

Ny analys från Teknikföretagen visar att företag som satsar på design har högre vinstmarginaler

Design ger uppemot 70 % högre vinstmarginaler under många år

Ett konsekvent investering i design har stor och långvarig positiv inverkan på företags vinstmarginaler. Teknikföretagens analyser av två omfattande studier visar i båda fallen på i genomsnitt närmare 70 procent högre rörelsemarginaler - och det i genomsnitt t o m 7 – 8 år efter det att företagen lämnat uppgifter på om de satsat strategiskt/innovativt på design eller inte alls. De långsiktiga effekterna kvarstår än längre, men inte lika markant.

Teknikföretagen har utgått från två stora kvalitativa undersökningar om hur företag använder design och sedan analyserat skillnader i lönsamhet och vinstmarginaler mellan de företag som sagt sig satsa strategiskt/innovativt på design och de som ej sagt sig medvetet satsa på design.

Undersökningarna bygger på ett statistiskt av varandra oberoende urval av företag. Den analys som nu presenteras följer upp de ekonomiska resultaten ända upp till 8 respektive 12 år efter det att företagen först tillfrågats.

Sammanfattning av analysen

Mått över en första femårsperiod åren 2006 t o m 2010 var rörelsemarginalen i genomsnitt 67 procent högre för de företag som i undersökningen från 2003/2004 sagt att de använder design strategiskt/innovativt jämfört med de som sagt de ej använder design på något av dem själva angivit medvetet sätt. Räknar vi resultaten för de därefter följande fem åren 2011 t o m 2015 är skillnaden mindre, men med en skillnad på drygt 22 procent.

För åren 2006 t o m 2010 var avkastningen på totalt kapital i samma undersökning i genomsnitt 45 procent högre för företag som sagt att de använder design strategiskt/innovativt. Räknar vi här resultaten för de senaste fem åren 2011 t o m 2015 är avkastning på totalt kapital däremot närmast likvärdig, dvs visar inte längre några signifikanta skillnader mellan grupperna.

Undersökningen visar således tydligt positiv inverkan av design på såväl rörelsemarginaler som kapitalavkastning och i båda fallen med minskande effekt över tid, se diagram 1 och 2.

Analysen av den andra undersökningen, som genomfördes 2007/2008, visar på motsvarande sätt över en första femårsperiod - här för åren 2009 t o m 2013 - en rörelsemarginal som i genomsnitt var 68 procent högre för företag som sagt att de använder design strategiskt/innovativt. Resultatet är här närmast identiskt med de 67 procent bättre marginaler över en första femårsperiod som den första undersökningen visade.

För de fem åren 2009 t o m 2013 var avkastningen på totalt kapital i den senare undersökningen 11,1 procent för de företag som sagt att de använder design

strategiskt/innovativt, jämfört med 10,6 för de som inte medvetet använt design, dvs en närmast försumbar skillnad. Jämför vi här resultaten för samma tidsperiod i den tidigare undersökningen får vi ett liknande resultat, dvs ingen signifikant skillnad i kapitalavkastning. Båda undersökningarna ger således påtagligt mer robusta resultat för rörelsemarginaler än för kapitalavkastning.

Två av varandra oberoende undersökningar visar likvärdiga resultat

Teknikföretagen har under flera år undersökt kopplingen mellan företagets resultat och designinsatser i företagen. Arbetet inleddes 2003 med en omfattande studie¹ där 1 300 företag tillfrågades om attityder, lönsamhet och designmognad. I den undersökningen ingick 337 teknikföretag vars lönsamhet och vinstmarginaler sedan analyserats för perioden 2006 t o m 2015. Utvärderingarna av eventuella skillnader mellan företag som hävdade att de arbetar strategiskt/innovativt med design och de som inte använt design medvetet, har här gjorts ända upp till 12 år efter det att företagen första gången lämnat sina svar. Självklart är det många andra faktorer som påverkar företagets resultat varför sambandet mellan designinsatser i sig bör avta över tid. Så har också visat sig vara fallet. Antalet kvarstående företag har förstås även det minskat över tiden, se vidare i det avslutande faktaavsnittet om de två undersökningarna.

