

USA og Kina trækker væksten i SMV'ernes vareeksport¹: SMV-eksportstatistikken opdateret med 2015-tal.

Eksportrådets statistik over SMV-eksporten er nu opdateret med 2015-tal. Eksportstatistikken, der er udviklet i et samarbejde mellem Eksportrådet, Danmarks Statistik og eStatistik, viser, hvilke varer SMVer og de store danske virksomheder eksporterer til de største eksportmarkeder samt udvalgte regioner. Eksportstatistikken dækker SMV'ernes eksport af varer til hele verden. Eksportrådets primære målgruppe dækker virksomheder med op til 100 ansatte og 150 millioner kroner i omsætning.

Resume

De små og mellemstore danske virksomheder (SMV'er) eksporterede i 2015 varer for godt 114 milliarder kroner, hvilket svarer til 18 procent af den samlede danske vareeksport. Fra 2014 til 2015 er der tale om en eksportfremgang på 1,9 milliarder svarende til 1,6 procent. De små og mellemstore virksomheder er afhængige af nærmarkederne, hvor de fire største, Tyskland, Sverige, Norge og Storbritannien, aftager godt halvdelen af eksporten. Eksporten til disse nærmarkeder er samlet set faldet fra 2014 til 2015, hvor væksten med andre ord er skabt på nye og fjernere markeder.

De mindste eksportvirksomheder, der har op til 50 ansatte og en omsætning under 75 millioner kroner, har samlet tabt 2,1 procent af eksporten, hvilket skyldes fald i eksporten til nærmarkederne. De mellemstore virksomheder har derimod haft god vind i sejlene med en fremgang på 8,2 procent, hvilket også er mere end de store virksomheder, der kun går frem med 2,6 procent.

SMV'ernes varesammensætning på eksportmarkederne er markant anderledes end de store virksomheders. SMVerne fungerer primært som underleverandører af maskiner og specialmaskiner til industrien og afsætter ligeledes forbrugsgoder som beklædning, møbler og lignende. De store virksomheder står til gengæld stærkest inden for medicinalprodukter, vindmøller, olie og de klassiske fødevarerelaterede produkter som kød, mejeriprodukter og drikkevarer.

¹ Små og mellemstore virksomheder (SMVer) er af Eksportrådet afgrænset ved virksomheder med op til 100 ansatte og 150 mio. kroner i omsætning. Mikro-virksomheder og små virksomheder er alle virksomheder med op til 50 ansatte og op til 75 mio. kroner i omsætning. De mellemstore udgør den resterende gruppe af virksomheder.

Udviklingen i den samlede SMV-vareeksport

De små og mellemstore danske virksomheder (SMV'er) eksporterede varer i 2015 for godt 114 milliarder kroner. Tyskland aftog for godt 22 milliarder eller 19,5 procent af den samlede SMV-vareeksport og er dermed det største eksportmarked for danske SMV'er. Sverige, Norge og Storbritannien følger herefter med henholdsvis 14,9, 10,0 og 6,4 procent af SMV'ernes vareeksport. De fire traditionelle nærmarkeder aftager således godt halvdelen af den danske SMV-vareeksport i 2015, mens top-15 landene samlet aftager godt 80 procent.

Tabel 1. SMV-vareeksport (mio.kr.) i top-15-lande, 2015

	Land	Eksport	I pct. af alle lande	SMV-eksports andel af samlet eksport
	Alle lande	114.268	100%	18%
1	Tyskland	22.278	19,5%	20%
2	Sverige	16.970	14,9%	23%
3	Norge	11.456	10,0%	28%
4	Storbritannien	7.284	6,4%	19%
5	Nederlandene	6.004	5,3%	22%
6	USA	5.042	4,4%	9%
7	Polen	4.453	3,9%	24%
8	Frankrig og Monaco	4.152	3,6%	20%
9	Finland	3.639	3,2%	22%
10	Italien	2.550	2,2%	16%
11	Spanien	2.174	1,9%	17%
12	Kina	2.109	1,8%	8%
13	Belgien	1.966	1,7%	22%
14	Schweiz	1.382	1,2%	23%
15	Den Tjekkiske Republik	1.245	1,1%	22%
	Top 15	92.706	81,1%	

Kilde: Danmarks Statistiks UHV7 og Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

SMVerne tegner sig for 18 procent af den samlede danske vareeksport. Blandt top-15-landene er SMV-andelen størst i Norge, hvor 28 procent af den danske vareeksport kommer fra SMVerne. SMVerne er ligeledes stærkt repræsenteret på andre nærmarkeder som Sverige og Polen, hvor andelen udgør henholdsvis 23 og 24 procent. På fjerne markeder er de store virksomheders dominans mere udtalt. SMV'ernes andel af vareeksporten til USA og Kina ligger på beskedne 9 og 8 procent.

