

SMV-måling forår 2021

Epinion for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse
og Erhvervsstyrelsen

3. maj 2021



Indhold

03	Indledning og baggrund
06	Hovedkonklusioner
11	Økonomi og forventninger
16	Grøn omstilling og cirkulær økonomi
23	Digitalisering og automatisering
28	Innovation
34	Internationalisering
40	Kvalificeret arbejdskraft og social inklusion
45	Kendskab til erhvervsfremmesystemet

Indledning og baggrund

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses SMV-panel

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses strategi, "Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023" har som et af sine pejlemærker, at decentral erhvervsfremme skal levere relevante efterspurgte og professionelle tilbud, der er tilrettelagt med virksomhedernes behov i centrum.

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og Erhvervsstyrelsen har derfor bedt Epinion om at etablere et panel af små- og mellemstore virksomheder (med 0-249 ansatte), herefter benævnt SMV'er), hvor der halvårligt kan gennemføres undersøgelser, der kortlægger og afdækker virksomhedernes aktuelle situation og behov på de områder, som er centrale i strategien.

Denne rapport præsenterer resultaterne af den første spørgeskemaundersøgelse, som er gennemført i panelet. **5.101 virksomheder** har besvaret spørgeskemaet til undersøgelsen, og resultaterne hviler således på et særdeles solidt datagrundlag.

I undersøgelsen spørges ind til 5 af de 6 drivkræfter* for vækst og udvikling i hele landet, som udpeges i erhvervsfremmestrategien, hhv.:

- Kvalificeret arbejdskraft og social inklusion
- Innovation
- Grøn omstilling og cirkulær økonomi
- Digitalisering og automatisering
- Internationalisering

Udover spørgsmål om disse drivkræfter rummer undersøgelsen også et mindre antal spørgsmål, som afdækker virksomhedernes kendskab til udvalgte elementer af den decentrale erhvervsfremmeindsats, bl.a. kendskabet til erhvervshusene.

* Den sjette drivkræft, iværksætteri, er ikke omfattet af undersøgelsen. Det skyldes, at indsatserne her primært er rettet mod nye virksomheder og endnu ikke etablerede virksomheder, som derfor ikke er inkluderet i undersøgelsens målgruppe, som er alle små og mellemstore virksomheder i Danmark, dvs. virksomheder med 0-249 ansatte.

Pejlemærker for decentral erhvervsfremme

Lokal og regional forankring

Lokale og regionale udfordringer, muligheder, vilkår og erhvervsstyrker er grundlaget for den decentrale erhvervsfremme, der skal række ud til alle typer af virksomheder.

Forenkling

Bestyrelsen vil fremme et mere enkelt, digitaliseret og overskueligt erhvervsfremmesystem med færre og stærkere aktører og nemt tilgængelige ydelser.

Virksomhedernes behov

Decentralerhvervsfremme skal levere relevante, efterspurgte og professionelle tilbud, der er tilrettelagt med virksomhedernes behov i centrum.

Partnerskab og samarbejde

Via partnerskaber og løsninger leveret i fællesskab med andre tilbydes virksomhederne de bedste muligheder for at udvikle sig.

Arbejdskraft og social inklusion

Virksomhedernes adgang til kvalificeret arbejdskraft skal styrkes ved at uddanne og efteruddanne flere med relevante kvalifikationer, tiltrække og fastholde højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft og øge virksomhedernes sociale inklusion.

Innovation og styrkepositioner

Flere virksomheder skal udvikle nye produkter og services via styrket innovationskultur og -kapacitet og en konsolideret klyngeindsats, og vækstpotentialet i dansk turisme skal indfries.

Grøn omstilling og cirkulær økonomi

Flere virksomheder skal omstille sig til at drive deres forretning på grønnere og mere bæredygtige måder, og udvikling og eksport af grønne og cirkulære løsninger skal styrkes.

Iværksætteri

Flere iværksættere skal lykkes, og de nye virksomheders udvikling og skalering skal øges, blandt andet ved at styrke iværksætttermiljøerne i hele landet.

Digitalisering og automatisering

Virksomhedernes digitale niveau og sikkerhed samt brug af automatiserede løsninger og robotter skal styrkes.

Internationalisering

Virksomhedernes internationalisering skal øges gennem øget internationalt samarbejde, evnen til at håndtere global usikkerhed og styrket parathed til omstilling og eksport.