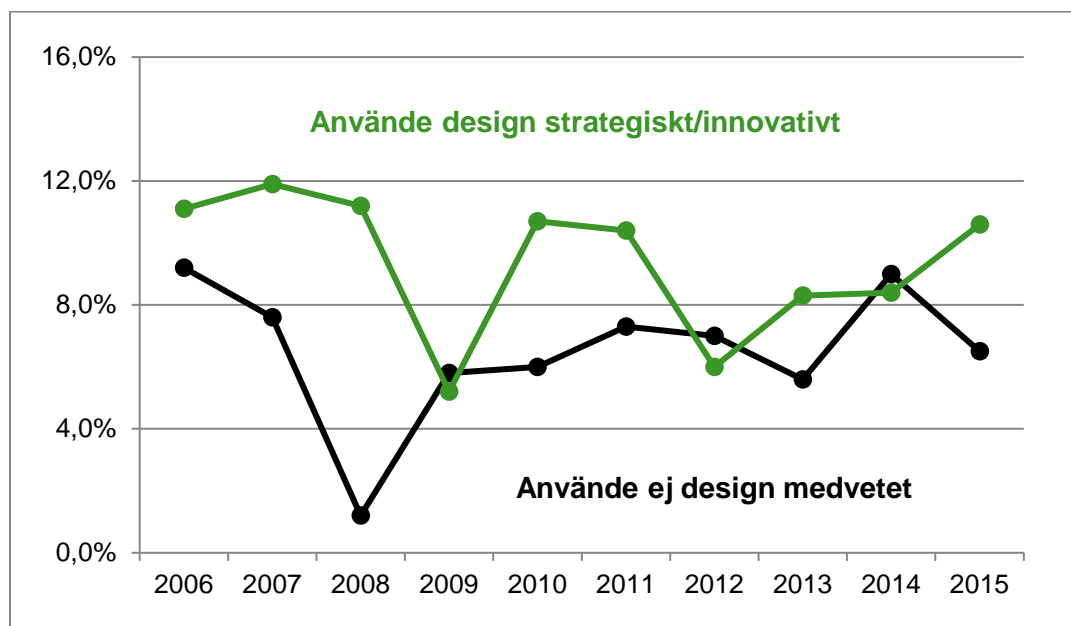
2003/2004 års undersökning av rörelsemarginaler

Teknikföretagen har återvänt till undersökningen 2003/2004 för att se i vilken mån det fortfarande finns skillnader mellan företag som då sade sig på ett konsekvent och medvetet sätt använda respektive inte medvetet satsa på design. Analysen omfattar nu även resultaten för åren 2011 t o m 2015, dvs. för totalt tio år med start 2006. Resultatmässigt sträcker sig därmed utfallen upp till 12 år efter det att företagen först tillfrågats varför flera andra faktorer än de som ingått i undersökningen kan förväntas påverka företagets resultat. Därtill har antalet företag tillgängliga för analys naturligtvis minskat över tid. Bortfallen kan bero på omstrukturering, uppköp, byte av bransch, nedläggning eller att man av andra skäl inte längre varit tillgängliga.

Skillnaderna i rörelsemarginal mellan de två grupperna under åren 2006 t o m 2010, är i genomsnitt 4 procentenheter, en skillnad på hela 67 procent per år, se vidare Tabell 1. För de fem senaste åren, år 2011 t o m 2015 är skillnaden fortfarande tydlig, men mindre eller i genomsnitt 1,6 procentenheter per år. Skillnaderna minskar således över tid. Inräknat de fem senaste åren är ändå skillnaden 2,9 procentenheter i genomsnitt, dvs fortfarande under tio år (eller upp till 12 år efter undersökningen) har de som sagt sig systematiskt och innovativt använda design närmare 45 procents högre rörelsemarginaler. Se vidare Diagram 1 och sifferserien i Tabell 1.

¹ Svenska företag om design, attityder, lönsamhet och designmognad QNB Analys & Kommunikation AB på uppdrag av SVID och Teknikföretagen, maj 2004.