Mellemstore eksportører har god vind på de fjerne markeder

Vareeksporten fra de danske SMV'er steg samlet set med 1,85 milliarder fra 2014 til 2015 svarende til en stigning på 1,6 procent. Til trods for SMV'ernes relativt beskedne andel af de fjerne markeder er det værd at bemærke, at USA og Kina ligger i den absolutte væksttop. USA er den helt store vækstmotor med en absolut eksportfremgang på 643 millioner kroner (se særskilt notat), svarende til en vækst på knap 15 procent. Det skal bl.a. ses i lyset af den høje dollarkurs i 2015, som har betydning for eksportfremgangen. Kina følger umiddelbart efter med en fremgang på 402 millioner kroner eller 23,5 procent, men også 3 af de nye EU-lande, Polen, Tjekkiet og Slovakiet er at finde på top-10-listen. Derudover bemærkes det, at Spanien har løftet sig efter gældskrisen.

Af tabel 2 fremgår, at der er stor forskel mellem eksportvæksten hos de mindste eksportører og de mellemstore. De mindre eksportvirksomheder (mikro og små), der har op til 50 ansatte og 75 millioner kroner i omsætning, har oplevet et fald i eksporten på ca. 1,5 milliarder kroner svarende til en tilbagegang på 2,1 procent. Dette fald opvejes af en markant stigning i eksporten fra de mellemstore virksomheder, der har op til 100 ansatte og 150 millioner kroner i omsætning. De mellemstore virksomheder har oplevet en eksportfremgang på godt 3,3 milliarder kroner svarende til 8,2 procent. Heraf tegner top-10-vækstlandene sig for 2 milliarder kroner. De mellemstore eksportvirksomheder har med to-cifrede vækstrater for alvor sat sig på de fjerne eksportmarkeder.

Tabel 2. Vækst i SMV-vareeksporten (mio. kr.) – ti lande med størst absolut fremgang, 2014-2015

Land	Mikro og små		Mellemstore		SMVerne	
	Vækst	i pct.	Vækst	i pct.	Vækst	i pct.
Alle lande	-1.487	-2,1%	3.338	8,2%	1.852	1,6%
1 USA	206	8,1%	436	23,8%	643	14,6%
2 Kina	42	4,0%	360	52,9%	402	23,5%
3 Storbritannien	81	1,9%	266	10,3%	348	5,0%
4 Polen	72	2,6%	261	19,9%	333	8,1%
5 Canada	41	14,4%	188	85,5%	230	45,3%
6 Den Tjekkiske Republik	6	0,9%	207	59,2%	213	20,6%
7 Spanien	24	2,0%	105	12,8%	129	6,3%
8 Sydkorea	70	25,5%	42	18,3%	112	22,3%
9 Slovakiet	50	16,4%	62	50,0%	112	26,2%
10 Finland	27	1,2%	85	6,9%	112	3,2%
Top-10	621	3,9%	2.012	21,5%	2.633	10,4%

Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

SMV-tilbagegang på de tre største eksportmarkeder

Tyskland trak SMV'ernes eksportvækst fra 2013 til 2014, men SMVerne formår ikke at fastholde det høje niveau i 2015. SMV-eksporten til Tyskland faldt således med 797 millioner kroner svarende til en tilbagegang på 3,5 procent. Rusland står for det næststørste eksporttab med en tilbagegang på 287 millioner kroner svarende til hele 25,1 procent. Blandt de øvrige lande med store eksporttab finder vi både Norge og Sverige, hvilket betyder, at SMVerne oplever tilbagegang på de tre største eksportmarkeder.