Kort om undersøgelsens metode

Undersøgelsen er gennemført blandt en stikprøve på 20.315 danske virksomheder med 0- 249 ansatte. 5.101 virksomheder har gennemført undersøgelsen, hvilket giver en samlet svarprocent på 25%.

Stikprøven er udvalgt disproportionalt for at sikre større sikkerhed om resultater i brancher og erhvervshusområder med få virksomheder. Efter indsamlingen er data vægtet på plads, således at data igen er proportionalt og repræsentativt med populationen på de bærende parametre:

- Erhvervshusområder inkl. Bornholm
- Hovedbrancher*
- Antal ansatte

Populationen for undersøgelsen består af 433.676 danske SMV'er, og er blevet afgrænset til kun at indeholde brancher og virksomhedstyper, der er relevante for erhvervsfremmesystemet. Det betyder blandt andet, at foreninger, holdingselskaber, fonde, offentlige virksomheder og virksomheder i finans og forsikringsbranchen ikke er inkluderet i undersøgelsens målgruppe. Desuden er virksomheder, som indledningsvis svarer, at de i 2020 havde en omsætning på under 50.000,- kr. frasorteret med henblik på at frasortere virksomheder, som ikke er relevante for den lokale erhvervsfremmeindsats (fx hobbyvirksomheder eller inaktive virksomheder)

I tillæg til denne rapport findes et omfattende bilagsmateriale, hvor undersøgelsens metode beskrives mere detaljeret, hvor spørgeskemaet kan ses i sin fulde længde, og hvor svarfordelingerne fra alle spørgeskemaets spørgsmål kan ses – såvel som krydstabuleringer på brancher, størrelseskategorier (antal ansatte) og erhvervshusområder.

Dataindsamlingens forløb

Dataindsamlingen har forløbet fra 8. april til 27. april 2021, og der er i forbindelse med dataindsamlingen blevet foretaget følgende indsamlingsgreb for at sikre høje svarprocenter på undersøgelsen:



E-boks invitation udsendt til virksomhederne efterfulgt af en opfølgende påmindelse om undersøgelsen.



Telefonisk opfølgning, hvor ledere fra virksomhederne er blevet ringet op og informeret om undersøgelsen samt tilsendt et link til deltagelse på direkte e-mailadresse



E-mail invitation udsendt til virksomhederne på oplyst e-mailadresse i CVR-registret

* Tilpasset DB10-fordeling: Bygge og anlæg, Ejendomshandel og udlejning, Erhvervsservice, Finansiering og forsikring, Handel og transport mv., Industri, Råstofindvinding og forsyningsvirksomhed, Information og Kommunikation, Kultur, fritid og anden service, Landbrug, skovbrug og fiskeri, Offentlig administration, undervisning og sundhed

Hovedkonklusjoner

Størstedelen af virksomhederne vurderer deres aktuelle økonomiske situation positivt, men næsten hver tiende forventer negativ udvikling i det næste halve år

Mere end halvdelen af virksomhederne (57%) vurderer deres økonomiske situation som meget god eller god, mens yderligere godt en fjerdedel af virksomhederne vurderer deres situation som hverken god eller dårlig. Det er således et mindretal af virksomhederne (16%), som vurderer deres aktuelle økonomiske situation som værende dårlig eller meget dårlig.

Den overvejende positive vurdering af økonomien afspejler sig også i virksomhedernes forventninger til det næste halve år, hvor 46% forventer en meget positiv/positiv udvikling, mens 43% forventer en stabil udvikling. Undersøgelsen peger – ikke overraskende - på, at det især er virksomhederne med en aktuelt dårlig økonomi, som har de mest negative forventninger til det kommende halve år.

Undersøgelsen viser videre, at de fem drivkræfter fra erhvervsfremmestrategien, som er indeholdt i undersøgelsen, er på dagsordenen i mange af virksomhederne – dog i varierende omfang.

47% forventer, at virksomheden i det kommende år (i høj/nogen grad) vil arbejde strategisk med 'digitalisering og automatisering'.

Tilsvarende forventer **45%** at arbejde strategisk med 'innovation og produkt-udvikling'.

38% forventer at arbejde strategisk med 'grøn omstilling og cirkulær økonomi'.

37% forventer at arbejde strategisk med 'kvalificeret arbejdskraft'.

Mindst udbredt er 'internationalisering', som **17%** af virksomhederne forventer at arbejde strategisk med.

