder

Mere end hver fjerde virksomhed (27 pct.) har købt/indlicenseret patentrettigheder af andre danske virksomheder, og mere end hver tredje (36 pct.), har solgt/udlicenseret til danske virksomheder.

Begrænset handel inden for koncerner

Handelspartneren er sjældent at finde inden for virksomhedens egen koncern. Det skyldes sandsynligvis, at virksomhederne inden for en koncern ofte kan gøre brug af hinandens patentrettigheder, uden at der er behov for handel.

Der handles ikke kun imellem virksomheder

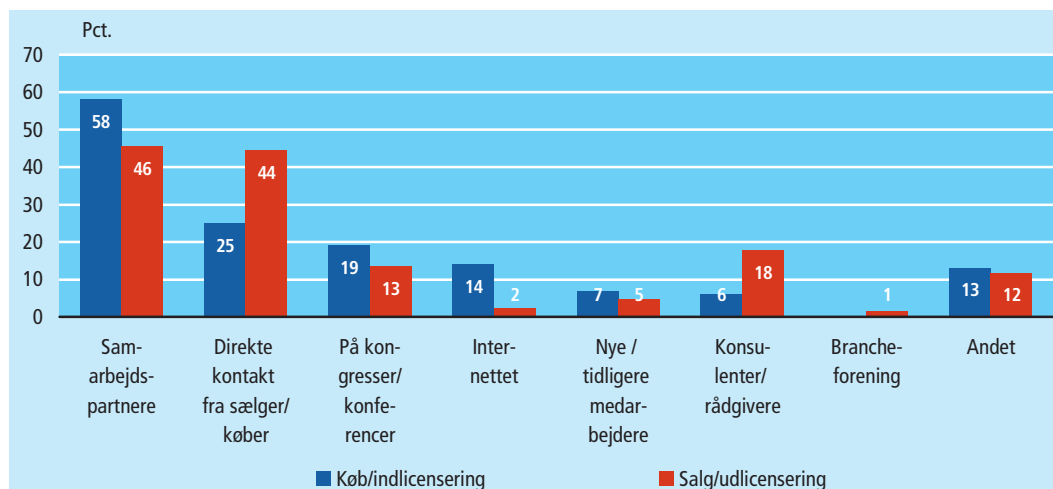
Patenter handles ikke kun imellem virksomheder. Der er flere virksomheder, som har købt/indlicenseret patenter af universiteter, forskningsinstitutioner mv. (36 pct.), end af andre danske virksomheder (27 pct.).

Samarbejdspartnere er vigtige, når der skal findes en kommende handelspartner

Uanset om en virksomhed ønsker at købe eller sælge patenter eller licensere, er samarbejdspartnere den vigtigste kilde til at identificere den kommende handelspartner. 58 pct. af virksomhederne har fundet en køber til sit patent, og 46 pct. en sælger af et patent, via deres samar-

bejdspartnere. Af figur 4.8 fremgår, hvor patentindehavere finder deres handelspartnere.

Figur 4.8 Hvor findes handelspartnere



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med patenter.

Ofte salg ved direkte henvendelse fra en køber

En direkte henvendelse fra en køber er udbredt. 44 pct. af virksomhederne har solgt eller udlicenseret et patent efter en direkte kontakt fra den potentielle køber.

Kongresser fungerer som udstillingsvindue

Kongresser og konferencer synes at fungere som et udstillingsvindue eller kontaktpunkt i forbindelse med patenthandel. Hver femte virksomhed har fundet frem til en relevant sælger af et patent på denne måde, og 13 pct. en køber. Internettet anvendes primært af virksomheder, der ønsker at købe (14 pct.), mens konsulenter og rådgivere især anvendes i forbindelse med salg af patenter (18 pct.).

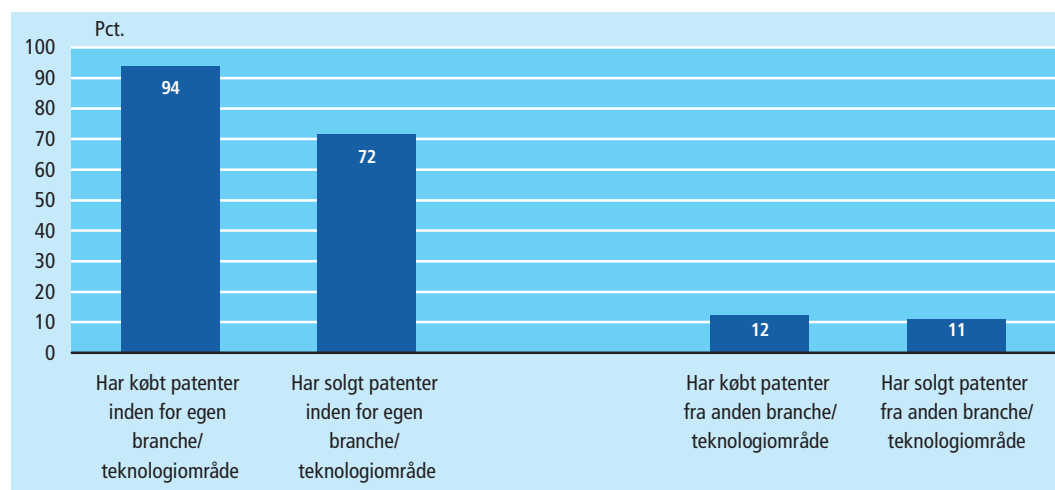
Nye/tidligere medarbejdere kan også være en kilde

Nye eller tidligere medarbejdere kan, via deres kontakt til tidligere eller ny arbejdsplads, også være en kilde til at finde relevante handelspartnere. Ca. 6 pct. af de virksomheder, der har handlet med patenter eller licens til patenter, har fundet frem til handelspartneren via en ny eller tidligere medarbejder.

Mere end hver 10. virksomhed har handlet med patenter fra andre brancheområder

Branchespring, dvs. handel med patenter imellem virksomheder fra forskellige branche- eller teknologiområder, forekommer hos mere end hver tiende virksomhed, der har handlet med patenter. Som det fremgår af figur 4.9, har 12 pct. købt patenter fra andre brancheområder end deres eget, og en tilsvarende andel (11 pct.) har solgt patenter til andre brancheområder. I disse tilfælde er der m.a.o. tale om virksomheder, der formår at anvende teknologi/viden, som er udviklet uden for deres eget område.

Figur 4.9 Handel med patenter på tværs af brancheområder



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med patenter.

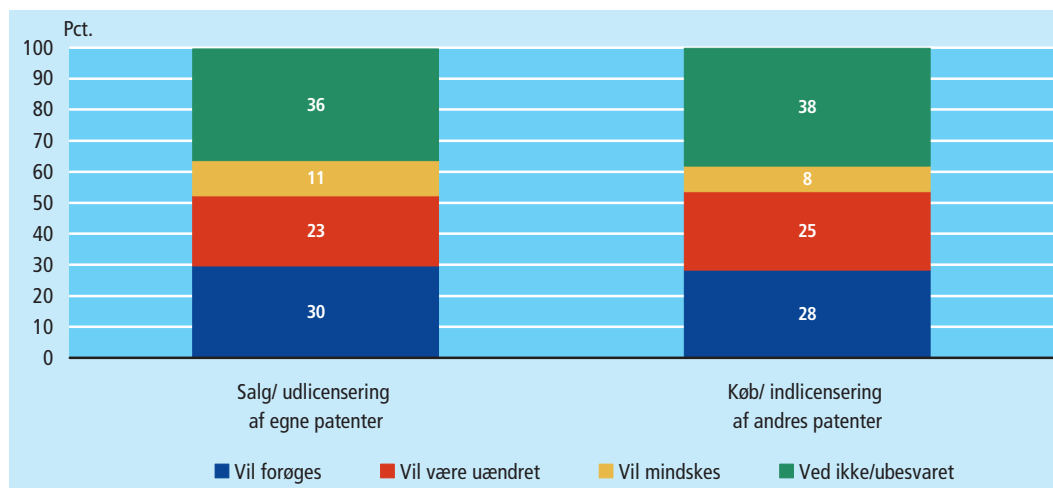
De fleste handler sker inden for samme brancheområde

I de fleste tilfælde foregår handlen dog imellem virksomheder, der tilhører samme branche- eller teknologiøråde. I alt har 94 pct. af de virksomheder, der har købt patenter, købt dem af virksomheder inden for deres egen branche/teknologiøråde. 72 pct. har solgt patenter til en handelspartner inden for virksomhedens egen branche/-teknologiøråde.

Mere end hver fjerde virksomhed forventer øget handel

Mere end halvdelen af de virksomheder, der har patenter, forventer at handlen med patenter og licenser vil være uændret eller stige i den kommende 5-års periode. 30 pct. forventer, en stigning i salget, og 23 pct. forventer et uændret niveau, jf. figur 4.10. Mere end hver fjerde virksomhed med patenter (28 pct.) forventer en stigning i køb/-indlicensering af patenter, og hver fjerde, at købet vil fortsætte på det nuværende niveau.

Figur 4.10 Virksomhedernes forventninger til handel med patenter



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Dataene dækker alene patentindehaveres handel med patenter.

11 pct. forventer tilbagegang i salg/udlicensering

11 pct. af patentindehaverne forventer en tilbagegang i salg/udlicensering, mens 8 pct. forventer tilbagegang i køb/indlicensering. Mere end en tredjedel af virksomhederne har ikke angivet deres forventninger.

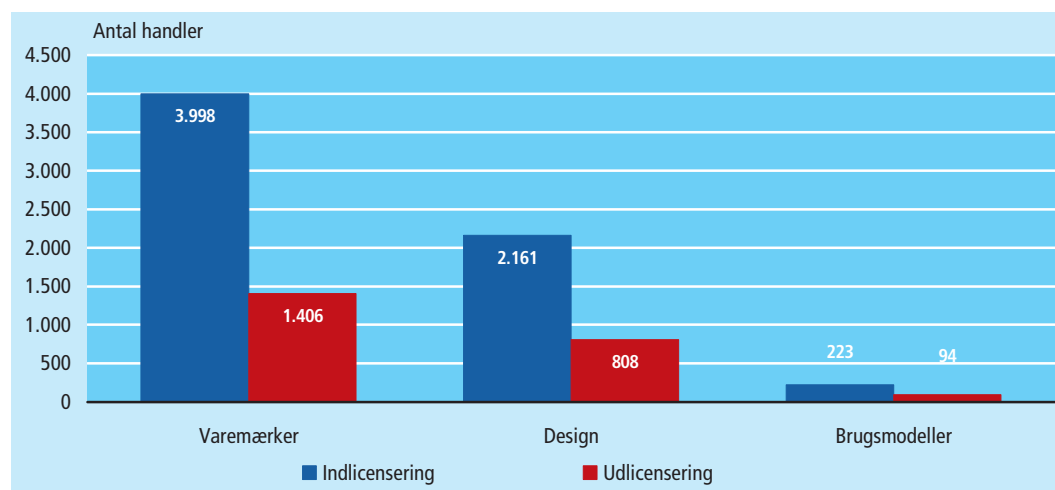
4.3 Danske virksomheders handel med licenser på varemærker, design og brugsmodeller

Som det fremgår af afsnit 3, udgør varemærker 78 pct. af alle registreringer af IP-rettigheder i perioden 2000 til 2006, mens patenter, design, og brugsmodeller udgør henholdsvis 12, 6 og 3 pct. Nedenfor belyses handel med varemærker, design og brugsmodeller. Dataene stammer fra besvarelser af spørgeskemaer udsendt til såvel patentindehavere som et bredt udsnit af andre danske virksomheder.

8.690 handler med licens til varemærker, design og brugsmodeller

Antallet af handler med licens til varemærker, design og brugsmodeller er opgjort til 8.690 i perioden 2001-2006. Af varemærker, design og brugsmodeller handles der især med licens til varemærker, som også udgør hovedparten af de registrerede rettigheder, jf. figur 3.3. Som det fremgår af figur 4.11 indlicenserer de danske virksomheder oftere end de udlicenserer. Ca. 73 pct. af handlerne, svarende til 6.382 af de i alt 8.690 handler, er indlicensering, mens 27 pct. er udlicensering.

Figur 4.11 Handel med varemærker, design og brugsmønstre



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

I alt ca. 6.300 indlicenseringer...

Der er indgået ca. 4.000 indlicenseringsaftaler til varemærker, ca. 2.100 til design, og ca. 200 til brugsmønstre.

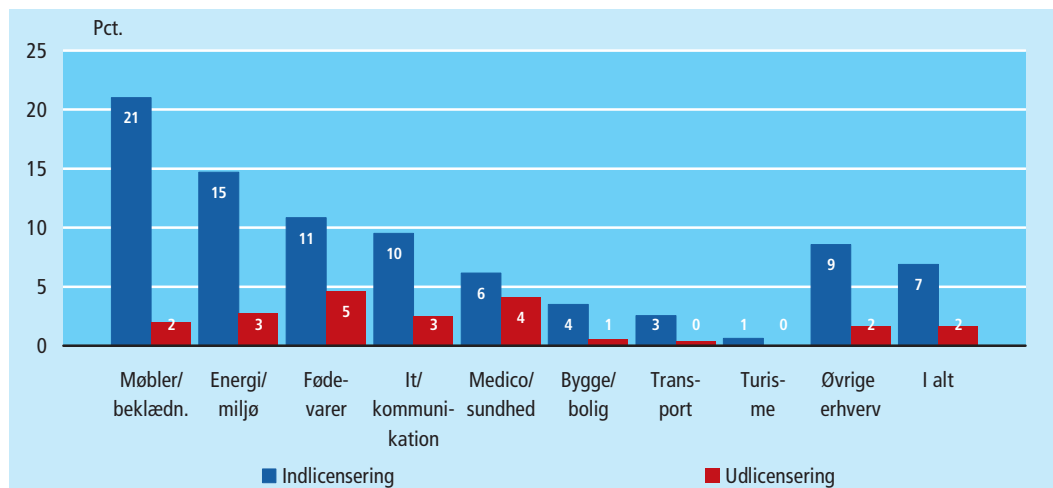
... og i alt ca. 2.300 udlicenseringer

Udlicenseringsaftalerne fordeler sig nogenlunde tilsvarende på de tre typer rettigheder med ca. 1.400 aftaler af varemærker, ca. 800 aftaler af design og ca. 100 aftaler af brugsmønstre.

Rettigheder indlicenseres flittigt inden for Møbler/beklædning

Ses der på handel med licenser på ressourceområder, er der relativt flest virksomheder inden for Møbler/beklædning, der indlicenserer varemærker, design og brugsmønstre. Hver femte virksomhed inden for området har indlicenseret rettigheder, fulgt af virksomheder inden for Energi/miljø, hvor 15 pct. har indlicenseret i de seneste fem år. Fordelingen på ressourceområder fremgår af figur 4.12.

Figur 4.12 Handel med varemærker, design og brugsmønstre, fordelt på ressourceområder.



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Fødevarer har relativt flest udlicenseringer

Fødevarer, Medico/sundhed, It/kommunikation og Energi/miljø er de ressourceområder, hvor der er relativt flest virksomheder, der har udlicenseret varemærker mv. Den største andel findes indenfor Fødevarer (5 pct.). Inden for Transport og Turisme er der mindre end 1 pct. af virksomhederne, der har udlicenseret rettigheder inden for de seneste fem år. Dette hænger sammen med, at disse områder har relativt få IP-rettigheder (jf. tabel 3.3 i afsnit 3).