Tabel 3. Vækst i SMV-vareeksporten (mio. kr.) – fem lande med størst absolut tab, 2014-2015

Land	Mikro + små		Mellemstore		SMVerne	
	Vækst	i pct.	Vækst	i pct.	Vækst	i pct.
Alle lande	-1.487	-2,1%	3.338	8,2%	1.852	1,6%
1 Tyskland	-1.057	-6,9%	260	3,3%	-797	-3,5%
2 Rusland	-1	-0,2%	-286	-49,2%	-287	-25,1%
3 Norge	-324	-4,5%	53	1,2%	-271	-2,3%
4 Frankrig og Monaco	-82	-3,2%	-139	-7,7%	-221	-5,1%
5 Sverige	-34	-0,3%	-118	-2,0%	-152	-0,9%
Bund-5	-1.499	-4,1%	-229	-1,1%	-1.728	-3,0%

Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Det er de mindre virksomheder, der rammes af tilbagegangen i eksport til nærmarkederne i Tyskland og Norge. Eksporten fra denne gruppe er således gået tilbage med henholdsvis 6,9 og 4,5 procent. De mellemstore virksomheder har omvendt oplevet en mindre vækst i eksporten til begge lande, mens eksporten til Rusland næsten er halveret. Det skal bemærkes, at en del af forskellen i væksten (stigning/fald) i de forskellige virksomhedsgrupper kan skyldes virksomheder, der rykker mellem grupperne.

Udviklingen i den samlede SMV-vareeksport fordelt på regioner

Nærmarkederne (EU, EFTA og Nordatlanten) er fortsat de vigtigste for SMV'erne, da disse aftager 83,2 procent af den samlede vareeksport. EU-landene står for 69,9 procent, EFTA-landene (Norge, Schweiz, Island og Lichtenstein) aftager 11,8 procent, mens Nordatlanten (Færøerne og Grønland) udgør 1,5 pct.

Tabel 4. SMV-vareeksporten (mio. kr.) opdelt på regioner og virksomhedsstørrelse, 2015

Region	Mikro og små		Mellemstore		SMVerne	
	Eksport	Andel	Eksport	Andel	Eksport	Andel
Alle lande	70.223	100,0%	44.046	100,0%	114.268	100,0%
EU15	44.009	62,7%	25.836	58,7%	69.844	61,1%
EFTA	8.146	11,6%	5.344	12,1%	13.490	11,8%
Nye EU medlemslande(efter 2002)	6.285	9,0%	3.766	8,6%	10.052	8,8%
Nordamerika	3.097	4,4%	2.682	6,1%	5.778	5,1%
Nordøstasien	2.397	3,4%	1.878	4,3%	4.276	3,7%
Nordafrika/Mellemøsten	1.558	2,2%	1.229	2,8%	2.788	2,4%
Nordatlanten	1.212	1,7%	513	1,2%	1.725	1,5%
Rusland og SNG mv.	970	1,4%	559	1,3%	1.529	1,3%
ASEAN	822	1,2%	698	1,6%	1.520	1,3%
Latinamerika	486	0,7%	587	1,3%	1.073	0,9%
Australasien	479	0,7%	396	0,9%	875	0,8%
Afrika(Øvrig)	432	0,6%	409	0,9%	841	0,7%
Sydasien og øvrig	330	0,5%	148	0,3%	478	0,4%

Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Nordamerika og Nordøstasien er de største eksportmarkeder uden for Europa med en andel af eksporten på henholdsvis 5,1 og 3,7 procent.

Tabel 4 viser ligeledes den relative betydning af regionerne fordelt på virksomhedsstørrelse. Det generelle billede er, at nærmarkederne er vigtigst for de mindste virksomheder, mens de mellemstore virksomheder når ud på de fjernere markeder. EU, EFTA og Nordatlanten aftager således 84,9 procent af de mindste virksomheders eksport og 80,5 procent af de mellemstores eksport. Til sammenligning udgør tilsvarende regioner 67 procent af de store virksomheders eksport.