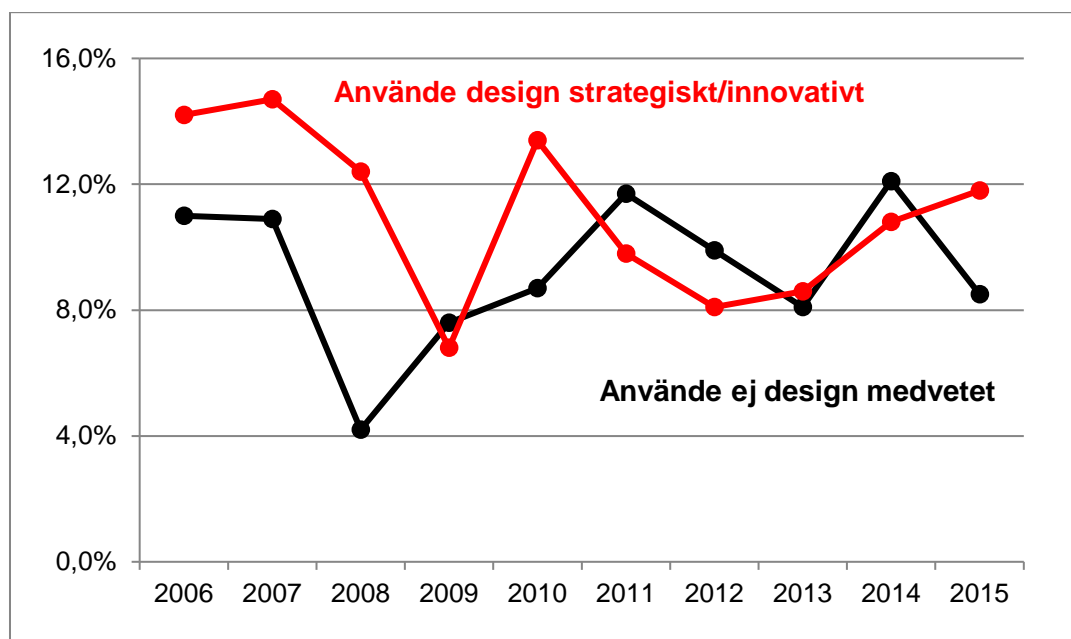
Diagram 1: Rörelsemarginal år för år för (2003/2004 års undersökning)



Inte lika signifikanta skillnader i avkastning på totalt kapital

Som framgår nedan och i Tabell 2 var avkastningen på totalt kapital för de första fem åren, dvs t o m 2010 i genomsnitt närmare 45 procent högre för de företag som i undersökningen 2003/2004 sagt att de använder design strategiskt/innovativt. Räknar vi därtill med resultaten för de senaste fem åren 2011 – 2015 är skillnaden i avkastning på totalt kapital över hela perioden knappt 20 procent. Och för den senaste femårsperioden noteras inga signifikanta skillnader mellan grupperna.

Diagram 2: Avkastning totalt kapital år för år för (2003/2004 års undersökning)



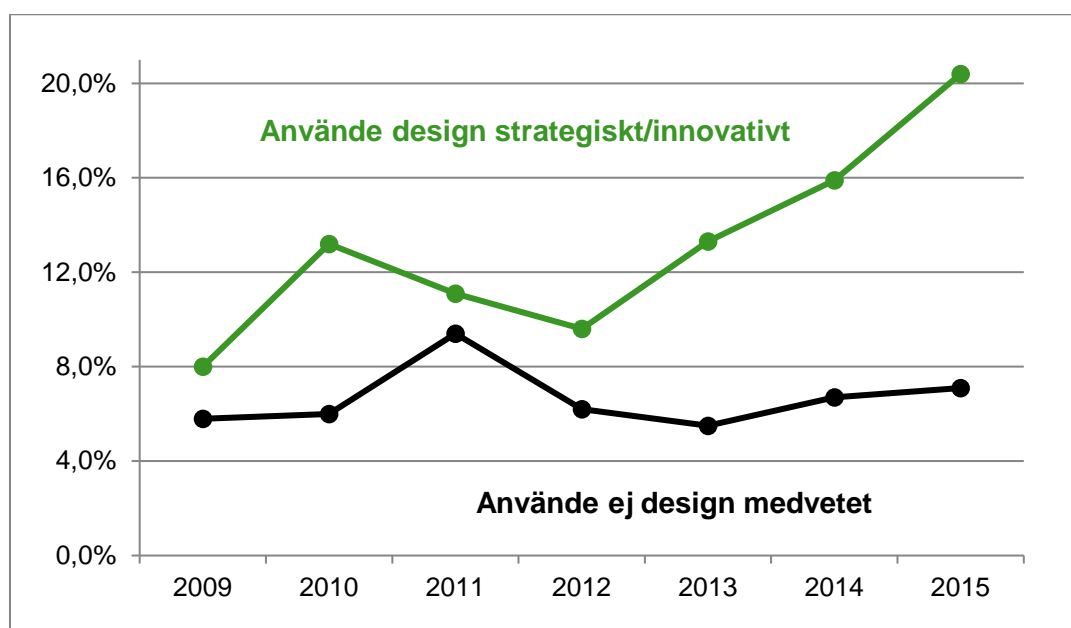
För femårsperioden 2009 t o m 2013 var kapitalavkastningen dock i båda fallen i genomsnitt drygt 9 procent, vilket innebär att signifikanta skillnader i avkastning på totalt kapital motsvarande de för rörelsemarginalerna här saknas. Ett likartat resultat finns även för undersökningen 2007/2008, se vidare diagram 4 och tabell 4.