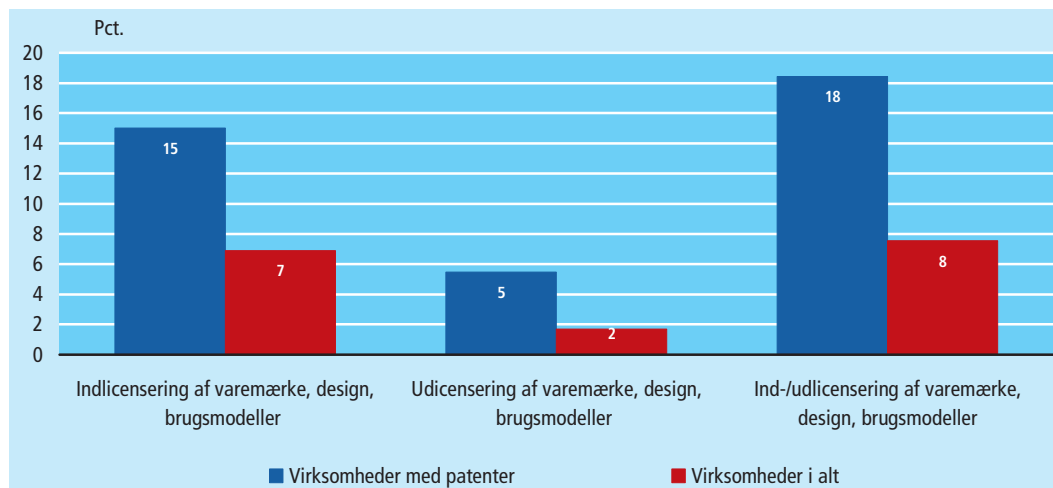
Alle ressourceområder indlicenserer mere end de udlicenserer

Selv om der er stor forskel på balancen mellem ind- og udlicensering på de forskellige ressourceområder, er der ingen ressourceområder, der udlicenserer mere end de indlicenserer. Inden for Møbler/beklædning er forskellen størst, idet 21 pct. har indlicenseret, men kun 2 pct. har udlicenseret en licens inden for de seneste fem år. Inden for Medico/sundhed er der relativt få af virksomhederne, der har handlet med rettigheder til varemærker, design og brugsmønstre, men andelen, der har ind- henholdsvis udlicenseret, er næsten den samme med 6 pct. og 4 pct.

8 pct. har handlet varemærker, design eller brugsmønstre

8 pct. af de danske virksomheder har inden for de seneste fem år handlet med licens til varemærke, design eller brugsmønstre, jf. figur 4.13. Virksomheder, der har patenter, har i større udstrækning handlet med licenser, end de øvrige virksomheder. Blandt patentindehaverne har næsten hver femte (18 pct.) indgået licensaftaler til varemærker, design eller brugsmønstre.

Figur 4.13 Handel med varemærker, design og brugsmønstre i virksomheder med og uden patent



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

*Flere ind-
end udlicenserer
rettigheder*

Som allerede vist i figur 4.12, indlicenserer de danske virksomheder oftere end de udlicenserer varemærker, design eller brugsmønstre. Af figur 4.13 ses, at i alt 7 pct. af virksomhederne har indlicenseret rettigheder, mens 2 pct. har udlicenseret.

*Flere
patentindehavere
handler licenser*

Andelen af virksomheder med patenter, der har ind-/udlicenseret varemærker, design og brugsmønstre (18 pct.), er over det dobbelte af andelen blandt virksomhederne under ét (8 pct.).

4.4 Danske virksomheders handel med IPR med udlandet

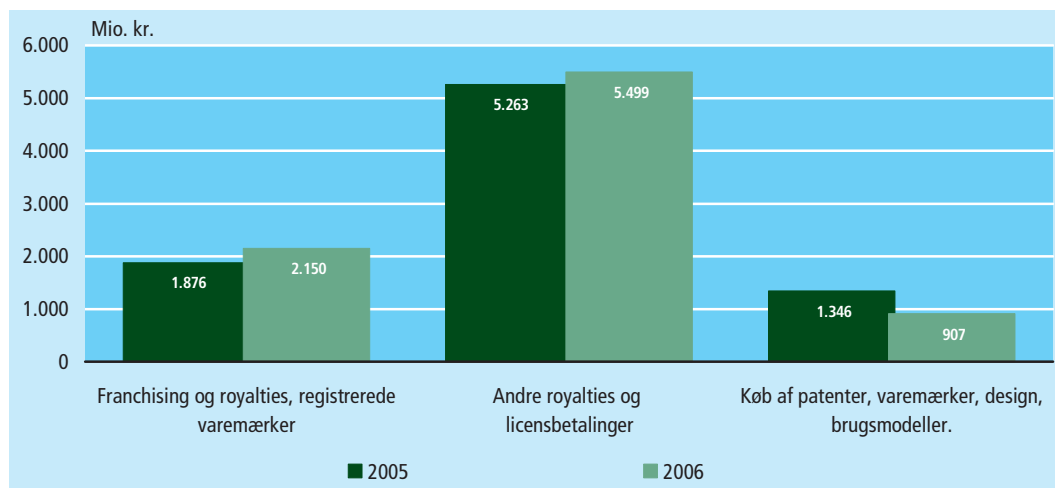
I dette afsnit vises nogle figurer for danske virksomheders import og eksport forbundet med handel med IPR.

*Import ved handel
med IPR udgjorde 3
pct. af tjenesteimport*

Danske virksomheder importerede i 2006 tjenester fra udlandet for 271 mia. kr., hvoraf 8,6 mia. kr., eller 3 pct., var import i form af indlicenseringer af patenter, varemærker, design og brugsmønstre samt direkte køb af rettigheder¹⁶. Importen på 8,6 mia. kr. fremgår af figur 4.14 fordelt på 3 typer import – her fremgår også importen for 2005.

¹⁶ Mere detaljerede oplysninger om de enkelte poster i Udenrigshandel med tjenester findes i *Vejledning til udenrigshandel med tjenester*, som kan downloades på www.dst.dk/betalingsbalance.

Figur 4.14 Import af IPR, 2005 og 2006



Datagrundlag: Udenrigshandel med tjenester, 2005 og 2006.

Note: 2006 er foreløbige tal. Data er ikke opregnet.

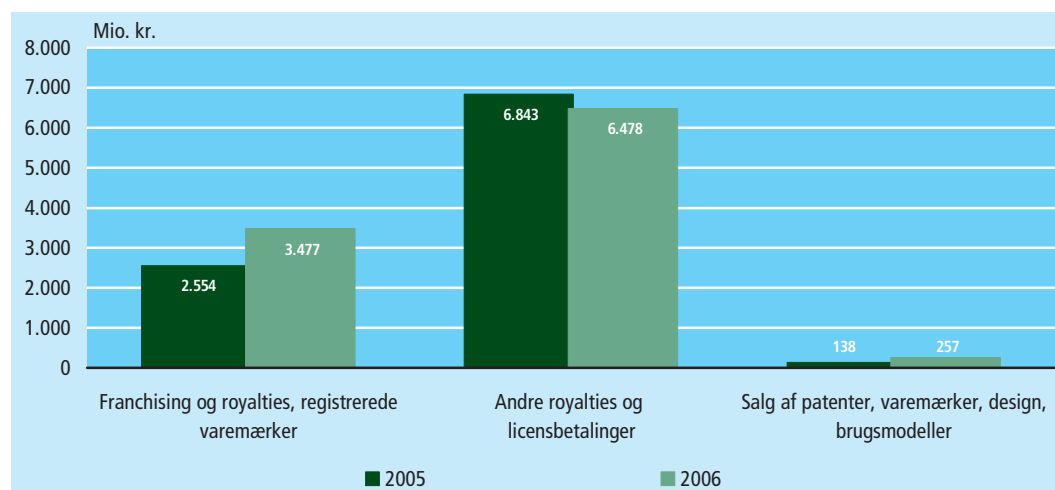
Indlicensering af varemærker steg med 15 pct. Køb fra udlandet af franchising og royalties i forbindelse med varemærker udgjorde 2,2 mia. kr. i 2006, eller 25 pct. af den samlede import af IPR. Fra 2005 til 2006 er denne post steget med 15 pct.

Andre royalties steg med 4 pct. Andre royalties og licensbetalinger er den største post inden for denne type af tjenester. Danske virksomheders køb steg fra 5,3 mia. kr. i 2005 til 5,5 mia. kr. i 2006, svarende til en stigning på 4 pct.

Direkte køb af rettigheder faldt med 33 pct. Direkte køb af IP-rettighejder i udlandet udgør den mindste post for Danmarks import af IPR. Køb af IPR udgør desuden en faldende andel af det samlede køb af IPR fra udlandet. I 2006 udgjorde køb 907 mio. kr., mod 1,3 mia. kr. i 2005, svarende til et fald på 33 pct. og et fald i andelen af samlet import af IPR fra 16 pct. til 11 pct.

Eksport af IPR udgør 3 pct. af eksporten af tjenester Salg til udlandet af IPR i form af udlicensering og direkte salg af rettigheder udgjorde 10,2 mia. kr. i 2006. Eksporten af IPR er dermed steget med 7 pct., fra 9,5 mia. kr. i 2005 til 10,2 mia. kr. i 2006. Den samlede eksport af tjenester steg i samme periode med 18 pct. Eksporten af IPR fremgår af figur 4.15.

Figur 4.15 Eksport af IPR, 2005 og 2006



Datagrundlag: Udenrigshandel med tjenester, 2005 og 2006.

Note: 2006 er foreløbige tal. Data er ikke opregnet.

Udlicensering udgør 97 pct. af eksport af IPR

Salg til udlandet i form af udlicensering udgør hovedparten af eksporten af IPR. I 2006 udgjorde eksport i form af franchising og royalties af varemærker samt andre royalties og licensbetalinger 97 pct. af eksporten, mod 89 pct. af importen. Franchising og royalties af varemærker er steget med 36 pct., fra knap 2,6 mia. kr. i 2005 til knap 3,5 mia. kr. i 2006. Eksport af andre royalties og licensbetalinger er i samme periode faldet med 366 mio. kr., eller 5 pct.

Direkte salg af rettigheder udgør 3 pct.

Direkte salg af rettigheder spiller en meget lille rolle i denne sammenhæng. Eksporten udgør 257 mio. kr. i 2006, svarende til 3 pct. af den samlede eksport af IPR under ét.

Nettoeksport ifm. franchising og royalties af varemærker

Sammenstilles tallene for Danmarks samlede tjenestehandel med udlandet, fremgår det at danske virksomheder har nettoeksport i forbindelse med franchising og royalties af varemærker samt andre royalties og licensbetalinger.

Nettoimport af patenter mv.

For direkte køb og salg af rettigheder, er importen derimod større end eksporten, og der er således tale om nettoimport. Tendensen er den samme i både 2005 og 2006, men for andre royalties og licensbetalinger og køb og salg af rettigheder har værdien af hhv. import og eksport nærmet sig hinanden fra 2005 til 2006.

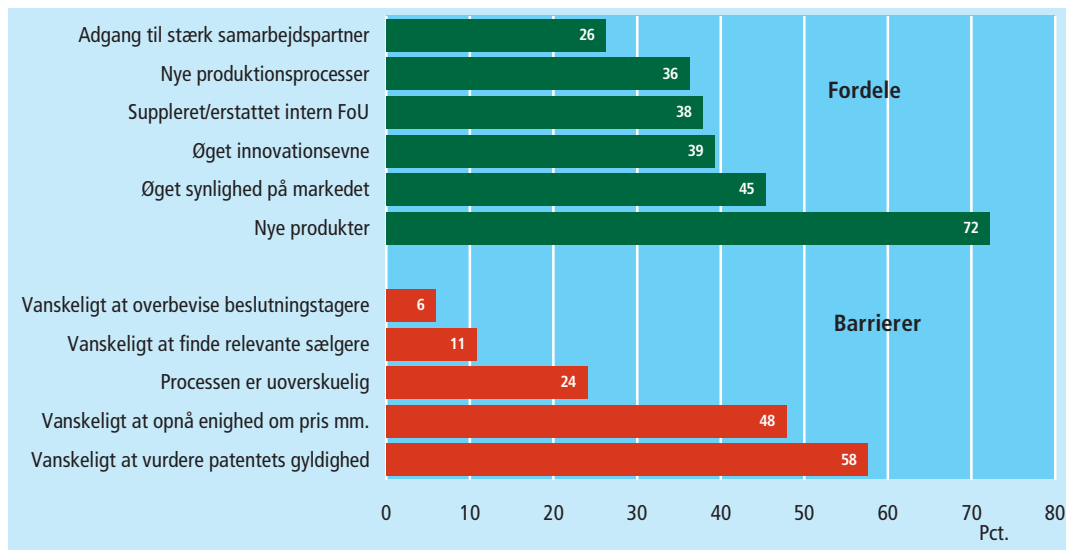
4.5 Fordele og barrierer ved handel med IPR

Som nævnt i afsnit 1 er handel med viden et vigtigt led i at sikre innovation og en stærk konkurrenceevne i Danmark. Det er derfor vigtigt, at der i Danmark eksisterer de rette betingelser for handel med IPR. For at opnå nærmere kendskab til IPR-virksomheders syn på handel med IPR i Danmark, er virksomhederne i spørgeskemaundersøgelsen blevet bedt om at vurdere en række mulige fordele og barrierer i forbindelse med handel med IPR. Resultaterne fremstilles i dette afsnit.

Nye produkter er vigtigste bevæggrund for køblindlicensering

Produktion af nye produkter er den vigtigste bevæggrund for at købe og indlicensere patenter. Tre ud af fire virksomheder, der er indehaver af patenter, vurderer, at fordelene ved at handle patenter i form af køb og indlicensering er, at handlen giver virksomheden mulighed for at producere/ introducere nye produkter.

Figur 4.16 Fordele og barrierer ved køb/indlicensering af patenter



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Data dækker alene patentindehaveres besvarelser.

... men synlighed på markedet er også betydningsfuldt

En anden vigtig fordel ved køb eller indlicensering af patenter er, at det øger virksomhedens synlighed på markedet. Denne fordel fremhæves af knap halvdelen (45 pct.) af patentindehaverne.

Køblindlicensering medfører flere former for innovation ...

Også andre former for innovation end nye produkter spiller en rolle, når virksomheder køber eller indlicenserer patenter. Mere end hver tredje virksomhed peger på, at det har øget deres innovationsevne (39 pct.), at det har suppleret eller erstattet intern forskning og udvikling (38 pct.), eller at det har ført til nye produktionsprocesser (36 pct.).

... og kan give adgang til en stærk samarbejdspartner

Hver fjerde patentindehaver (26 pct.) har desuden haft den fordel af handel, at den har givet dem adgang til en stærk samarbejdspartner. Det indikerer, at der i en række handler med IP-rettighe-der kan være en mere langsigtet, strategisk fordel ved selve handlen og den valgte handelspartner, som rækker ud over ejerskabet til rettigheden.