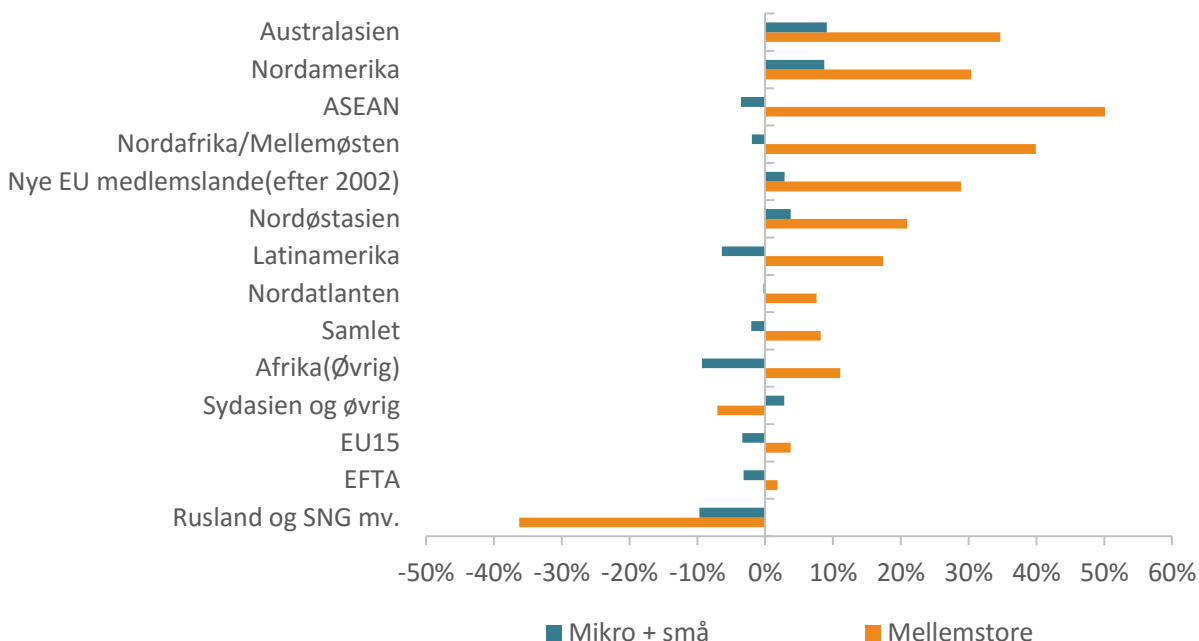
Der er forskel på SMV-grupperne

Tabel 4 viste, at gruppen af SMV,ere ikke er homogen, når det gælder eksportfordelingen på regioner. Det samme er gældende for væksten fordelt på regionerne.

Samlet har 9 ud af 14 regionsgrupper fremgang i SMV-eksporten og heraf 6 med mere end 10 procent. Som det fremgår af figur 1, er det særligt de fjerne markeder, der er repræsenteret i vækst-toppen.

I figur 1 opdeles væksten endvidere på virksomhedsstørrelse. Her fremgår det, at væksten på de fjerne markeder særligt er drevet af de mellemstore virksomheder. Fra 2014 til 2015 er de mellemstore virksomheders eksport således steget med mere end 30 procent i både Australasien, Nordamerika, ASEAN og Nordafrika/Mellemøsten, mens den mindste gruppe ikke har oplevet vækstrater i nærheden af det niveau. Rusland og de tidligere SNG-lande har oplevet det største eksportfald både for de mindste eksportvirksomheder og for de mellemstore.

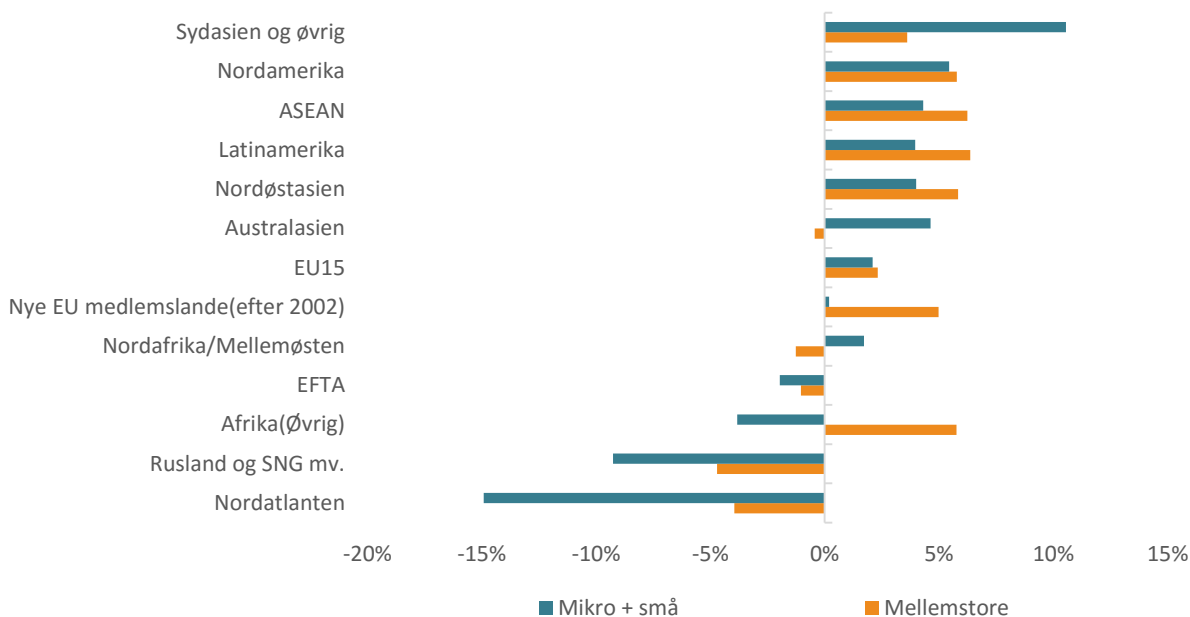
Figur 1. Vækst i SMV-vareeksporten opgjort efter regioner og virksomhedsstørrelse, 2014-2015