Samlet set viser undersøgelsen således, at de udpegede drivkræfter for vækst og udvikling i "Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023" er relevante og på dagsordenen blandt små og mellemstore virksomheder i Danmark.



57%

ser deres økonomiske situation som god



46%

forventer positiv økonomisk udvikling de næste 6 mdr.

Andelen, der (i høj/nogen grad) forventer at arbejde strategisk med de fem drivkræfter, ser således ud:



47%
Digitalisering



45%
Innovation



38%
Grøn omstilling



37%
Kvalificeret
arbejdskraft



17%
Inter-
nationalisering

To tredjedele af virksomhederne arbejder med digitalisering og automatisering, mens en tredjedel arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi

Grøn omstilling og cirkulær økonomi

Næsten hver tredje af de små og mellemstore virksomheder svarer, at de aktuelt arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi i enten meget høj, i høj eller i nogen grad.



Mest udbredt blandt virksomhederne, som arbejder med grøn omstilling, er det at gøre produktionen mere bæredygtig, at energieffektivisere, at samarbejde med "grønne" leverandører og fokusere på bæredygtig innovation og produktudvikling.



Barriererne for grøn omstilling er manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere, usikkerhed om gevinsterne (ift. klima, økonomi etc.) og manglende kapital.



Virksomheder, som arbejder med grøn omstilling, efterspørger især tilskudsordninger, rådgivning og konsulentbistand samt tilpasning af regler og regulering med henblik på at forbedre deres arbejde med grøn omstilling og cirkulær økonomi.

Digitalisering og automatisering

To tredjedele af virksomhederne arbejder aktuelt med mindst én ting i relation til digitalisering og automatisering. I den femtedel af virksomhederne, som *ikke* arbejder med digitalisering, skyldes det primært manglende relevans og manglende kundeefterspørgsel.



Næsten halvdelen af de virksomheder, som arbejder med digitalisering, gør det ved at udnytte onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt, som dermed er den mest udbredte "digitaliseringsform". Herudover er også digitalisering/automatisering mhp. effektivisering af økonomi og administration udbredt.



Barriererne for digitalisering og automatisering er manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere samt manglende digitale kompetencer. Hertil peges også på usikkerhed om gevinsten og manglende efterspørgsel/relevans for kunder.



I relation til digitalisering og automatisering peges især på tilskudsordninger, rådgivning og konsulentbistand og efteruddannelse af medarbejdere og ledere som tiltag, der kan forbedre virksomhedernes arbejde med digitalisering og automatisering.

45% af virksomhederne arbejder med innovation, mens internationalisering kun er i fokus hos godt en femtedel af virksomhederne

Innovation

45% af virksomhederne arbejder i høj eller nogen grad med mindst én type af innovation. Produktinnovation er den mest udbredte innovationstype, efterfulgt af innovation ift. marketing og processer. Mindst udbredt er innovation ift. organisation.



To ud af tre af virksomhederne, der arbejder med innovation, gør det i samarbejde med en ekstern aktør herunder særligt andre virksomheder eller brancheorganisationer. De største drivere for innovation er tiltrækning af nye kunder og udvikling af bedre produkter/serviceydelser.



Barriererne for innovation er primært manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere, manglende kapital og usikkerhed om den økonomiske gevinst.



Virksomheder, som arbejder med innovation, efterspørger især tilskudsordninger, rådgivning og konsulentbistand, efteruddannelse samt erhvervsnetværk for at kunne forbedre deres arbejde med innovation og nyudvikling.

Internationalisering

Omtrent hver femte virksomhed, 19%, arbejder i høj eller nogen grad med internationalisering og orientering mod udlandet – 12% gør det i meget høj/høj grad. De primære årsager til internationalisering er økonomisk gevinst og udvikling af eksisterende eller nye markeder.



Tre ud af fire af virksomhederne, der arbejder med internationalisering, gør det i relation til samarbejde med udenlandske virksomheder. Omkring to tredjedele gør det i relation til eksport og opdyrkning af nye markeder.



Barriererne for internationalisering vurderes af virksomhederne til typisk er omhandle manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere, manglende kapital eller, at det er vanskeligt at konkurrere med udenlandske konkurrenter.



Også i relation til internationalisering efterspørger virksomhederne, der arbejder med området, primært tilskudsordninger, rådgivning og konsulentbistand samt erhvervsnetværk.