Svært at vurdere patentets gyldighed

Den største barriere for virksomheder, der ønsker at købe eller indlicensere et patent, er vanskeligheder med at vurdere patentets gyldighed. 58 pct. af de virksomheder, der selv har et eller flere patenter, ser dette som en barriere.

Ikke altid let at nå til enighed med sælger

At nå til enighed med sælgeren om pris og betingelser ved handlen er i mange tilfælde heller ikke let, og vanskeligheder opleves af næsten halvdelen (48 pct.) af patentindehaverne som en barriere for køb og indlicensering af patenter. En fjerdedel (24 pct.) finder selve processen med at købe uoverskuelig.

Få har svært ved at finde relevant sælger

11 pct. af virksomhederne opfatter det at finde en relevant sælger som en barriere. De fleste virksomheder er således i stand til at finde relevante handelspartnere, når de skal købe et patent eller indgå en indlicenseringsaftale til et patent.

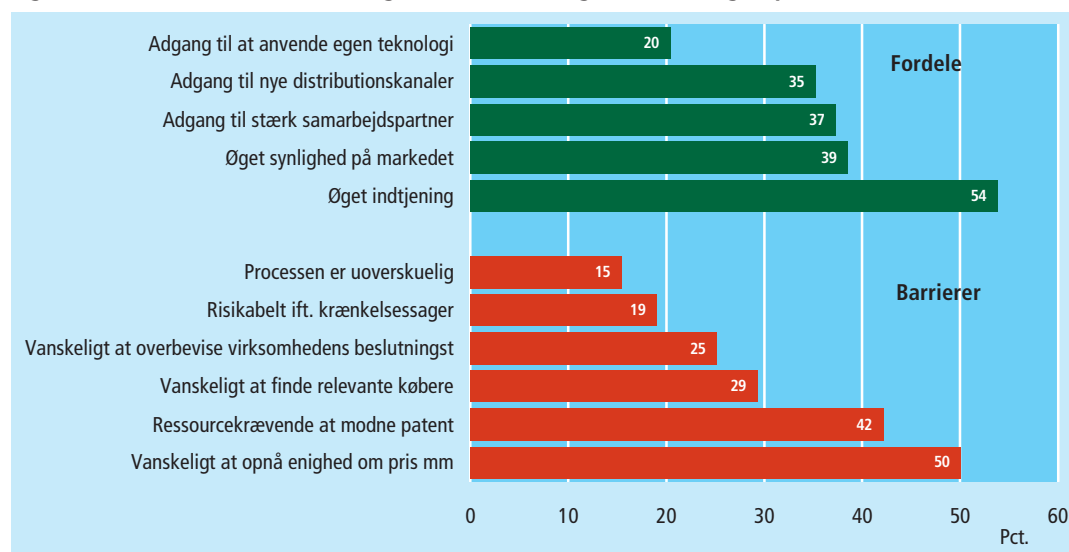
Det er ikke svært at overtale beslutningstagere

Endelig vurderer kun ganske få virksomheder (6 pct.), at vanskeligheder med at overbevise virksomhedens beslutningstagere om køb og indlicensering af patenter er en barriere for handel.

Salg af patenter og udlicensering øger indtjeningen ...

Fordele og barrierer ved salg og udlicensering fremgår af figur 4.17. Her ses, at når det angår salg og udlicensering, vurderer halvdelen (54 pct.) af virksomhederne, at handel med rettigheder har øget virksomhedens indtjening.

Figur 4.17 Fordele og barrierer ved salg/udlicensering af patenter

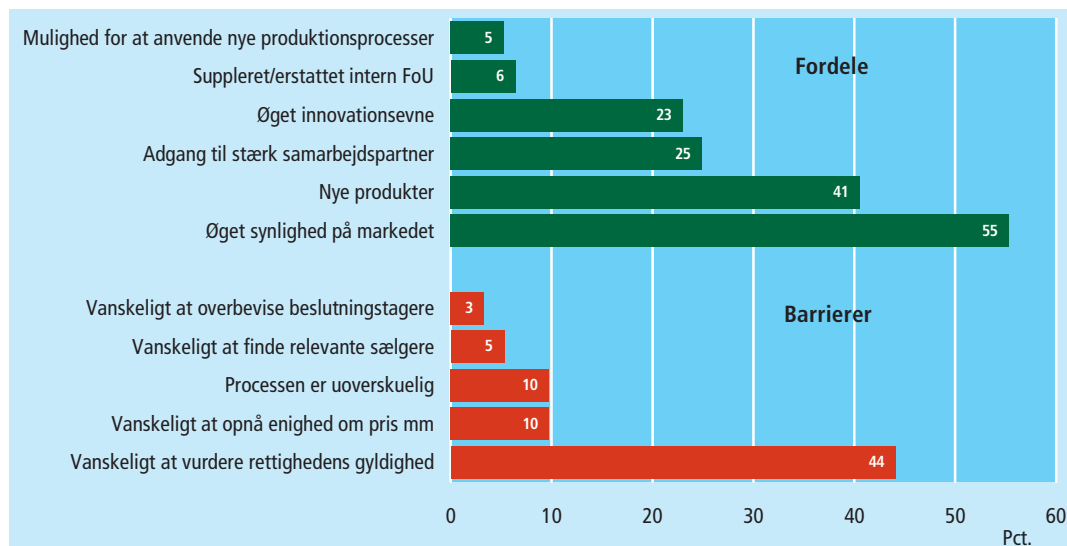


Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Note: Data dækker alene patentindehaveres besvarelser.

<i>... og synligheden på markedet stiger</i>	Den øgede synlighed på markedet er heller ikke uvæsentlig. 39 pct. af virksomhederne ser dette som en af fordelene ved salg eller udlicensering af patenter.
<i>Salg kan også skabe adgang til stærke samarbejdspartnere</i>	Mere end hver tredje virksomhed (37 pct.) ser det som en fordel, at salg og udlicensering af patenter giver adgang til en stærk samarbejdspartner, og en stort set tilsvarende andel (35 pct.) fremhæver, at salget kan give adgang til nye distributionskanaler.
<i>Teknologi kan anvendes på nye områder</i>	En ud af fem virksomheder anser det som en fordel ved salg/udlicensering, at virksomhederne derigennem får adgang til at anvende egen teknologi på nye branche- eller produktområder.
<i>At nå til enighed med køber er den største barriere</i>	For en virksomhed, der ønsker at sælge eller udlicensere et patent, er den største barriere at nå til enighed med køberen om pris og andre betingelser. Halvdelen af de virksomheder, der har solgt eller udlicenseret, peger på dette som en barriere. Sælgere og købere er altså enige på dette punkt, idet køberne i samme omfang oplever, at vanskeligheder med at nå til enighed er en barriere (jf. figur 4.16).
<i>Ressourcekrævende at modne patentet til udlicensering</i>	Det kræver ofte et forudgående arbejde at gøre patenter til en licenserbar forretning, og dette ressourcekrav har været en barriere for udlicensering for knap halvdelen (42 pct.) af virksomhederne.
<i>29 pct. har svært ved at finde købere – imod 11 pct. ved køblindlicensering</i>	Næsten én ud af tre virksomheder (29 pct.) har fundet det svært at finde relevante købere. Således synes udbydere af patenter, at det er vanskeligere at finde en aftager sammenholdt med køberes vurdering, hvor kun 11 pct. vurderede at problemet ved at finde sælgere var en barriere ved køb/indlicensering af patenter, jf. figur 4.16.
<i>Beslutningstagere ofte svære at overtale – og sværere end ved køblindlicensering</i>	Det fremgår af figur 4.17, at hver fjerde peget på, at det har været svært at overbevise beslutningstagerne om at sælge/udlicensere. Som det fremgår af figur 4.16 vurderede kun 6 pct., at vanskeligheder med at overbevise beslutningstagerne om køb/indlicensering er en barriere. Således er det tilsyneladende vanskeligere at overbevise virksomheders beslutningstagere om gevinsterne ved salg og udlicensering, end det er at overbevise om gevinsterne ved køb og indlicensering.
<i>Signalværdien har stor betydning, når der købes andre rettigheder</i>	Virksomhederne fremhæver andre fordele ved køb og indlicensering af varemærker, design og brugsmodeller end ved køb/indlicensering af patenter. Mens lanceringen af nye produkter blev fremhævet som den væsentligste fordel ved handel med patenter, er det øget synlighed på markedet, der fremhæves som fordel ved køb/indlicensering af varemærker, design og brugsmodeller. Dette er måske ikke så overraskende, idet den visuelle effekt er et centralt element i varemærke- og designrettigheder.

Figur 4.18 Fordele og barrierer ved køb/indlicensering af varemærker, design og brugsmønstre



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Men nye produkter ikke uden betydning

Nye produkter er dog ikke uden betydning for virksomhederne, når det angår køb og indlicensering af varemærker, design og brugsmønstre. 41 pct. har peget på handel som en mulighed for at producere eller introducere nye produkter.

Stærk samarbejdspartner og øget innovationsevne fremhæves

At virksomhederne ved køb/indlicensering får adgang til en stærk samarbejdspartner, eller styrker innovationsevnen, er også fordele, som fremhæves af ca. hver fjerde virksomhed. Øget innovationsevne vurderes dog ikke så væsentlig ved handel med varemærker, design og brugsmønstre som ved handel med patent, hvor 39 pct. fremhævede øget innovationsevne som en fordel.

Tilsvarende er der stor forskel i vurderingen, når det angår køb og indlicensering som supplement til intern forskning og udvikling. Blot 6 pct. af virksomhederne vurderer, at dette er en fordel ved handel med varemærker, design og brugsmønstre, mens 38 pct. af virksomheder vurderede det som fordel ved handel med patenter.

Svært at vurdere rettighedens gyldighed

Langt den største barriere for virksomheder, der ønsker at købe eller indlicensere varemærker, design eller brugsmønstre, er vanskeligheden ved at vurdere rettighedens gyldighed. Næsten halvdelen af virksomhederne har oplevet dette som en barriere (44 pct.). Her er vurderingen altså på linie med vurderingen af handel med patenter, jf. figur 4.16.

Kun få har svært ved at nå til enighed med sælger

I handel med varemærker mv. er det generelt lettere for virksomhederne at nå til enighed om pris og andre betingelser, end ved handel med patenter. Hvor næsten halvdelen af virksomhederne fremhæver

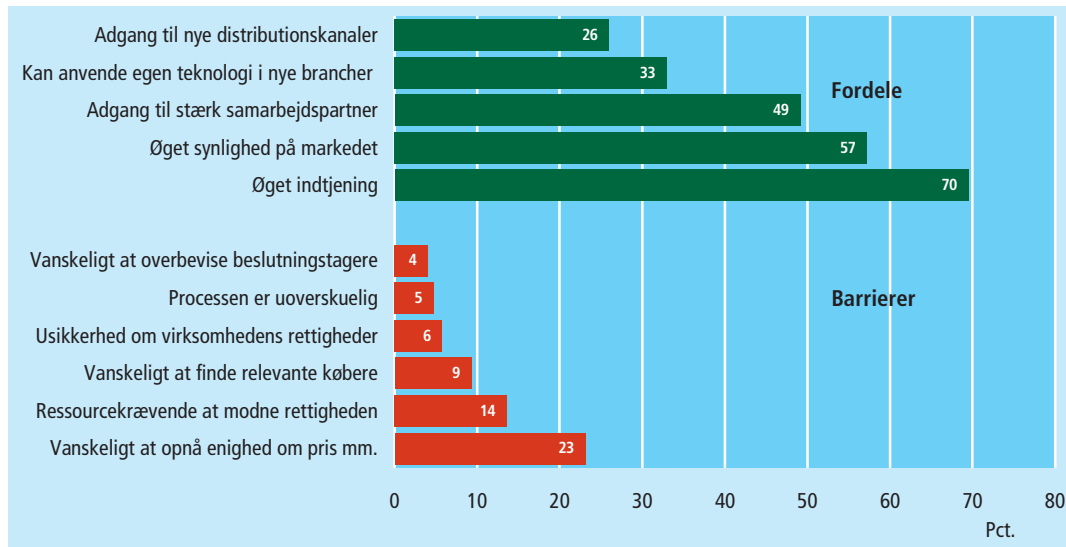
dette som en barriere ved handel med patenter, er det kun 10 pct., der anser det som en barriere ved handel med varemærker mv.

Det synes ikke at være vanskeligt at finde relevante handelspartnere og heller ikke at overbevise beslutningstagerne om at købe/indlicensere.

Virksomhedens indtjening øges

Når det angår salg og udlicensering af varemærker, design og brugsmødder, er det stort set de samme fordele, der fremhæves, som ved patenter. Igen er det øget indtjening, der fremhæves som væsentligste fordel, 70 pct. vurderer, at denne fordel er til stede, jf. figur 4.19.

Figur 4.19 Fordele og barrierer ved salg/udlicensering af varemærker, design og brugsmødder



Datagrundlag: Spørgeskemaundersøgelse 2006.

Salg/udlicensering lig med øget synlighed

En mere markedsrettet fordel er, at salg og udlicensering er med til at øge virksomhedens synlighed på markedet - en fordel, som mere end halvdelen, i alt 57 pct., af virksomhederne har oplevet.

Adgang til en stærk samarbejdspartner via salg/udlicensering

Samspillet med andre virksomheder indgår også blandt fordelene ved at sælge eller udlicensere rettigheder. Knap halvdelen (49 pct.) af virksomhederne har oplevet, at salg/udlicensering har givet dem adgang til en stærk samarbejdspartner, og en fjerdedel har via handlen fået adgang til nye distributionskanaler.

Giver også mulighed for at anvende teknologi på nye måder

Salg og udlicensering er samtidig en måde, hvorpå virksomhedens udvikling kan bringes i anvendelse i nye brancher eller på nye produktområder. Hver tredje af de virksomheder, der har solgt eller udlicenseret varemærker, design og brugsmødder, har set dette som én af fordelene.

<i>Samme barrierer for salg uanset typen af IP-rettighed</i>	Også når det angår barrierer, er det de samme fordele, der fremhæves, uanset om virksomheder sælger/udlicenserer patenter eller varemærker, design og brugsmodeller. Færre virksomheder har oplevet sådanne barrierer i forbindelse med handel med varemærker mv.
<i>Det er ikke let at blive enige om pris mm.</i>	Hver fjerde virksomhed (23 pct.) finder det vanskeligt at blive enig med køberen om pris og betingelser ved handlen, mod 50 pct. af de virksomheder, der har ønsket at sælge/udlicensere patenter.
<i>Ressourcekrævende at modne rettigheden til salg</i>	At det kræver ressourcer at modne rettigheden til salg eller udlicensering har 14 pct. af virksomhederne peget på som en barriere. Når det drejer sig om patenter, har 42 pct. peget på denne barriere.
<i>Få har svært ved at overbevise beslutningstagerne om salg – dette er sværere ved handel med patenter</i>	Relativt få af virksomhederne (6 pct.) har peget på vanskeligheder i form af usikkerhed om virksomhedens rettigheder. Tilsvarende få har opfattet selve handelsprocessen som uoverskuelig, og har haft svært ved at overbevise beslutningstagerne om salg/udlicensering. Tilsyneladende er virksomhedernes beslutningstagerne betydeligt nemmere at overbevise om gevinster ved salg/udlicensering af varemærker mv. sammenholdt med patenter, hvor hver fjerde virksomheder anså manglende overbevisning som en barriere.