Kilde: Danmarks Statistiks UHV7 og Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Det fremgår af figur 2, at valutaudsving ikke alene forklarer eksportvæksten til USA og faldet til Rusland. Væksten i eksporten kommer således også til udtryk ved en forøgelse i antallet af eksporterende SMV'ere til Nordamerika (+5,5 procent) og et fald til Rusland (-8,4 procent). Den største relative fremgang i antal SMV'er med eksport er til Sydasiens, som alligevel havde et marginalt fald i eksportomsætningen. Figuren tegner et billede af, at fortsat flere eksportører søger ud på fjerne eksportmarkeder.

Figur 2. Vækst i antal eksportvirksomheder opgjort efter regioner og virksomhedsstørrelse, 2014-2015

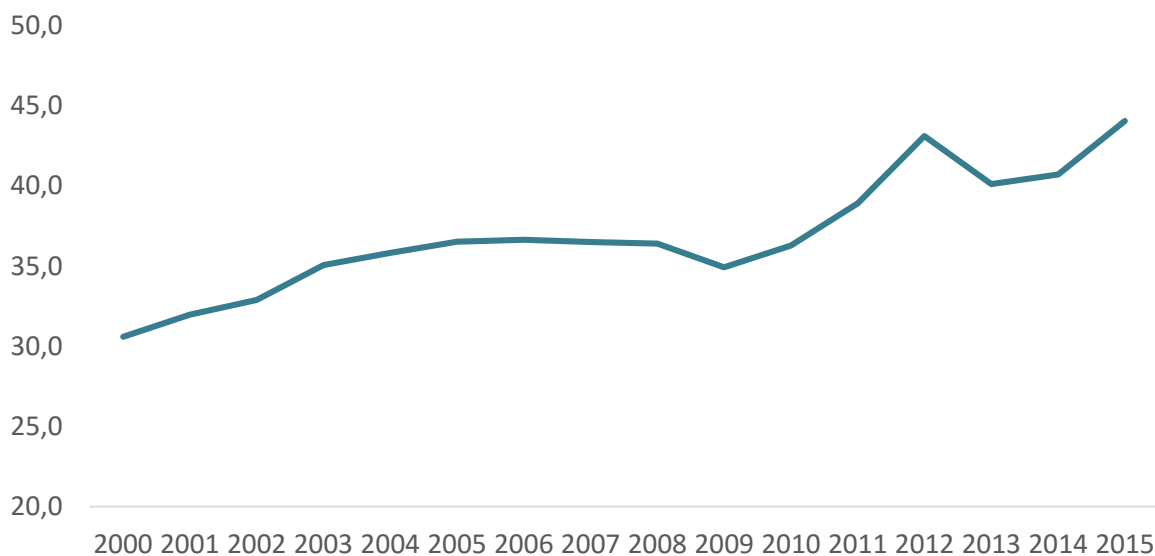


Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Mellemstore virksomheder i global vækst

De mellemstore virksomheders eksportvækst fra 2014 til 2015 er resultatet af et vækstforløb, der for alvor tog fart efter finanskrisens første år. De mellemstore virksomheders vareeksport lå forholdsvis konstant omkring 35-36 milliarder kroner i perioden 2003-2009. Fra 2009 til 2015 øges vareeksporten med 9,1 milliarder kroner svarende til 26,1 procent.