2007/2008 års undersökning av rörelsemarginaler

En separat uppföljare till första studien genomfördes runt årsskiftet 2007/2008², då med sammantaget närmare 1 000 företag varav 264 teknikföretag. Därmed finns två av varandra oberoende undersökningar där företagens designsatsningar kan ställas mot de ekonomiska resultat företagen sedan presterat. Nu har utfallet även här analyserats från 2009 t o m 2015.

För de första fem åren 2009 t o m 2013 var skillnaden i rörelsemarginal i genomsnitt 68 procent för de undersökta företagen. Resultatet kan jämföras med de 67 procent i skillnad som uppmätts för en femårsperiod efter 2003/2004 års undersökning.

Diagram 3: Rörelsemarginal år för år för (2007/2008 års undersökning)

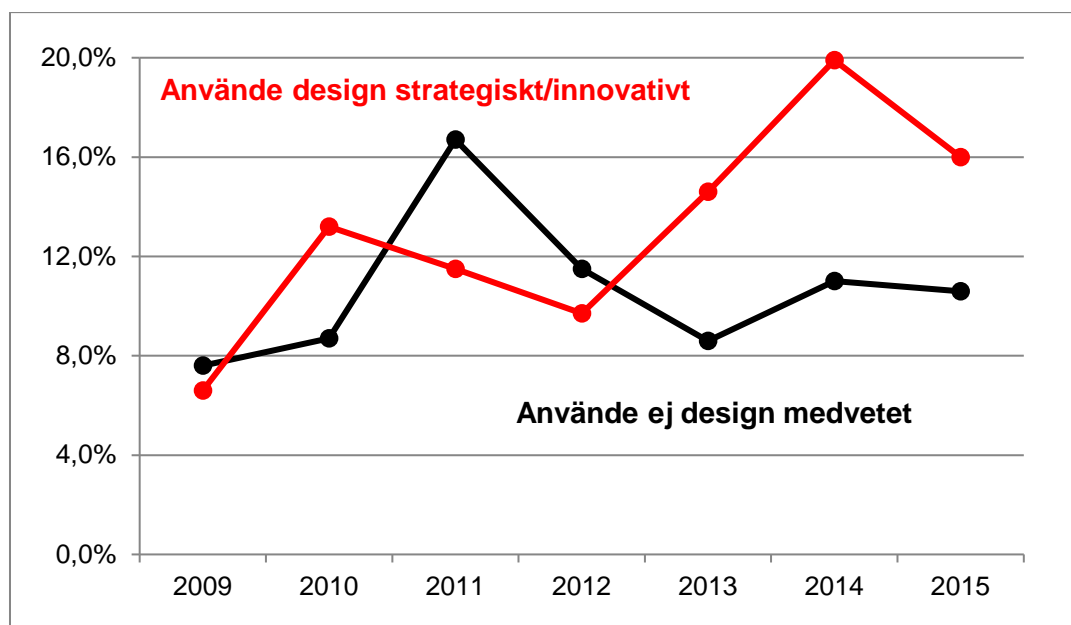


² Svenska företag om design 2008. QNB nu med SVID, Teknikföretagen och Svensk Teknik och Design (STD) som uppdragsgivare. En kortversion "Design för bättre affärer" finns bl. a på <http://www.teknikforetagen.se/hem/Publicerat/Publikationer/Design-for-battre-affarer/>

Diagram 4 nedan och tabell 4 visar resultaten från undersökningen 2007/2008. Här var avkastningen på totalt kapital 11,1 procent för de företag som sagt att de använder design strategiskt/innovativt, jämfört med 10,6 för de som inte medvetet använt design.

I likhet med undersökningen 2003/2004 saknas således även i 2007/2008 års undersökning mer signifikanta skillnader i kapitalavkastning för femårsperioden 2009 t o m 2013. Lägger vi däremot till de två senaste åren 2014 och 2015 får vi tillbaka en tydlig skillnad, nu mätt över de sju åren 2009 t o m 2015. Intressant nog är skillnaden med drygt 22 procent i genomsnitt likvärdig den som fås i den första undersökningen, mätt över samma tidsperiod.