5. Økonomi og beskæftigelse – Når IPR skaber vækst

Vedvarende frembringelse af ny viden og gode ideer er det stærkeste kort, som det danske erhvervsliv har på hånden, når det handler om at gøre sig konkurrencedygtig på det globale marked. Det er endvidere afgørende, at danske virksomheder er gode til at beskytte deres viden og gode til at udnytte tilgængelig viden – blandt andet via handel med viden, jf. afsnit 1.

Data peger i retning af opmærksomhed på innovation, IPR og handel med IPR

Fremstillingen i afsnit 2 og 3 peger i retning af, at mange danske virksomheder er forholdsvis opmærksomme på vigtigheden af innovation og beskyttelse af viden med IPR. Besvarelser på en spørgeskemaundersøgelse om danske virksomheders IPR-aktivitet peger desuden i retning af, at der er en vis handelsaktivitet med IPR i Danmark, og at de danske virksomheder i en vis udstrækning har fokus på vigtigheden af at udnytte viden genereret uden for Danmark via handel med IPR med udlandet. Besvarelserne på spørgeskemaundersøgelsen viser samtidig, at der er visse problemstillinger forbundet med handel, der kan være begrænsende for handelsaktiviteten.

Hvad betyder IPR for dansk økonomi

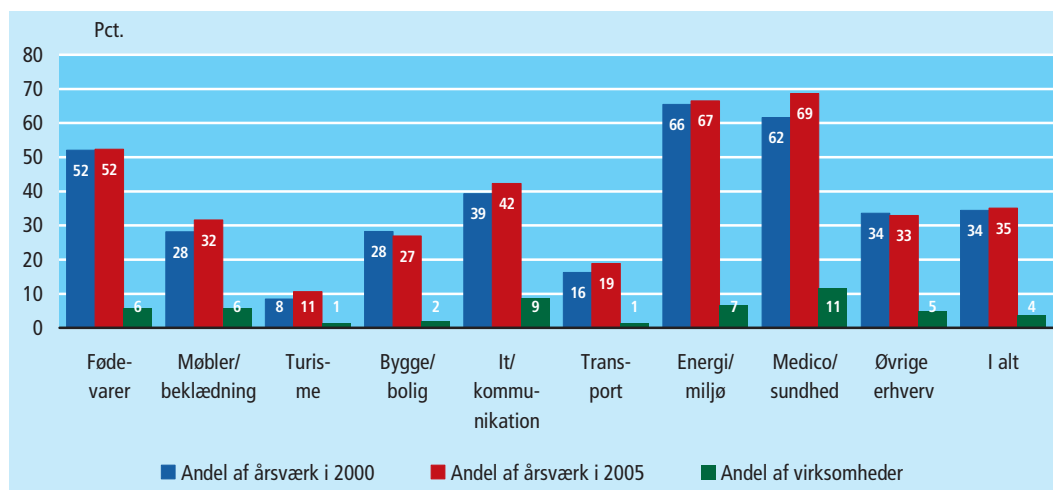
Dette afsnit omhandler de IPR-aktive virksomheders bidrag til den danske vækst og beskæftigelse. I det følgende fremstilles resultaterne af en sammenkørsel af registre over IPR-aktive virksomheder (dvs. danske virksomheder, der har fået meddelt IP-rettigheder i perioden 2000-2006¹⁷) med registre med oplysninger om danske virksomheders omsætning, værditilvækst, beskæftigelse og eksport præsenteres.

IPR-aktive virksomheder stod for 35 pct. af beskæftigelsen

IPR-aktive virksomheders andel af beskæftigelsen på de enkelte resourceområder er vist i figur 5.1. Her fremgår, at IPR-aktive virksomheders andel udgør 35 pct. af den samlede beskæftigelse i 2005, svarende til 309.000 årsværk (jf. tabel 5.1 i Annex 1). Heraf udgør resourceområderne Fødevarer, Bygge/bolig og Øvrige erhverv næsten to tredjedele, med hhv. 20 pct., 22 pct. og 17 pct.

¹⁷ Der er tale om rettigheder meddelt af Patent- og Varemærkestyrelsen. Patenter inkluderer EPO-patenter med gyldighed i Danmark.

Figur 5.1 Andel af beskæftigelse og virksomheder, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Medico/sundhed har haft den største vækst i beskæftigelsesandelen

I stort set samtlige ressourceområder havde de IPR-aktive virksomheder en større andel af beskæftigelsen i 2005 end i 2000. Medico/sundhed har haft den største relative fremgang i beskæftigelsesandelen med en stigning fra 62 pct. til 69 pct. Bygge/bolig og Øvrige erhverv har som de eneste ressourceområder en mindre tilbagegang i deres andel af den samlede beskæftigelse i 2005 i forhold til 2000.

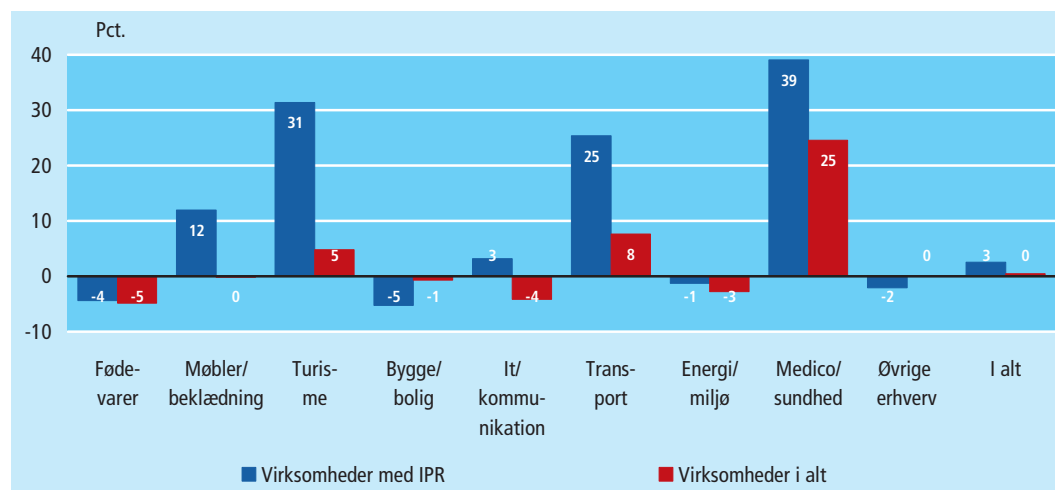
IPR-aktive repræsenterer en større andel af beskæftigelse end af antal virksomheder

Det fremgår desuden af figur 5.1, at IPR-aktive virksomheder repræsenterer en større andel af de beskæftigede end af det samlede antal virksomheder som sådan. Mens IPR-aktive repræsenterer 35 pct. af de beskæftigede, repræsenterer de kun 4 pct. af det samlede antal virksomheder. Der er med andre ord tale om virksomheder med forholdsvis mange ansatte, hvilket også fremgår af afsnit 6 (figur 6.3), hvor IPR-aktive virksomheders kendetegn belyses.

Vækst i beskæftigelsen på 3 pct. i IPR-aktive

Sammenlignes udviklingen i de IPR-aktives beskæftigelse med udviklingen i beskæftigelsen i alle virksomheder, ses, at beskæftigelsen i de IPR-aktive virksomheder er vokset med 3 pct., mens den samlede virksomhedsbestand har haft en uændret beskæftigelse. Denne udvikling er vist i figur 5.2.

Figur 5.2 Udvikling i beskæftigelse, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Betydelig vækst inden for Medico/sundhed, Turisme og Transport ...

Den samlede udvikling dækker over store forskelle på de enkelte ressourceområder: Medico/sundhed har haft en betydelig vækst i beskæftigelsen på 25 pct., og de IPR-aktive virksomheder har haft en endnu større vækst på 39 pct. fra 2000 til 2005. Også inden for Turisme og Transport har de IPR-aktive virksomheder haft en markant større beskæftigelsesudvikling end virksomhederne generelt. Her har vækstraten været hhv. 31 pct. og 25 pct., mod hhv. 5 pct. og 8 pct. for den samlede bestand i de to ressourceområder.

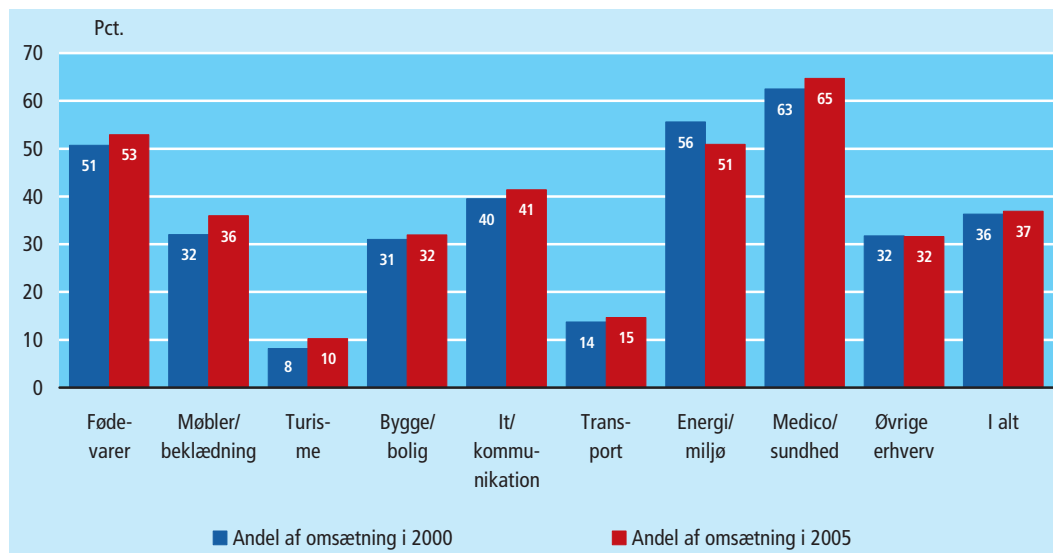
... men faldende beskæftigelse på enkelte områder

Inden for Fødevarer, Bygge/bolig, Energi/miljø og Øvrige erhverv er beskæftigelsen i de IPR-aktive virksomheder faldet fra 2000 til 2005, ligesom den også er faldet i den samlede bestand af virksomheder i de pågældende ressourceområder.

IPR-aktives omsætningsandel udgør 37 pct.

Omsætningen i IPR-aktive virksomheder udgjorde 714 mia. kr. i 2005 (jf. tabel 5.3 i Annex 1), svarende til 37 pct. af den samlede omsætning. IPR-aktive virksomheders andel af omsætningen i 2000 og 2005 fremgår af figur 5.3.

Figur 5.3 Andel af omsætning, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Øget omsætningsandel i næsten alle ressourceområder

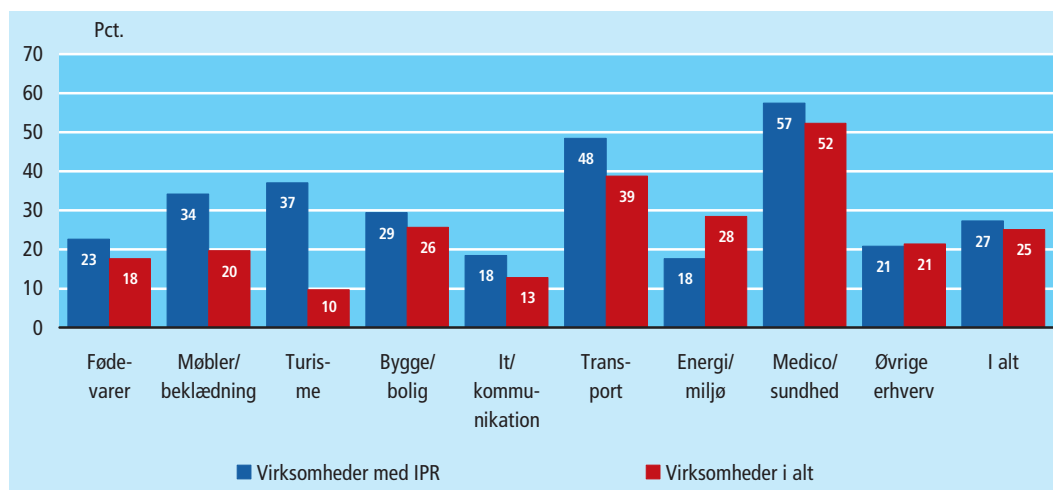
På samtlige ressourceområder, bortset fra Energi/miljø og Øvrige erhverv, har virksomheder, der i perioden 2000-2006 har fået rettigheder, øget deres andel af ressourceområdet omsætning. Inden for Møbler/beklædning har de øget deres omsætningsandel fra 32 pct. til 36 pct., og inden for Fødevarer fra 51 pct. i 2000 til 53 pct. i 2005.

Den højeste omsætningsandel findes på Medico/sundhedsområdet, hvor de IPR-aktive virksomheder har en omsætningsandel på 65 pct. i 2005. Omsætningstallene for de enkelte ressourceområder findes i tabel 5.3 i Annex 1.

Omsætning er i IPR-aktive virksomheder vokset med 27 pct.

De IPR-aktive virksomheder har samlet set haft en stigning i omsætningen på 153 mia. kr., eller 27 pct., fra 2000 til 2005. I samme periode er den samlede omsætning steget med 388 mia. kr., svarende til 25 pct.

Figur 5.4 Udvikling i omsætning fra 2000 til 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

57 pct. stigning for IPR-aktive i Medico/sundhed – også pæn vækst på andre områder

Virksomhederne inden for Medico/sundhed ligger i front mht. omsætningsstigning. Her har de IPR-aktive virksomheder øget deres omsætning med 57 pct. Også de øvrige virksomheder inden for Medico/sundhed har haft en markant – om end knap så stor – stigning i omsætningen på 43 pct., hvilket resulterer i, at den samlede bestand af virksomheder inden for ressourceområdet har haft en omsætningsstigning på 52 pct.

IPR-aktive inden for Turisme har større udvikling end området som helhed

Inden for Turisme udmærker IPR-aktive virksomheder sig med en betydeligt større udvikling i omsætningen end virksomhederne på ressourceområdet som helhed. IPR-aktive står for en udvikling på 37 pct., mod en samlet udvikling på 10 pct. Men også virksomhederne inden for Møbler/beklædning og Transport har en særlig god udvikling i omsætningen blandt IPR-aktive sammenholdt med udviklingen på områderne som helhed.