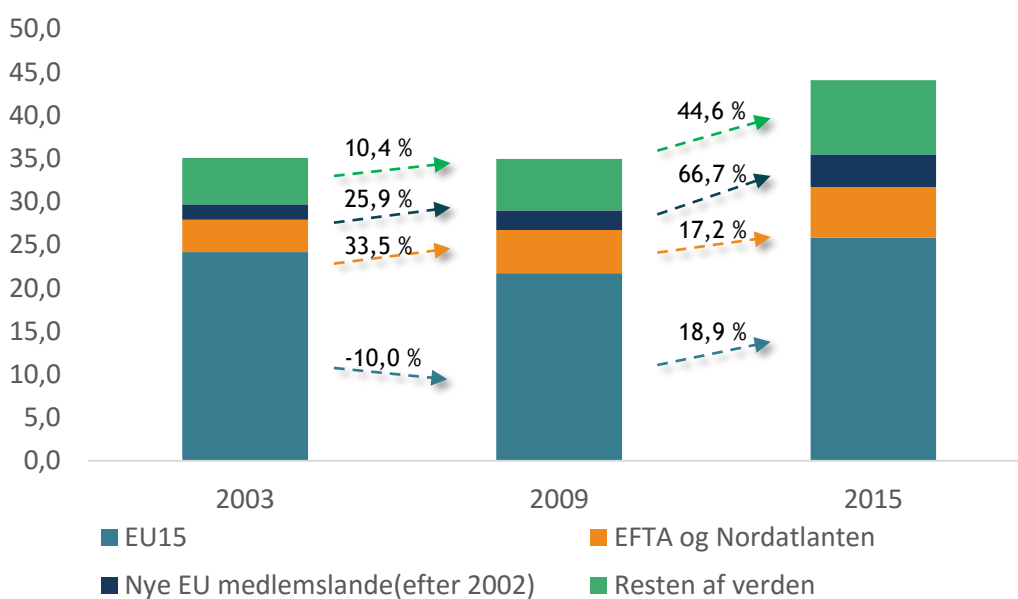
Figur 3: Mellemstore virksomheders vareeksport (mia.kr), 2000-2015



Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

De mellemstore virksomheders eksportvækst findes særligt uden for de traditionelle nærmarkeder. Udvidelsen af EU siden 2002 har medført en markant forøgelse af vareeksporten til de nye EU medlemslande, hvor eksporten øges med 25,9 procent fra 2003 til 2009 og hele 66,7 procent fra 2009 til 2015. Da eksporten til de fjerne markeder samtidig øges med henholdsvis 10,4 og 44,6 procent i samme perioder, betyder det, at andelen af de mellemstore virksomheders vareeksport til de nye markeder øges fra 20 procent i 2003 til 28 procent i 2015.

Figur 4: Mellemstore virksomheders vareeksport (mia.kr) opgjort efter regioner, 2003, 2009, 2014 & 2015



Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Eksporten til de gamle EU lande (EU15) blev hårdt ramt af finanskrisen og for hele perioden 2003 til 2009 er der tale om et fald i vareeksporten på 10,0 procent. Siden lavpunktet i 2009 er eksporten fra de mellemstore virksomheder til EU15 landene igen opadgående. Fra 2009 til 2015 øges vareeksporten til EU15 landene med 4,1 milliarder kroner svarende til 18,9 procent. Dermed er EU15 landene den region, der har haft den største nominelle fremgang siden 2009, og EU15 landene er med en andel på 58,7 procent i 2015 fortsat langt den største aftager af de mellemstore virksomheders vareeksport.

Ti varegrupper tegner sig for 58 procent af den samlede SMV-eksport

Jern og metal og maskinindustrien samt forbrugsgodeindustrierne dominerer i høj grad top10-listen blandt de mest eksporterede SMV-produkter. Under Jern og metal og maskinindustrien er Maskiner og -tilbehør til industrien med godt 9 procent af den samlede SMV-eksport den største varegruppe, mens Specialmaskiner til forskellige industrier samt Metalvarer er henholdsvis tredje og fjerdestørst. Under forbrugsgodeindustrien findes Diverse forarbejdede varer, der er den næstmest eksporterede gruppe, samt Beklædningsgenstande og -tilbehør og Møbler.