Arbejdskraft og kendskab til den lokale erhvervsfremmeindsats

Kvalificeret arbejdskraft og social inklusion

Virksomhederne er også spurgt ind til deres forventninger om nyansættelser, herunder også om højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft og social inklusion er i fokus.



Godt hver femte virksomhed forventer at ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år. Cirka hver fjerde af disse forventer kun i mindre grad eller slet ikke at kunne finde kvalificeret arbejdskraft.



17% af virksomhederne, der forventer at ansætte i det kommende halve år, har i meget høj eller høj grad fokus på højt kvalificeret **udenlandsk** arbejdskraft i deres rekruttering. Barriererne for rekruttering af udenlandsk arbejdskraft er især sprog, ansættelsesprocesser og kompliceret lovgivning.



9% af virksomhederne, der forventer at ansætte i det kommende halve år, har i meget høj eller høj grad fokus på ansættelse af **udsatte personer**, når de rekrutterer. De typiske barrierer for rekruttering af udsatte personer er ressourcekrævende proces at tage i mod udsatte personer og manglende økonomi.

Kendskab til den decentrale erhvervsfremmeindsats

Virksomhederne er afslutningsvis i undersøgelsen spurgt om deres kendskab til forskellige aktører i erhvervsfremmesystemet, hhv. erhvervshusene, kommunernes erhvervsrådgivning og viden- og erhvervsklyngerne:



9% af SMV'erne har anvendt Erhvervshusene. Yderligere 39% af kender erhvervshusene, men har ikke anvendt dem. Godt halvdelen af virksomhederne kender ikke erhvervshusene.



Kendskabet til den lokale erhvervsrådgivning, som tilbydes af kommunerne, er stort set lig kendskabet til erhvervshusene.



Kendskabet til viden- og erhvervsklyngerne er lidt lavere end kendskabet til erhvervshusene og kommunernes lokale erhvervsrådgivning. 2% af virksomhederne har deltaget i klyngerne, 22% kender klyngerne, men har ikke selv deltaget. Godt tre fjerdedele af virksomhederne kender ikke klyngerne.

Økonomi og forventninger

57% af virksomhederne vurderer deres økonomiske situation som meget god eller god. Kun få tror, at deres økonomiske udvikling bliver negativ i det næste halve år

Mere end halvdelen af virksomhederne (57%) vurderer deres økonomiske situation som meget god/god, 27% vurderer situation som hverken god eller dårlig, og 16% vurderer situation som meget dårlig eller dårlig. Undersøgelsen kan ikke med sikkerhed kvalificere, hvordan covid-19, restriktioner og hjælpepakker påvirker svarene.

I forhold til virksomhedernes forventning til den økonomiske udvikling i de næste 6 måneder fremgår det, at 46% forventer meget positiv/positiv udvikling, 43% forventer hverken positiv eller negativ udvikling og 7% forventer meget negativ/negativ udvikling.

Yderligere analyse viser, at de virksomheder, der forventer en negativ økonomisk udvikling, særligt er de virksomheder, der på nuværende tidspunkt står i en dårlig økonomisk situation.



35% af virksomhederne inden for 'Handel og transport mv.' beskriver deres økonomiske situation som meget dårlig/dårlig. Virksomhederne i 'handel og transport' er dog heldigvis mere positive omkring fremtiden. 53% af disse virksomheder forventer en positiv/meget positiv udvikling i de næste 6 måneder.



Virksomhederne i turismeerhvervene vurderer ikke overraskende deres økonomiske situation markant ringere end virksomhederne generelt, hvilket med stor sandsynlighed kan forklares af rejserestriktioner mv. grundet covid-19. Det gælder også forventningerne til de kommende 6 måneder.



Virksomheder med 10 eller flere ansatte ser den økonomiske situation mere positivt end mindre virksomheder og enkeltmandsvirksomheder. Forventninger til fremtidig økonomi er mindre positiv hos enkeltmandsvirksomheder end andre.



Der ses en tendens til, at relativt flere virksomheder i erhvervshusområde Hovedstaden (og i mindre grad Midtjylland) vurderer deres nuværende økonomiske situation som dårlig/meget dårlig sammenlignet med de øvrige erhvervshusområder.

"Hvordan vil du samlet set vurdere virksomhedens nuværende økonomiske situation?"

n=5.101



"Forventer du, at virksomhedens økonomiske situation vil udvikle sig positivt eller negativt i de næste 6 måneder?"