Mindre stigning for IPR-aktive i Energi/miljø end i området under ét

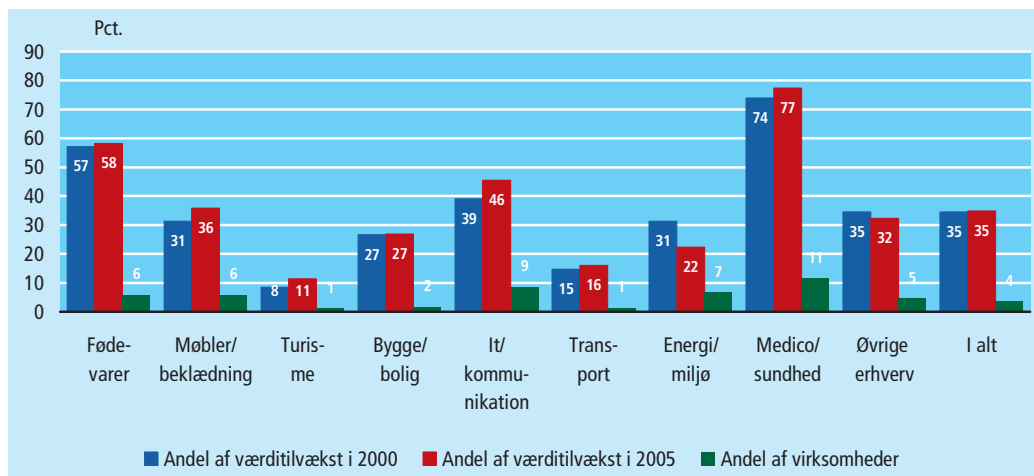
Inden for Energi/miljø har IPR-aktive virksomheder haft en mindre vækst i omsætningen end virksomhederne som helhed. De IPR-aktive virksomheders omsætning er steget med 18 pct., mens ressourceområdet som helhed har haft en stigning på 28 pct. fra 2000 til 2005.

Store forskelle i IPR-aktives andel af værditilvækst og omsætning

En opgørelse af IPR-aktives andel af værditilvæksten giver et lidt andet billede end omsætningsandelen, når der ses på de enkelte ressourceområder. Den største forskel i andelen er på Energi/miljø, hvor andelen af værditilvæksten er på 22 pct., mens omsætningsandelen er 51 pct. Denne forskel udlignes primært af ressourceområderne Fødevarer og Medico/sundhed. Værditilvæksten udgør virksomhedernes produktionsværdi fratrukket forbrug i produktionen.

For IPR-aktive virksomheder samlet er billedet imidlertid nogenlunde ens. Mens omsætningsandelen er 37 pct. i 2005, er andelen af værditilvæksten 35 pct.

Figur 5.5 Andel af værditilvækst og virksomheder, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

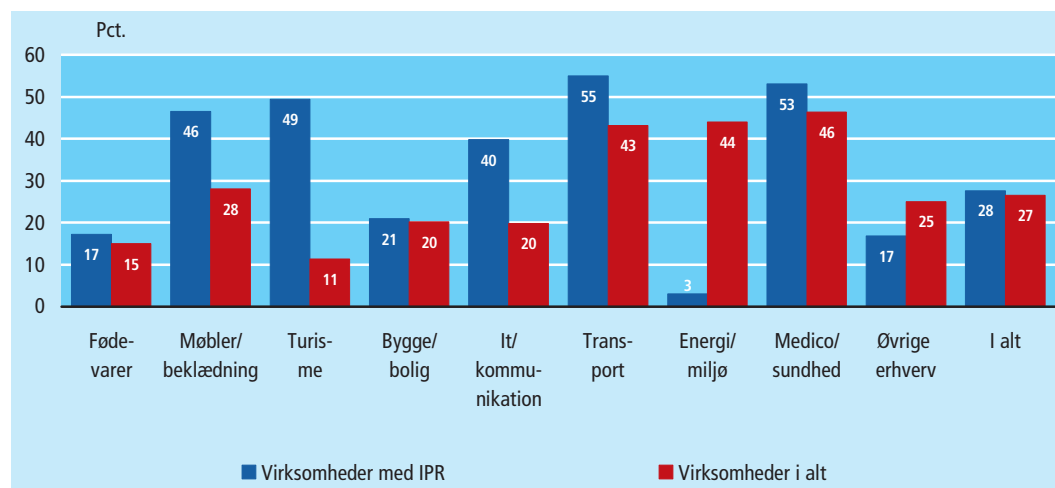
Især Medico/sundhed og Fødevarer har høje andele

På ressourceområderne skiller især Medico/sundhed sig ud, når det angår de IPR-aktives andel af værditilvæksten, idet ikke mindre end 77 pct. af værditilvæksten på dette ressourceområde er skabt af værditilvækst i IPR-aktive virksomheder. De IPR-aktive virksomheder inden for Fødevarer står med 58 pct. også for en betydelig andel af ressourceområdets værditilvækst.

Værditilvæksten er steget med 28 pct. fra 2000 til 2005

Vurderes udviklingen i værditilvæksten fra 2000 til 2005, fremgår det af figur 5.6, at de danske virksomheder under ét har haft en stigning på 27 pct. i værditilvæksten, mens de IPR-aktive virksomheders vækst i samme periode var 28 pct.

Figur 5.6 Udvikling i værditilvækst fra 2000 til 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Betydelig stigning inden for Transport og Medico/sundhed

Transport, har haft den største relative stigning i værditilvæksten, med i alt 55 pct., mens virksomhederne inden for dette ressourceområde som helhed har haft en stigning på 43 pct. Også inden for Medico/sundhed er værditilvæksten steget betydeligt, nemlig med 53 pct. for de IPR-aktive virksomheder, mens samtlige virksomheder på området har haft en stigning på 46 pct.

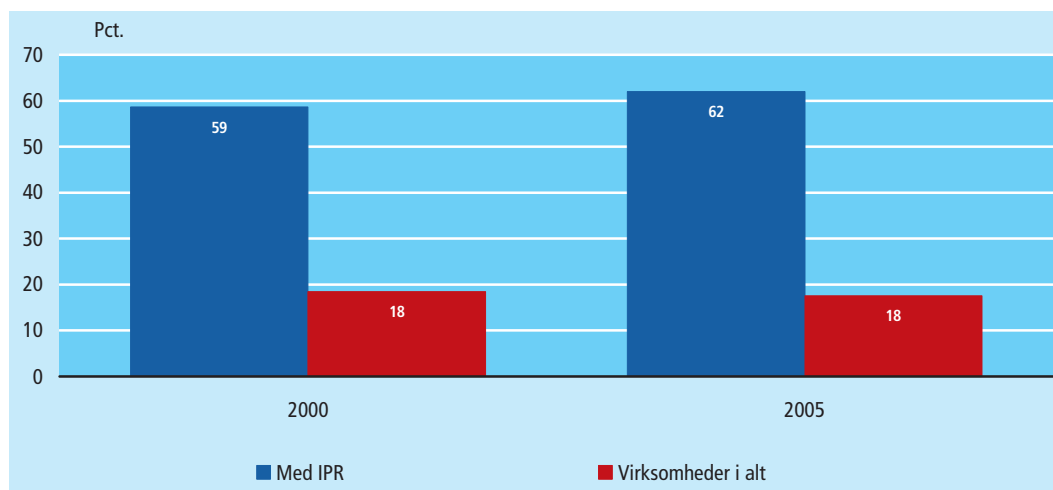
Næsten nul-vækst inden for Energi/miljø

På et enkelt ressourceområde – Energi/miljø – har værditilvæksten udviklet sig markant ringere i de IPR-aktive virksomheder end blandt de øvrige. For de IPR-aktive er værditilvæksten vokset med 3 pct., mens den for samtlige virksomheder er steget med 44 pct.

Flertallet af de IPR-aktive har eksport ...

Hvis virksomhederne handler med udlandet, vil en del af deres værditilvækst stamme fra eksport. De fleste IPR-aktive virksomheder har eksport. I alt havde mere end halvdelen (59 pct.) af de IPR-aktive virksomheder eksport i 2000, og i 2005 var andelen steget til 62 pct. Disse andele fremgår af figur 5.7.

Figur 5.7 Andel af virksomheder med eksport, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

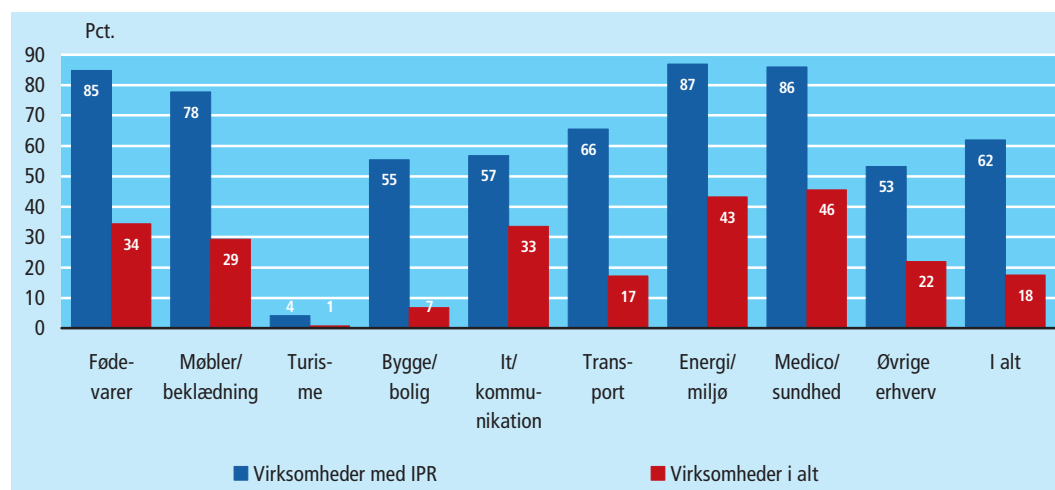
... og mindre end hver femte virksomhed i alt

I den samlede virksomhedsbestand havde mindre end hver femte virksomhed (18 pct.) eksport i 2000 og i 2005. De IPR-aktive virksomheder er således betydeligt mere aktive på eksportområdet end virksomheder generelt.

Flere eksportører blandt de IPR-aktive i alle ressourceområder

Der er på alle ressourceområder flere eksporterende blandt de IPR-aktive end i erhvervslivet som helhed. Som det fremgår af figur 5.8, skiller fire ressourceområder sig ud ved en meget stor andel eksportvirksomheder blandt de IPR-aktive. Inden for Energi/miljø og Medico/sundhed har hhv. 87 pct. og 86 pct. af IPR-virksomhederne eksport i 2005, mod kun hhv. 43 pct. og 46 pct. på områderne som helhed. Inden for Fødevarer er forskellen på virksomheder med og uden IPR-aktivitet også særdeles markant. Her har 85 pct. af de IPR-aktive eksport i 2005, mod kun 34 pct. af den samlede virksomhedsbestand. Endelig er der på området Møbler/beklædning 78 pct. af de IPR-aktive, som har eksport, hvor andelen er 29 pct. for området som helhed.

Figur 5.8 Andel af virksomheder med eksport i 2005, fordelt på ressourceområder



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Også inden for Turisme er der flere eksportører blandt de IPR-aktive

Turisme, som har få IPR-aktive virksomheder, viser samme tendens, om end på et betydeligt lavere niveau. Her har 4 pct. af de IPR-aktive virksomheder eksport i 2005, hvorimod det kun er 1 pct. af virksomhederne i ressourceområdet som helhed, der har eksport i 2005.

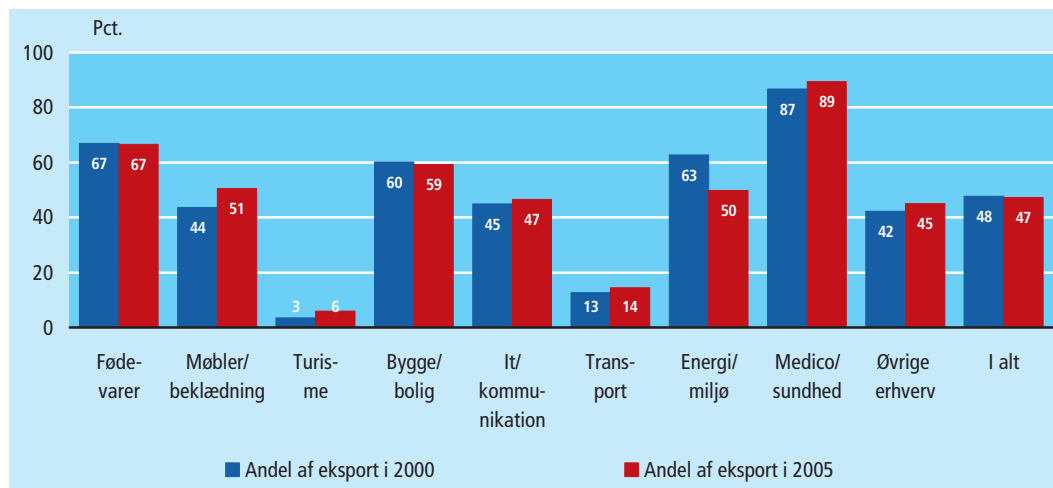
IPR-aktive virksomheder har 47 pct. af den samlede eksport

De IPR-aktive virksomheder står for næsten halvdelen – i alt 47 pct. – af den samlede eksport i 2005, dvs. næsten uændret i forhold til 2000, hvor andelen var 48 pct. Eksportandelen i IPR-aktive virksomheder overstiger såvel virksomhedernes andel af beskæftigelsen som af værditilvæksten, der begge er 35 pct., jf. figur 5.1 og 5.5.

Billedet svarer nogenlunde til beskæftigelse og værditilvækst

De relative eksportandele ressourceområderne imellem viser et nogenlunde tilsvarende billede som for beskæftigelse og værditilvækst. De IPR-aktive virksomheder inden for Medico/-sundhed og Fødevarer har de største andele. I sammenligning med beskæftigelse og værditilvækst, tegner IPR-aktive virksomheder inden for Bygge/bolig sig dog for en betydelig højere andel af ressourceområdets samlede eksport, 59 pct. i 2005, sammenholdt med en andel på 27 pct. for både beskæftigelse og værditilvækst, jf. figur 5.1 og 5.5.

Figur 5.9 IPR-virksomheders andel af eksport fordelt på ressourceområder, 2000 og 2005



Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

IPR-aktive indenfor Fødevarer står for 26 pct.

Fødevarerområdet er med 26 pct. den store bidragyder til eksporten blandt de IPR-aktive virksomheder, mens Medico/sundhed bidrager med 17 pct., jf. tabel 5.9 i Annex 1. For alle ressourceområder, bortset fra Energi/miljø, er de IPR-aktive virksomheders andel af eksporten i 2005 enten uændret eller steget i forhold til 2000.

6. IPR-virksomheder – Hvad kendetegner dem?

De foregående afsnit har belyst IPR-virksomhederne i Danmark. I afsnit 3 er de IPR-aktive virksomheders innovationsaktiviteter behandlet. Afsnit 4 omhandler IPR-virksomhedernes handelsaktiviteter, herunder virksomhedernes vurdering af fordele og barrierer ved handel med IPR. Og endelig er de IPR-aktive virksomheders bidrag til omsætning, værditilvækst, beskæftigelse og eksport skitseret i afsnit 5. Således tegner publikationen som helhed et billede af de IPR-aktive virksomheder i Danmark.

IPR-aktive virksomheder tilknyttes erhvervsdemografiske kendetegn

I dette afsnit knyttes nogle erhvervsdemografiske kendetegn til de IPR-aktive virksomheder. Det drejer sig om branchetilhørsforhold, virksomhedsstørrelse og -type, geografisk beliggenhed og de ansattes uddannelsesniveau. Dataene i dette afsnit er genereret ved at sammenkøre data om IPR-aktive virksomheder (dvs. danske virksomheder, der i perioden 2000-2006 har fået meddelt patent, varemærke, design eller brugsmødeller)¹⁸ med blandt andet data fra Danmarks Statistiks Generelle Firmastatistik samt den Registerbaserede arbejdsstyrkestatistik. Disse sammenkørsler gør det muligt at skabe et mere præcist portræt af de IPR-aktive danske virksomheder.