Der er en fremgang på 7,3 procent i SMV-eksporten af Møbler, hvilket er den største relative fremgang i de dominerende varegrupper, mens det største fald er i Køretøjer på 10,7 procent. I denne gruppe findes leverandører til blandt andet bilindustrien. Til trods for en pæn fremgang for både Maskiner og tilbehør samt Specialmaskiner ligger den samlede eksportvækst i de 10 største varegrupper på beskedne 0,6 procent. De øvrige varegrupper har til gengæld en mere eksport på 1,4 milliarder svarende til en vækst på 3,0 procent. Den samlede SMV-eksport spreder sig dermed både over flere regioner og varegrupper.

Tabel 5: SMV-eksport i top-10-varegrupper for SMVerne, 2015

Varegruppe	Eksport		Vækst	
	i mio. kr.	i pct.	i mio. kr.	i pct.
Alle varer	114.268	100%	1.852	1,6%
1 Maskiner og -tilbehør til industrien	10.771	9,4%	518	5,1%
2 Diverse forarbejdede varer	8.811	7,7%	-313	-3,4%
3 Specialmaskiner til forskellige industrier	7.713	6,8%	350	4,7%
4 Metalvarer	6.979	6,1%	323	4,9%
5 Beklædningsgenstande og -tilbehør	6.484	5,7%	-166	-2,5%
6 Elektriske maskiner og apparater	6.180	5,4%	20	0,3%
7 Fisk, krebsdyr, bløddyr og varer deraf	5.779	5,1%	-256	-4,2%
8 Møbler	4.654	4,1%	315	7,3%
9 Tekniske og videnskabelige instrumenter	4.527	4,0%	148	3,4%
10 Køretøjer	4.441	3,9%	-531	-10,7%
Top-10-varegrupper i alt	66.340	58,1%	408	0,6%
Øvrige varegrupper	47.929	41,9%	1.443	3,0%

Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik

Medicin, Energi og Fødevarer dominerer de stores eksport

De store virksomheders sammensætning af eksportvarer adskiller sig markant fra SMVernes. Medicinalprodukter er uden sammenligning den største eksportvare med en samlet eksport på 84 milliarder svarende til 16,9 procent af de store virksomheders eksport. Andelen er mere end 10 procentpoint højere end Maskiner og –tilbehør til industrien, der er den næststørste varegruppe.

Umiddelbart herefter følger Kraftmaskiner og motorer (herunder vindmøller), mens Olien med et fald på 23,4 procent dykker ned på fjerdepladsen. De traditionelle produkter i den danske fødevarerklunge, beer, butter and bacon, fylder fortsat på top-10-listen.

Medicinalindustriens dominans er tiltaget i det seneste år, hvilket illustreres ved, at den beskedne vækst i de store virksomheders eksport på 2,6 procent sker samtidig med, at Medicinalindustrien øger eksporten med hele 16,4 procent.

Det står klart, at store danske eksportvirksomheder har én klart dominerende varegruppe, mens eksporten er bredere fordelt på varegrupper blandt SMVerne.

Tablet 6: Store virksomheders eksport i top-10 varegrupper, 2015

Varegruppe	Eksport		Vækst	
	i mio. kr.	i pct.	i mio. kr.	i pct.
Alle varer	498.072	100%	12.556	2,6%
1 Medicinske og pharmaceutiske produkter	84.174	16,9%	11.881	16,4%
2 Maskiner og -tilbehør til industrien	32.953	6,6%	255	0,8%
3 Kraftmaskiner og motorer	31.852	6,4%	2.526	8,6%
4 Rå mineralolier og produkter deraf	29.448	5,9%	-8.973	-23,4%
5 Kød og kødvarer	25.365	5,1%	-2.675	-9,5%
6 Beklædningsgenstande og -tilbehør	20.053	4,0%	1.855	10,2%
7 Diverse forarbejdede varer	17.820	3,6%	589	3,4%
8 Elektriske maskiner og apparater	16.867	3,4%	-222	-1,3%
9 Mejeriprodukter og fugleæg	14.781	3,0%	148	1,0%
10 Specialmaskiner til forskellige industrier	14.064	2,8%	658	4,9%
Top-10-varegrupper i alt	287.376	57,7%	6.041	2,1%
Øvrige varegrupper	210.695	42,3%	6.515	3,2%

Kilde: Eksportrådets SMV-database beregninger foretaget af eStatistik