Diagram 4: Avkastning totalt kapital år för år för (2007/2008 års undersökning)



I följande tabeller redovisas skillnaderna i rörelsemarginaler och avkastning på totalt kapital flera år efter det att företagen (i de två separata undersökningarna från

2003/2004 respektive 2007/2008) där de antingen hävdade att de använder design strategiskt/innovativt eller inte alls. Se vidare fakta om undersökningarna sist i rapporten.

Tabell 1: Rörelsemarginal³ år för år (2003/2004 års undersökning)

| | Använde design <u>ej medvetet</u> | resp. <u>strategiskt/innovativt</u> |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2006 | 9,2 % | 11,1 % |
| 2007 | 7,6 % | 11,9 % |
| 2008 | 1,2 % | 11,2 % |
| 2009 | 5,8 % | 5,2 % |
| 2010 | 6,0 % | 10,7 % |
| Genomsnitt 5 år | 6,0 % | 10,0 % |
| 2011 | 7,3 % | 10,4 % |
| 2012 | 7,0 % | 6,0 % |
| 2013 | 5,6 % | 8,3 % |
| 2014 | 9,0 % | 8,4 % |
| 2015 | <u>6,5 %</u> | <u>10,6 %</u> |
| Genomsnitt 10 år | 6,5 % | 9,4 % |
| Genomsnitt senaste 5 år | 7,1 % | 8,7 % |

Bas är 2003/2004 års undersökning

³ Rörelsemarginal = Resultat efter avskrivningar/Omsättning

Tabell 2: Avkastning totalt kapital⁴ år för år (2003/2004 års undersökning)

| | Använde design <u>ej medvetet</u> | resp. <u>strategiskt/innovativt</u> |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2006 | 11,0 % | 14,2 % |
| 2007 | 10,9 % | 14,7 % |
| 2008 | 4,2 % | 12,4 % |
| 2009 | 7,6 % | 6,8 % |
| 2010 | 8,7 % | 13,4 % |
| Genomsnitt 5 år | 8,5 % | 12,3 % |
| 2011 | 11,7 % | 9,8 % |
| 2012 | 9,9 % | 8,1 % |
| 2013 | 8,1 % | 8,6 % |
| 2014 | 12,1 % | 10,8 % |
| 2015 | <u>8,5 %</u> | <u>11,8 %</u> |
| Genomsnitt 10 år | 9,3 % | 11,1 % |
| Genomsnitt senaste 5 år | 10,1 % | 9,8 % |

Bas är 2003/2004 års undersökning

⁴ Avkastning Totalt kapital (genomsnitt ingående/utgående balans) = Resultat före räntekostnader/Totalt kapital

Tabell 3: Rörelsemarginal⁵ år för år (2007/2008 års undersökning)

| | Använde design <u>ej medvetet</u> | resp. <u>strategiskt/innovativt</u> |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2009 | 5,8 % | 8,0 % |
| 2010 | 6,0 % | 13,2 % |
| 2011 | 9,4 % | 11,1 % |
| 2012 | 6,2 % | 9,6 % |
| 2013 | 5,5 % | 13,3 % |
| Genomsnitt 5 år | 6,6 % | 11,1 % |
| 2014 | 6,7 % | 15,9 % |
| 2015 | 7,1 % | 20,4 % |
| Genomsnitt 7 år | 6,7 % | 13,1 % |

Bas är 2007/2008 års undersökning

⁵ Rörelsemarginal = Resultat efter avskrivningar/Omsättning

Tabell 4: Avkastning totalt kapital⁶ år för år (2007/2008 års undersökning)

| | Använde design <u>ej medvetet</u> | resp. <u>strategiskt/innovativt</u> |
|------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 2009 | 7,6 % | 6,6 % |
| 2010 | 8,7 % | 13,2 % |
| 2011 | 16,7 % | 11,5 % |
| 2012 | 11,5 % | 9,7 % |
| 2013 | 8,6 % | 14,6 % |
| Genomsnitt 5 år | 10,6 % | 11,1 % |
| | | |
| 2014 ⁷ | 11,0 % | 19,9 % |
| 2015 | 10,6 % | 16,0 % |
| Genomsnitt 7 år | 10,7 % | 13,1 % |

Bas är 2007/2008 års undersökning

⁶ Avkastning Totalt kapital (genomsnitt ingående/utgåendebalans) = Resultat före räntekostnader/Totalt kapital

⁷ Justering har gjorts för en extraordinär koncernintern transaktion som bokförts 2014 i ett enskilt bolag. Transaktionen påverkar i stor utsträckning avkastningen på totalt kapital för gruppen som ej använde design. Utan justeringen skulle avkastning på totalt kapital 2014 vara 56,7 % istället för 11,0 % för gruppen.