It/kommunikation udgør en stor del af IPR-aktive virksomheder

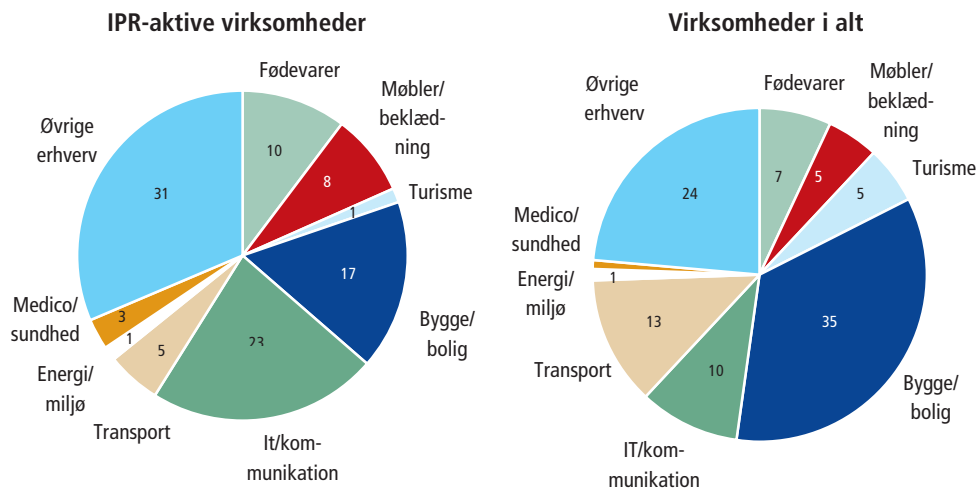
De danske virksomheders branchemæssige sammensætning, fordelt på ressourceområder, fremgår af figur 6.1. Her ses, at sammensætningen af IPR-aktive virksomheder adskiller sig fra den samlede virksomhedsbestand. Virksomhederne inden for It/kommunikation udgør med 23 pct. en betydelig del af de IPR-aktive virksomheder mod 10 pct. af den samlede bestand. Også ressourceområder som Møbler/beklædning, Fødevarer og Øvrige erhverv udgør større andele blandt de IPR-aktive end blandt virksomhederne generelt.

Bygge/bolig betyder mindre i IPR-sammenhæng

Inden for Bygge/bolig, der omfatter 35 pct. af samtlige virksomheder, findes 17 pct. af de IPR-aktive virksomheder. Virksomheder inden for Transport udgør 13 pct. af samtlige virksomheder, men kun ca. 5 pct. af de IPR-aktive. Virksomhedsantal og -andele fremgår af tabel 6.1 i Annex 1.

¹⁸ Der er tale om rettigheder meddelt af Patent- og Varemærkestyrelsen. Patenter inkluderer EPO-patenter med gyldighed i Danmark.

Figur 6.1 Danske virksomheders fordeling på ressourceområder



Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Kun få virksomheder er IPR-aktive nemlig 3 pct. af den samlede bestand

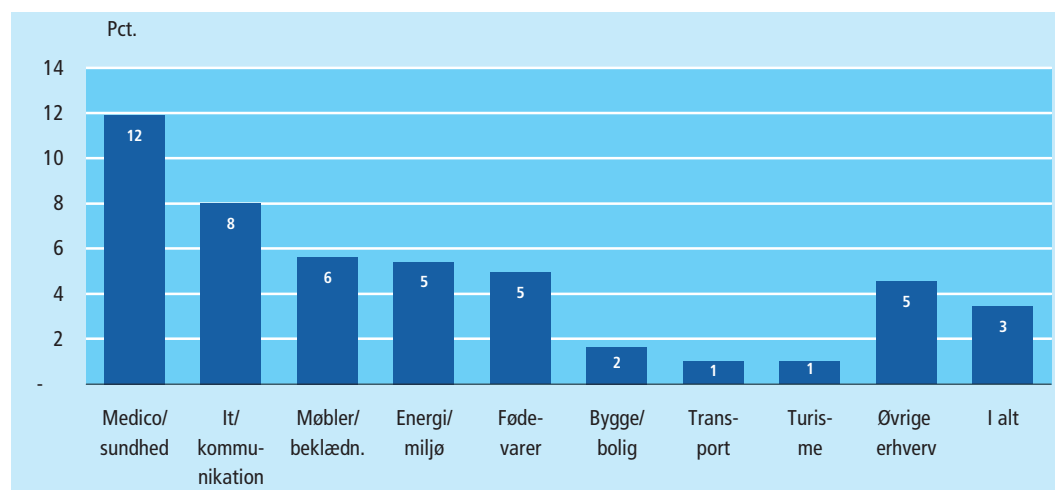
I perioden 2000-2006 har 6.282 danske virksomheder fået registreret én eller flere IP-rettighejder i form af patenter, varemærker, design eller brugsmødeller, jf. tabel 6.1 i Annex 1. Den samlede bestand af virksomheder var i 2003 på 182.953. Ud af denne bestand har 3 pct. fået registreret IPR i perioden 2000-2006¹⁹. De IPR-aktive virksomheders andel af den samlede virksomhedsbestand opdelt på ressourceområder fremgår af figur 6.2. Andelene kan også findes i tabel 6.1 i Annex 1.

Medicolsundhed har den største andel af IPR-aktive

Inden for ressourceområdet Medico/sundhed findes den største andel af virksomheder med IPR-aktivitet i perioden 2000-2006, nemlig 12 pct., fulgt af It/kommunikation, hvor 8 pct. af virksomhederne er IPR-aktive. Inden for Bygge/bolig, der med sine 35 pct. af samtlige virksomheder er det største ressourceområde, er kun 2 pct. af virksomhederne IPR-aktive.

¹⁹ Andelen af virksomheder med IPR afviger her fra den andel på 4 pct., der er opgjørt i afsnit 5. Det skyldes, at der er tale om to forskellige datagrundlag: Afsnit 5 omfatter kun de virksomheder, der var aktive i hele perioden 2000-2005, mens dette afsnit omfatter virksomheder, som var aktive i 2003 i følge Regnskabsstatistikken.

Figur 6.2 IPR-aktives andel af alle virksomheder på ressourceområder

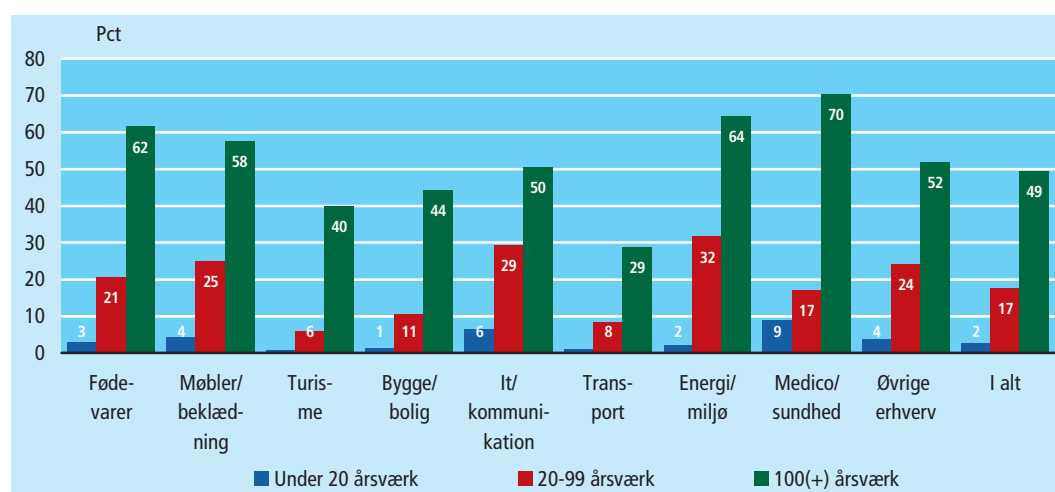


Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Flest IPR-aktive blandt de største virksomheder

De IPR-aktive virksomheders andel af den samlede virksomhedsbestand fordelt på ressourceområder og opdelt på virksomhedsstørrelse (opgjort som antal årsværk) fremgår af figur 6.3 og tabel 6.3 i Annex 1. Her ses, at næsten halvdelen (49 pct.) af alle virksomheder med 100 eller flere beskæftigede har tilegnet sig én eller flere IP-rettigheder i perioden 2000-2006. I de mellemstore virksomheder med 20-99 beskæftigede er 17 pct. af virksomhederne IPR-aktive, mens det kun gælder for 2 pct. af de virksomheder, der har færre end 20 beskæftigede.

Figur 6.3 IPR-aktives andel af alle virksomheder på virksomhedsstørrelse



Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006

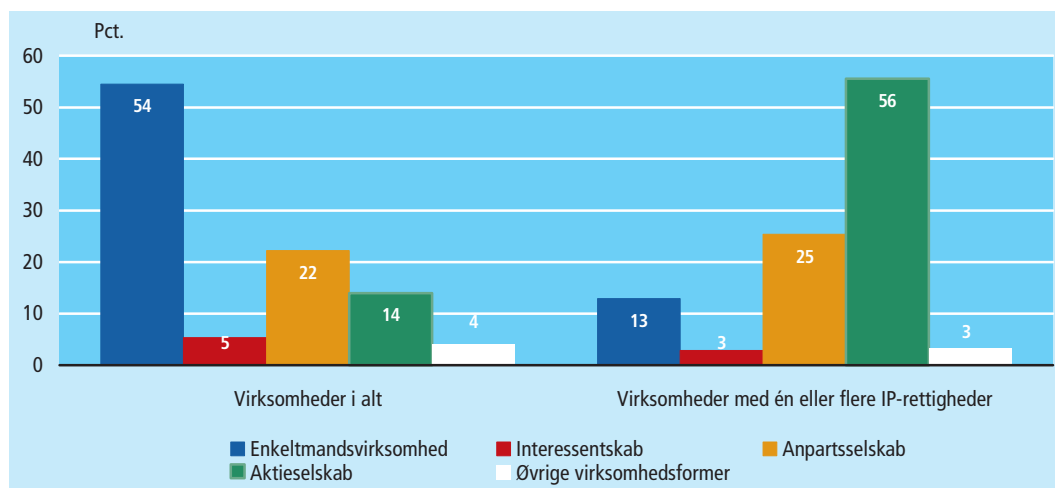
IPR-aktivitet blandt store virksomheder Inden for Medico/sundhed, Energi/miljø og Fødevarer er mere end 60 pct. af virksomhederne med 100 eller flere beskæftigede IPR-aktive, mens det kun gælder for 29 pct. af de største virksomheder inden for Transport.

... blandt mellemstore virksomheder De mellemstore virksomheder inden for Energi/miljø og It/kommunikation registrerer oftere IP-rettighe-der end tilsvarende virksomheder i andre ressourceområder. I alt har hhv. 32 pct. og 29 pct. af virksomhederne sikret sig IP-rettighe-der.

... blandt Små virksomheder For de små virksomheders vedkommende er det især virksomhederne inden for Medico/sundhed og It/kommunikation, som er IPR-aktive. I alt har hhv. 9 pct. og 6 pct. af virksomhederne i de to ressourceområder med færre end 20 ansatte IP-rettighe-der.

Virksomheder i selskabsform dominerer blandt IPR-aktive De IPR-aktive virksomheder adskiller sig fra de øvrige danske virksomheder hvad angår virksomhedernes ejerform. Selskabsformen, dvs. aktie- og anpartsselskaber, er således dominerende blandt virksomheder, der har registreret IP-rettighe-der i perioden 2000-2006 56 pct. af virksomhederne er aktieselskaber, mens 25 pct. er anpartsselskaber. Virksomheder i selskabsform udgør dermed sammenlagt 81 pct. af de IPR-aktive virksomheder, hvorimod kun 36 pct. af de danske virksomheder som helhed er aktie- eller anpartsselskaber. Dette fremgår af figur 6.4 og tabel 6.4 i Annex 1.

Figur 6.4 Danske virksomheders ejerform



Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Kun få personligt ejede virksomheder blandt de IPR-aktive

Tilsvarende er der væsentligt færre personligt ejede virksomheder (dvs. enkeltmandsvirksomheder og interessentskaber) blandt de IPR-aktive. 16 pct. udgøres af enkeltmandsfirmaer og interessentskaber, som tilsammen udgør 59 pct. af den samlede virksomhedsbestand.

Nyetablerede IPR-virksomheder

Af de virksomheder, der fik registreret IP-retigheder i 2000-2006, var 350 nyetablerede i 2001, og 301 og 341 nyetablerede i hhv. 2002 og 2003. Det er med andre ord ikke kun de veletablerede virksomheder, der får registreret IP-retigheder. Antal nyetablerede IPR-aktive virksomheder fremgår af tabel 6.5 fordelt på IPR-type.

Tabel 6.5 IPR-aktive virksomheders nyetablering

Etableringsår	Patent	Vare- mærke	Design	Brugs- model	Med én eller flere IP-rettig- heder i alt
	antal virksomheder				
2001	18	318	23	13	350
2002	12	274	18	14	301
2003	6	322	20	6	341

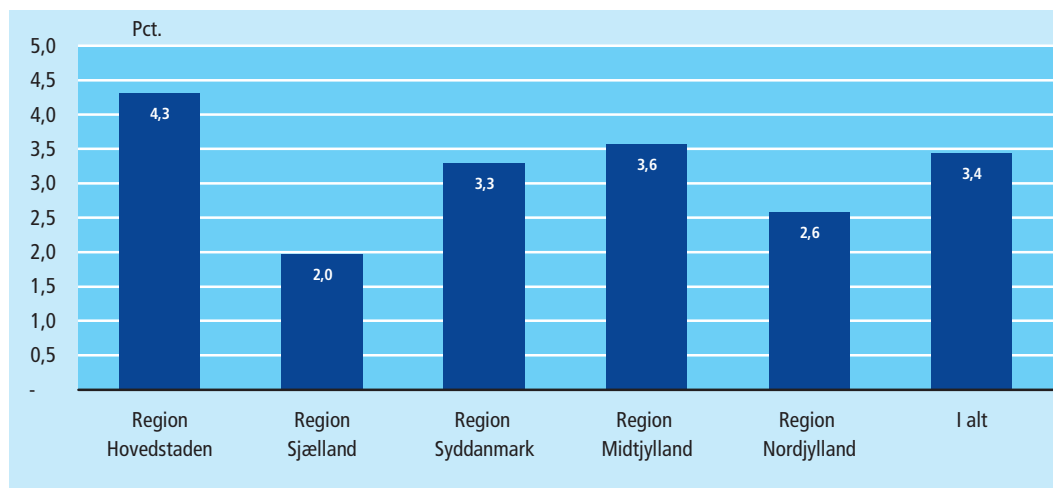
Datagrundlag: Iværksætterdatabasen 2001-2003.

Flest med IPR-aktive i Region Hovedstaden

Ses i stedet på geografisk placering af de IPR-aktive virksomheder, fremgår det af figur 6.6, at Region Hovedstaden ligger højest med hensyn til andel af IPR-aktive virksomheder²⁰. I regionen har 4,3 pct. af virksomhederne registreret IP-retigheder i perioden 2000 til 2006 mod 3,4 pct. for hele landet. Regionerne Midtjylland og Syddanmark ligger nær landsgennemsnittet med hhv. 3,6 pct. og 3,3 pct. Region Sjælland ligger noget lavere end de øvrige regioner og landsgennemsnittet - her har kun 2 pct. af virksomhederne været IPR-aktive.

²⁰ Virksomhederne er geografisk placeret ud fra deres hovedadresse. Det betyder, at der kan være en tendens til at overfortolke Region Hovedstadens betydning, idet mange af de navnlig større virksomheder har hovedadresse i København.

Figur 6.6 IPR-aktives andel af alle virksomheder på region



Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Regionale forskelle i IPR-aktivitet på ressourceområde

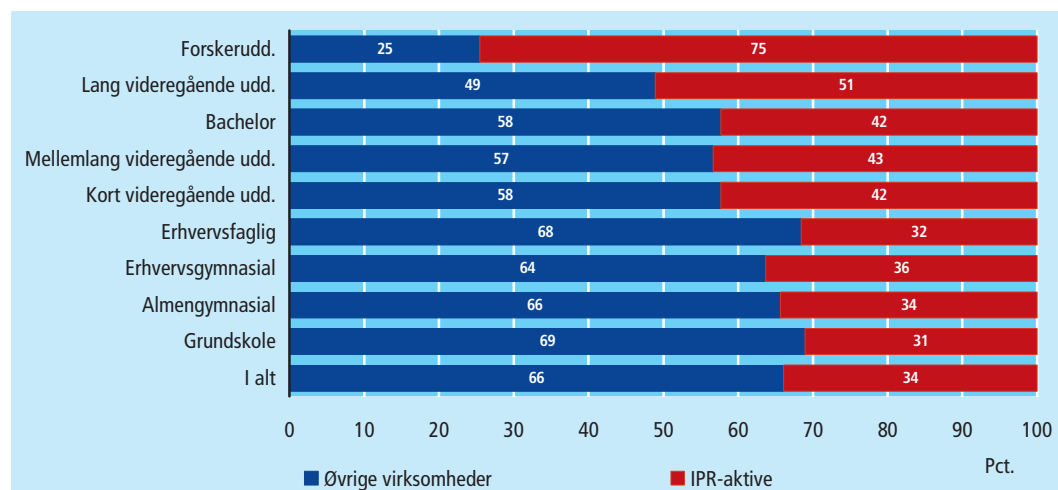
Antallet af IPR-aktive virksomheder fordelt på regioner og ressourceområder fremgår af tabel 6.6a i Annex 1 mens andele fremgår af tabel 6.6b. Her ses, at der i Region Hovedstaden er relativt flere virksomheder inden for It/kommunikation, som er IPR-aktive, end på ressourceområdet på landsplan. I Region Syddanmark er det Fødevareområdet, i Region Midtjylland Møbler /beklædning, og i Region Nordjylland Energi/miljø, der har relativt store andele af de IPR-aktive virksomheder. I Region Sjælland ligger samtlige ressourceområder under landsgennemsnittet mht. andel af IPR-aktive virksomheder.

Høj videnintensitet med mange forskeruddannede

IPR-aktive virksomheder og øvrige virksomheders andel af den samlede arbejdsstyrke fordelt på uddannelsesmæssig baggrund, fremgår af figur 6.7. Heraf ses, at størstedelen af de privatansatte personer²¹ med en forskeruddannelse arbejder i virksomheder, der var IPR-aktive i perioden 2000 til 2006. I 2003 var 75 pct. af de knap 3.000 privatansatte forskere ansat i en IPR-aktiv virksomhed.

²¹ Beskæftigelsesmålet omkring uddannelse er baseret på personer ansat i virksomheder. Det adskiller sig dermed fra det beskæftigelsesmål, der er benyttet i publikationen i øvrigt, hvor der er taget udgangspunkt i antal årsværk. Se også afsnit 7 Datagrundlag og metode.

Figur 6.7 IPR-aktive og øvrige virksomheders andel af ansatte fordelt på uddannelsesbaggrund



Datagrundlag: Registerbaseret arbejdsstyrkestatistik (RAS). Personer, der i 2003 var lønmodtagere, medhjælpende ægtefæller eller selvstændige, og var ansat i virksomheder, som indgår i regnskabsstatistikken 2003, sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Mange med lang videregående uddannelse

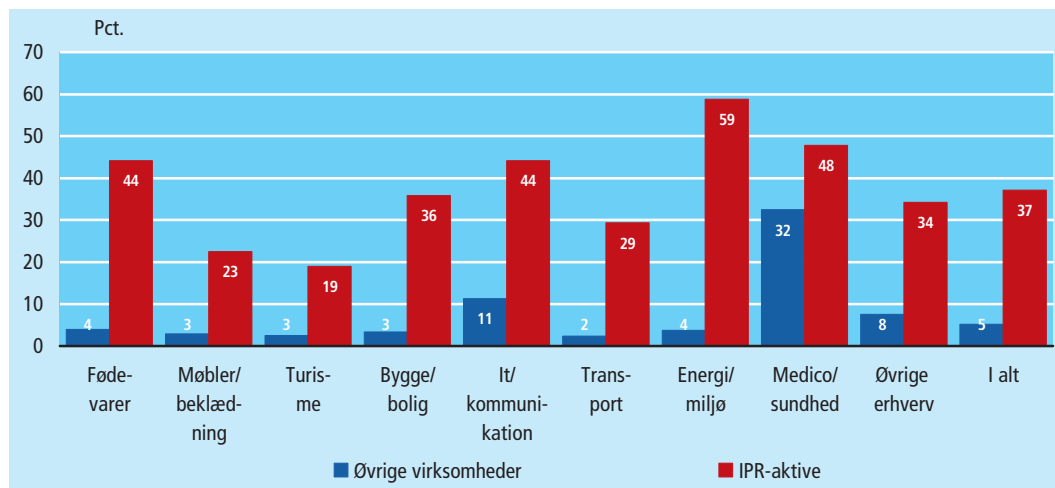
Af de ca. 55.000 personer med en lang videregående uddannelse, beskæftiger virksomheder, der er IPR-aktive, lidt over halvdelen (51 pct.), og denne gruppe er således - i lighed med de forskeruddannede - stærkt repræsenteret i de IPR-aktive virksomheder, som samlet set beskæftiger 34 pct. af de ansatte.

Mange langvarigt uddannede i IPR-aktive virksomheder

IPR-aktive virksomheder har i langt større udstrækning end andre virksomheder ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse. Som det fremgår af figur 6.8, havde 37 pct. - eller næsten en tredjedel af de IPR-aktive virksomheder - personer med sådanne uddannelser ansat mod kun 5 pct. i de øvrige virksomheder.

Figur 6.8

IPR-aktive og øvrige virksomheders andel af ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse, fordelt på ressourceområde



Datagrundlag: Registerbaseret arbejdsstyrkestatistik (RAS). Personer, der i 2003 var lønmodtagere, medhjælpende ægtefæller eller selvstændige, og var ansat i virksomheder, som indgår i regnskabsstatistikken 2003, sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

*Energi/miljø:
Størst andel af
højtuddannede*

Inden for Energi/miljø er andelen af virksomheder med højtuddannede størst. Her har 59 af de IPR-aktive virksomheder ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse.

*Medico/sundhed:
Generelt mange
højtuddannede*

Inden for Medico/sundhed er andelen 48 pct. Ressourceområdet adskiller sig fra de øvrige ved, at også en stor andel af virksomhederne, der ikke er IPR-aktive i perioden 2000-2006, har højtuddannede ansatte 32 pct.

*Næsten halvdelen i
It/kommunikation har
højtuddannede
ansatte*

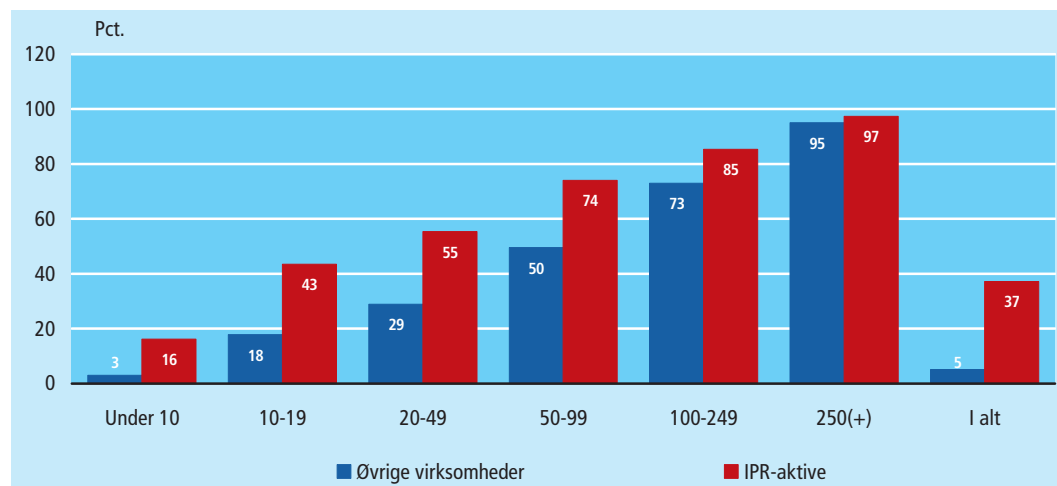
It/kommunikation og Fødevarer er brancheområder, hvor der også er mange IPR-aktive virksomheder med højtuddannede ansatte. På begge ressourceområder har 44 pct. af virksomhederne ansatte med langvarig uddannelse mod kun hhv. 11 pct. og 4 pct. af virksomhederne, der ikke er IPR-aktive.

*Store virksomheder
har flere
højtuddannede –
IPR eller ej*

Der er en klar sammenhæng imellem størrelsen af virksomheder og andelen af virksomheder med højtuddannede: Jo flere ansatte en virksomhed har, jo større er sandsynligheden for, at den har ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse. Som det fremgår af figur 6.9, gælder det uanset om virksomheden er IPR-aktiv eller ej.

Figur 6.9

IPR-aktives og øvrige virksomheders andel af ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse, fordelt på størrelse af virksomhed



Datagrundlag: Registerbaseret arbejdsstyrkestatistik (RAS). Personer, der i 2003 var lønmodtagere, medhjælpende ægtefæller eller selvstændige, og var ansat i virksomheder, som indgår i regnskabsstatistikken 2003, sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Næsten alle store virksomheder har højtuddannede ansatte

Blandt virksomheder med 250 eller flere beskæftigede er der næsten ingen forskel på andelen af højtuddannede, uanset om de er IPR-aktive eller ej. Næsten samtlige virksomheder - hhv. 97 pct. for IPR-aktive og 95 pct. for de øvrige - har ansatte med langvarig uddannelse.

16 pct. af de helt små IPR-aktive virksomheder havde højtuddannet personale

For de små virksomheders vedkommende er forskellene på virksomheder mere markante. Af de ca. 165.000 danske virksomheder med under 10 ansatte, var der ca. 3.200 IPR-aktive. Af disse havde 16 pct. ansatte med lang videregående uddannelse eller forskeruddannelse. Blandt de resterende knap 162.000 virksomheder er andelen med langvarigt uddannede 3 pct.

7. Datagrundlag og metode

Flere forskellige datagrundlag Figurer og tabeller i denne publikation er tilvejebragt via en række forskellige datagrundlag²², og de anvendte datagrundlag og metoder er beskrevet kort i dette afsnit.

Data fra PVS om rettigheder Patent- og Varemærkestyrelsens register over virksomheder, der i 2000-2006 har fået meddelt rettighed til patent, varemærke, design eller brugsmode er en central kilde. Virksomheder, der har sådanne registrerede rettigheder kaldes i publikationen "IPR-aktive". Patenter meddelt danske IPR-aktive virksomheder inkluderer EPO-patenter, dvs. patenter udstedt af den europæiske patentmyndighed EPO. Alene EPO-patenter med gyldighed i Danmark er inkluderet.

Patent- og Varemærkestyrelsens register er kørt sammen med en række af Danmarks Statistiks registre til forskellige former for datagrundlag. Regnskabsstatistikken 2003 danner den grundlæggende ramme om de tilvejebragte datagrundlag. Desuden er data om IPR-aktive virksomheder kørt sammen med data fra Innovationsundersøgelsen, som er gennemført af Dansk Center for Forskningsanalyse²³.

Data om indehavere af IP-rettigheder Patent- og Varemærkestyrelsens oplysninger om registrerede patenter, varemærker, design og brugsmode er samlet på virksomhedsniveau. Kun rettigheder, som tilhører firmaer, der indgår i regnskabsstatistikken 2003, er medtaget. I alt har danske virksomheder i perioden 2000-2006 modtaget oplysninger fra Patent- og Varemærkestyrelsen om 28.328 IP-rettigheder. Heraf tilhører 19.263, eller 68 pct., virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2003. Året 2003 er valgt som basis, idet det ligger midt i den periode, for hvilken der findes rettighedsoplysninger.

Variable **Samkørslerne har resulteret i følgende variable:**

Variabel	Statistikkilde
Branche (DB03)	Generel Firmastatistik
Antal årsværk	"
Ejerform (driftsformskode)	"
Region (baseret på kommunekode)	"
Omsætning	"
Eksport	"
Værditilvækst	"

²² En mere detaljeret beskrivelse af datagrundlag og metode findes på Danmarks Statistiks hjemmeside under www.dst.dk/ipr.

²³ Innovationsstatistikken er indsamlet og offentliggjort af Dansk Center for Forskningsanalyse. For mere information se: www.forskningsanalyse.dk under Erhvervslivet: Innovation.

Højest fuldført uddannelse (hffudd, to første cifre)	Registerbaseret Arbejdsstyrke Statistik (RAS) ²⁴
Tilknytning til arbejdsmarkedet (socstillx)	"
Vareinnovation	Innovationsstatistikken 2002-2004
Tjenesteydelsesinnovation	"
Innovation mht. produktionsprocesser	"
Innovation mht. logistik, leverings- og distributionssystemer	"
Innovation mht. hjælpefunktioner	"
cvr-numre på virksomheder, der er nyetablerede i årene 2001-2003	Iværksætterdatabasen 2001-2003 ²⁵
Licenser og andre rettigheder (211)	Udenrigshandel med tjenester ²⁶
Direkte køb og salg af licenser og patenter mv. (403)	"
Licensudgifter, royalties, typegodkendelser o.lign. (kode 991002)	Industriens køb af råvarer og tjenesteydelser ²⁷

Spørgeskemaundersøgelse om handel med IPR

En anden væsentlig kilde til publikationens materiale er en spørgeskemaundersøgelse om danske virksomheders handel med IP-rettighe-der, der er gennemført i slutningen af 2006 som led i Økonomi- og Erhvervsministeriets concernprojekt om bedre viden om og brug af IPR.

Spørgeskemaundersøgelsen, der var frivillig, omfattede 4.000 danske virksomheder, hvoraf ca. 50 pct. indsendte et besvaret spørgeskema. De indkomne besvarelser er opregnet til den population, som de er udtrukket fra, nemlig virksomheder med 10 eller flere beskæftigede i Regnskabsstatistikken 2003.