Fakta om analyserna och referenser till de två undersökningarna

Analyserna är gjorda på grundmaterialet från två stora undersökningar av hur företag använder design⁸ ⁹. Undersökningarna är gjorda helt oberoende av varandra, men är metodmässigt relativt lika. Båda undersökningarna utgår från slumpmässiga urval av företag med minst 20 anställda. Undersökningarna är för teknikföretag relativt likvärdiga storleksmässigt då de innefattar runt 300 teknikföretag vardera. Se vidare metodavsnitt för respektive undersökning.

I undersökningarna delades företagen in i fyra grupper på ett med varandra likvärdigt sätt. Grupperna spände från de som indikerat att de inte på något mer medvetet sätt använt design, till de som anser sig använda design strategiskt i verksamheten.

Uppdelningen är i linje med den s.k. "Designtrappan", se närmare rapporterna "Svenska företag om design, attityder, lönsamhet och designmognad QNB Analys & Kommunikation AB, maj 2004" respektive uppföljaren "Svenska företag om design 2008".

I analyserna av eventuella skillnader i lönsamhet och vinstmarginaler har jämförelser gjorts mellan de företag som hävdar att de använder design ledningsmässigt och mer strategiskt, och de som indikerat att de inte på något mer medvetet sätt använder design. Frågorna ställdes på ett nära nog identiskt sätt i de två undersökningarna. De fyra alternativen formulerades som följer 2007/2008;

2. Vilket av följande påståenden passar bäst in på hur ert företag tillämpar design?
(Kryssa i – endast ett svar)

| | | |
|---|--|--|
| a | Design för oss handlar enbart om avslutande arbete med form | |
| b | Vi ser design som en arbetsform, en självklar del i processen | |
| c | Vi talar aldrig om design på företaget | |
| d | Design är en självklar ledningsfråga och har ett tydligt strategiskt värde | |
| e | Vill ej svara / vet ej | |

Respektive i undersökningen 2003/2004;

9. Vilket av följande påståenden passar bäst in på hur ert företag tillämpar design?
(Tips: Endast ett svar)

Design för oss handlar enbart om formgivning

Vi ser design som en arbetsform, en självklar del i processen

Vi talar aldrig om design på företaget

Design är en självklar ledningsfråga och har ett tydligt strategiskt värde

⁸ Svenska företag om design, attityder, lönsamhet och designmognad QNB Analys & Kommunikation AB på uppdrag av SVID och Teknikföretagen, maj 2004.

⁹ Svenska företag om design 2008. QNB nu med SVID, teknikföretagen och Svensk Teknik och Design (STD) som uppdragsgivare.

Av de i undersökningen 2003/2004 ingående företagen har så sent som år 2015 (dvs. 12 år senare) 122 teknikföretag fortfarande kunnat identifieras. Efter fem år var som jämförelse 205 företag tillgängliga för analys. Att ett antal företag fallit bort över tid beror på olika faktorer som uppköp, förändrad verksamhet, nedläggning eller något annat skäl till att de inte kunnat identifieras i Teknikföretagens årliga lönsamhetsanalyser. Teknikföretagens analyser omfattar totalt runt 800 bolag om året.

Värt att notera är även att antalet företag i de två svarsalternativen som analyserats är ungefär lika många (52 % mot 46 %, siffrorna från senaste analysen för år 2015) där de som sade sig använda design mer strategiskt/innovativt är den något mindre gruppen (detta gäller även för undersökningen 2007/2008). Balansen mellan de två svarsalternativen har också varit påfallande stabil över åren.

I undersökningen 2007/2008, som var något mindre, har resultaten analyserats för 2009 t o m 2015. Här återfanns 2015 fortfarande 130 teknikföretag, dvs drygt sju år efter det att undersökningen genomfördes. Balansen mellan de två grupperna i den senare undersökningen var här 56 % mot 44 %, vilket som tidigare nämnts var närmast likvärdig med den i den tidigare undersökningen. Det bör betonas att det slumpmässiga urvalet i de två undersökningarna skett helt oberoende av varandra.

Kontaktperson: [Anders Rune](#)

2017-05-11