3 delpopulationer

Undersøgelsen omfattede 3 delpopulationer:

1. Samtlige aktive patentindehavere, identificeret via Patent- og Varemærkestyrelsens register over IP-rettighe-der, som indgår i Regnskabsstatistikken 2003.
2. Virksomheder, der potentielt har handlet med IP-rettighe-der. Disse virksomheder er identificeret via deres indberetninger til statistikkerne over hhv. Industriens køb af råvarer og tjenesteydelser, Udenrigshandel med tjenester og Regnskabsstatistikken.
3. Et udsnit af danske virksomheder i øvrigt.

²⁴ Se varedeklaration for RAS på [http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer under emnegruppen Arbejdsmarked](http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer%20under%20emnegruppen%20Arbejdsmarked).

²⁵ Se varedeklaration for Iværksætterdatabasen på [http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer under emnegruppen Tværgående produkter](http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer%20under%20emnegruppen%20Tværgående%20produkter).

²⁶ Se vejledning mv. vedr. Udenrigshandel med tjenester på: www.dst.dk/betalingsbalance.

²⁷ Se varedeklaration for Industriens køb af råvarer og tjenester på [http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer under emnegruppen Industri](http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer%20under%20emnegruppen%20Industri).

Variable fra spørgeskemaundersøgelsen Igennem undersøgelsen er indsamlet en række oplysninger fra de deltagende virksomheder om bl.a. deres rettighedsstrategi, anvendelse af patenter, fordele og barrierer oplevet i forbindelse med handel mv.²⁸ Besvarelsenerne fra virksomhederne er suppleret med baggrundsdata om branche, omsætning mv.

Innovationsdata Datagrundlaget for afsnit 2 er CIS4-undersøgelsen, som ikke omfatter alle virksomheder i den private sektor, men de knapt 2.000 største og mest innovationsaktive. Disse virksomheder udgør også langt hovedparten af den økonomiske og beskæftigelsesmæssige aktivitet i den private sektor²⁹.

Ressourceområder I en række af publikationens figurer og tabeller er talmaterialet fordelt på IP-rettinghavernes ressourceområde. Der er defineret otte egentlige ressourceområder samt ressourceområdet Øvrige erhverv, som omfatter en række brancher, der ikke direkte kan henføres til et enkelt ressourceområde. Et ressourceområde omfatter i princippet de brancher i såvel den private som offentlige sektor, der medvirker i produktionen af beslægtede slutprodukter, og hvert ressourceområde består typisk af brancher med forskellig placering i produktionskæden³⁰.

De enkelte ressourceområder er:

- Fødevarer
- Møbler/beklædning
- Turisme
- Bygge/bolig
- It/kommunikation
- Transport
- Energi/miljø
- Medico/sundhed

²⁸ Spørgeskemaerne kan hentes på Danmarks Statistiks hjemmeside på adressen: www.dst.dk/ipr.

²⁹ Se også www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Metodebeskrivelse_cis4.pdf

³⁰ Regnskabsstatistikken er rammen for undersøgelsen, og dækker som udgangspunkt de private byerhverv. Dvs., at kun virksomheder i de brancher, der indgår i regnskabsstatistikken, indgår i publikationens tabeller og figurer. Det betyder fx at landbrug ikke indgår i publikationens materiale om ressourceområdet Fødevarer. Eneste undtagelse er de figurer i kap. 4, der er baseret på Industriens køb af råvarer og tjenesteydelser samt Udenrigshandel med tjenester. Varedeklaration for Regnskabsstatistik kan findes under emnegruppen Generel erhvervsstatistik på <http://www.dst.dk/Vejviser/dokumentation/Varedeklarationer>.

Annex 1. Tabeller

Tabel 2.1 **Innovative virksomheders innovation fordelt på innovationstyper, 2002-2004**

Innovationstype		organisatorisk innovation		Ikke organisatorisk innovation		Produkt og/ eller proces innovation
		Markeds innovation	Ikke markeds innovation	Markeds innovation	Ikke markeds innovation	
		pct.				
Produkt	Proces-innovation	9	15	1	3	27
	Ingen proces-innovation	4	7	1	5	17
Intet produkt	Proces-innovation	3	9	0	3	15
	Ingen Proces-innovation	5	30	6	-	41
Organisatorisk og/eller markedsinnovation		20	61	8	11	100

Kilde: Dansk erhvervslivs innovation 2004. www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Tabelsamling.pdf

Tabel 2.2 **Andel af PP-innovative og alle innovative virksomheder fordelt på virksomhedsstørrelse, 2002-2004**

Antal ansatte	PP-innovative	Innovative i alt
	pct.	
10-49	43	70
50-249	47	75
250-999	54	84
Over 1.000	68	93
I alt	42	72

Kilde: www.forskningsanalyse.dk/Inno2004/Tabelsamling.pdf

Tabel 3.1 Antal registrerede IP-rettigheder. 2000-2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	antal rettigheder						
Patenter	310	256	384	458	356	351	403
Design	326	280	313	267	167	166	135
Brugsmodeller	138	122	128	118	145	114	108
Varemærker	3 212	2 997	3 131	3 119	3 460	3 687	3 677
I alt	3 986	3 655	3 956	3 962	4 128	4 318	4 323

Datagrundlag: Rettigheder meddelt danske virksomheder i perioden 2000-2006

Tabel 4.4 Industriens køb af tjenester, 2003 og 2004

	Samlet køb af tjenester				Heraf: udgifter til licens, royalties, typegodkendelser			
	2003		2004		2003		2004	
	1.000 kr.	pct.	1.000 kr.	pct.	1.000 kr.	pct.	1.000 kr.	pct.
Ressourceområde								
Fødevarer	18 871 937	33	17 878 774	30	113 388	8	162 448	10
Møbler/beklædning	2 804 956	5	2 752 076	5	62 337	4	65 020	4
Bygge/bolig	8 705 650	15	8 823 212	15	185 010	13	188 233	12
It/kommunikation	6 110 200	11	6 973 460	12	169 123	12	214 429	13
Transport	2 816 025	5	3 245 573	5	78 178	5	81 296	5
Energi/miljø	2 943 806	5	3 338 900	6	11 647	1	40 050	2
Medico/sundhed	8 343 646	15	10 025 083	17	512 496	36	637 475	39
Øvrige erhverv	6 348 350	11	6 115 860	10	297 922	21	247 001	15
I alt	56 944 570	100	59 152 938	100	1 430 101	100	1 635 952	100

Datagrundlag: Industriens køb af tjenester. Er baseret på besvarelser fra virksomheder, der dækker ca. 73 pct. af nettoomsætningen i råstofudvinding og industri i 2004.

Note: Data er ikke opregnet

Tabel 5.1 Beskæftigelse (antal årsværk), 2000 og 2005

	IPR-aktive virksomheder	IPR-aktive virksomheder	Virksomheder i alt	Virksomheder i alt	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede beskæftigelse	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede beskæftigelse	IPR-aktive virksomheder fordelt på ressourcerområder
	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2005
	antal årsværk				pct.		
Fødevarer	64 339	61 523	123 511	117 593	52	52	20
Møbler/beklædning	12 869	14 414	45 762	45 684	28	32	5
Turisme	1 608	2 113	18 937	19 847	8	11	1
Bygge/bolig	72 101	68 353	255 321	253 551	28	27	22
It/kommunikation	41 605	42 923	105 666	101 293	39	42	14
Transport	17 321	21 713	106 648	114 808	16	19	7
Energi/miljø	17 973	17 746	27 421	26 672	66	67	6
Medico/sundhed	20 264	28 178	32 909	41 000	62	69	9
Øvrige erhverv	53 015	51 913	157 852	157 852	34	33	17
I alt	301 095	308 876	874 027	878 300	34	35	100

Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Tabel 5.3 Omsætning, 2000 og 2005

	IPR-aktive virksomheder	IPR-aktive virksomheder	Virksomheder i alt	Virksomheder i alt	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede omsætning	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede omsætning	IPR-aktive virksomheder fordelt på ressourcerområder
	2000	2005	2000	2005	2000	2005	2005
	omsætning, mio. kr.				pct.		
Fødevarer	152 099	186 521	299 736	352 615	51	53	26
Møbler/beklædning	22 590	30 328	70 499	84 384	32	36	4
Turisme	1 297	1 778	15 803	17 335	8	10	0
Bygge/bolig	94 921	122 867	305 683	384 075	31	32	17
It/kommunikation	74 905	88 702	189 579	213 960	40	41	12
Transport	35 092	52 092	255 394	354 407	14	15	7
Energi/miljø	65 746	77 350	118 335	151 933	56	51	11
Medico/sundhed	44 370	69 877	70 934	107 993	63	65	10
Øvrige erhverv	69 744	84 278	219 572	266 538	32	32	12
I alt	560 764	713 792	1 545 536	1 933 240	36	37	100

Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Tabel 5.5 Værditilvækst, 2000 og 2005

	IPR-aktive virksomheder 2000	IPR-aktive virksomheder 2005	Virksomheder i alt 2000	Virksomheder i alt 2005	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede værditilvækst 2000	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede værditilvækst 2005	IPR-aktive virksomheder fordelt på ressourcerområder 2005
	værditilvækst, mio. kr.				pct.		
Fødevarer	30 259	35 463	52 935	60 846	57	58	19
Møbler/beklædning	5 463	8 002	17 456	22 353	31	36	4
Turisme	587	877	6 920	7 706	8	11	0
Bygge/bolig	31 092	37 604	116 509	139 948	27	27	20
It/kommunikation	20 661	28 874	52 901	63 362	39	46	15
Transport	8 069	12 505	54 634	78 201	15	16	7
Energi/miljø	9 653	9 949	30 833	44 392	31	22	5
Medico/sundhed	17 191	26 323	23 238	34 002	74	77	14
Øvrige erhverv	25 086	29 310	72 537	90 684	35	32	16
I alt	148 061	188 907	427 963	541 493	35	35	100

Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Tabel 5.9 Eksport, 2000 og 2005

	IPR-aktive virksomheder 2000	IPR-aktive virksomheder 2005	Virksomheder i alt 2000	Virksomheder i alt 2005	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede eksport 2000	IPR-aktive virksomheders andel af den samlede eksport 2005	IPR-aktive virksomheder fordelt på ressourcerområder 2005
	eksport, mio. kr.				pct.		
Fødevarer	61 401	68 776	91 721	103 225	67	67	26
Møbler/beklædning	11 032	15 561	25 223	30 765	44	51	6
Turisme	3	4	78	69	3	6	0
Bygge/bolig	26 515	31 301	44 049	52 777	60	59	12
It/kommunikation	18 587	23 068	41 310	49 450	45	47	9
Transport	14 755	21 481	115 137	148 539	13	14	8
Energi/miljø	33 270	33 810	53 030	67 836	63	50	13
Medico/sundhed	31 491	46 106	36 314	51 532	87	89	17
Øvrige erhverv	20 304	26 275	48 057	58 227	42	45	10
I alt	217 358	266 381	454 919	562 419	48	47	100

Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Tabel 6.1 Danske virksomheders fordeling på ressourceområder

Ressourceområde	IPR-aktive virksomheder		Virksomheder i alt		IPR-aktive virksomheder fordelt på ressourceområder		Virksomheder i alt fordelt på ressourceområder		IPR-aktive virksomheders andel af virksomheder i alt	
	antal virksomheder				pct.					
Fødevarer	637		12 895		10		7		5	
Møbler/beklædning	515		9 155		8		5		6	
Turisme	87		9 882		1		5		1	
Bygge/bolig	1 042		63 446		17		35		2	
It/kommunikation	1 422		17 728		23		10		8	
Transport	328		23 330		5		13		1	
Energi/miljø	87		1 607		1		1		5	
Medico/sundhed	193		1 621		3		1		12	
Øvrige erhverv	1 971		43 289		31		24		5	
I alt	6 282		182 953		100		100		3	

Datagrundlag: Virksomheder, der indgår i regnskabsstatistikken 2000-2005.

Tabel 6.3 Danske virksomheder fordelt på størrelse

Ressourceområde	Under 20 årsværk		20-99 årsværk		100(+) årsværk		Årsværk i alt	
	Med IPR	Virksomheder i alt	Med IPR	Virksomheder i alt	Med IPR	Virksomheder i alt	Med IPR	Virksomheder i alt
	antal virksomheder							
Fødevarer	332	11 812	182	883	123	200	637	12 895
Møbler/Beklæd.	363	8 656	103	414	49	85	515	9 155
Turisme	66	9 642	13	220	8	20	87	9 882
Bygge/Bolig	665	60 947	228	2 162	149	337	1 042	63 446
IT/Kommunikation	1 028	16 547	278	951	116	230	1 422	17 728
Transport	188	22 068	88	1 081	52	181	328	23 330
Energi/Miljø	30	1 470	30	95	27	42	87	1 607
Medico/Sundhed	117	1 342	38	225	38	54	193	1 621
Øvrige erhverv	1 521	41 685	329	1 370	121	234	1 971	43 289
I alt	4 310	174 169	1 289	7 401	683	1 383	6 282	182 953

Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Tabel 6.4 Danske virksomheders ejerform

	IP-aktive virksomheder		Øvrige virksomheder		I alt	
	antal	pct.	antal	pct.	antal	pct.
Enkeltmandsvirksomhed	813	13	98 879	56	99 692	54
Interessentskab	180	3	9 539	5	9 719	5
Anpartsselskab	1 594	25	38 993	22	40 587	22
Aktieselskab	3 491	56	22 110	13	25 601	14
Øvrige ejerformer	204	3	7 150	4	7 354	4
I alt	6 282	100	176 671	100	182 953	100

Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Tabel 6.6a IPR-aktive virksomheder fordelt på regioner

	Region Hovedstaden	Region Sjælland	Region Syddanmark	Region Midtjylland	Region Nordjylland	I alt
	antal virksomheder					
Ressourceområde						
Fødevarer	177	60	194	135	69	637
Møbler/beklædning	154	42	100	179	38	515
Turisme	42	8	17	14	5	87
Bygge/bolig	356	105	227	262	91	1 042
It/kommunikation	784	96	180	270	92	1 422
Transport	117	35	85	72	19	328
Energi/miljø	19	5	23	23	17	87
Medico/sundhed	101	20	27	32	13	193
Øvrige erhverv	917	151	359	421	123	1 971
Virksomheder med IPR	2 667	522	1 212	1 408	467	6 282

Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.

Tabel 6.6b IPR-aktives andel af virksomheder i alt, fordelt på regioner

	Region Hovedstaden	Region Sjælland	Region Syddanmark	Region Midtjylland	Region Nordjylland	I alt
	pct.					
Ressourceområde						
Fødevarer	28	9	30	21	11	100
Møbler/beklædning	30	8	19	35	7	100
Turisme	48	9	20	16	6	100
Bygge/bolig	34	10	22	25	9	100
It/kommunikation	55	7	13	19	6	100
Transport	36	11	26	22	6	100
Energi/miljø	22	6	26	26	20	100
Medico/sundhed	52	10	14	17	7	100
Øvrige erhverv	47	8	18	21	6	100
Virksomheder med IPR	42	8	19	22	7	100

Datagrundlag: Regnskabsstatistikken 2003 sammenkørt med data om danske virksomheder, der har fået meddelt rettigheder i perioden 2000-2006.