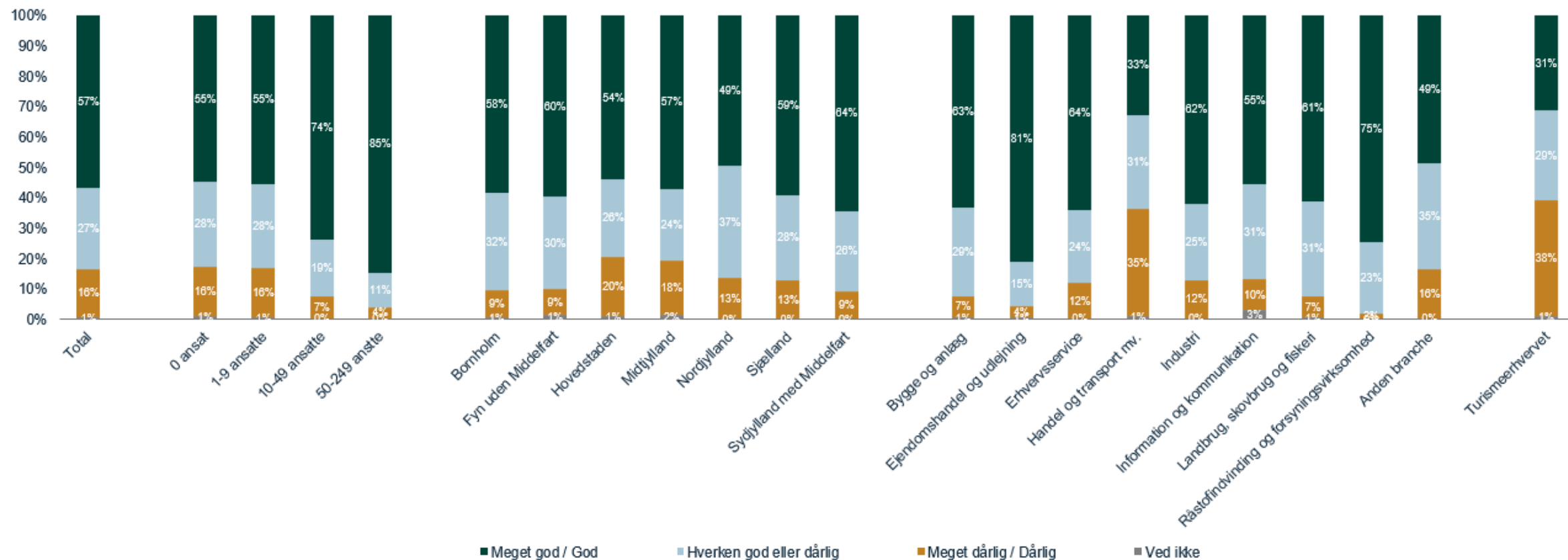
n=5.101



De større virksomheder vurderer deres økonomiske situation bedre end mindre virksomheder. På tværs af brancher er der stor variation, men særligt 'Handel og transport mv.' og turismeerhvervene ser deres økonomi som dårlig

"Hvordan vil du samlet set vurdere virksomhedens nuværende økonomiske situation?"

n=5.101



Flest virksomheder forventer at arbejde med 'salg og markedsføring' i det kommende år, mens færrest forventer at arbejde med 'internationalisering'

'Salg og markedsføring' er det område, flest virksomheder svarer, at de i høj/meget høj grad vil arbejde strategiske med i det kommende år med (27%). Herefter kommer områderne 'Innovation og produktudvikling' med 24% og 'Digitalisering og automatisering' med 22%, som begge er blandt de drivkræfter for vækst og udvikling, der udpeges i "Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023".

'Grøn omstilling og cirkulær økonomi' og 'Internationalisering' indgår også som drivkræfter for vækst og udvikling i erhvervsfremmestrategien, men disse områder vurderer færrest af virksomhederne, at de vil arbejde strategisk med i høj/i meget høj grad i det kommende år med hhv. 12% og 10%.

Undersøgelsen kan ikke med sikkerhed kvalificere, hvordan covid-19 og de forskellige restriktioner i relation til covid-19 påvirker virksomhedernes svar. Det er dog nærliggende at antage, at i hvert fald resultaterne om 'internationalisering' kan være påvirket af covid-19 (fx rejserestriktionerne), som muligvis kan lægge en dæmper på virksomhedernes planer for internationalisering i den kommende tid.



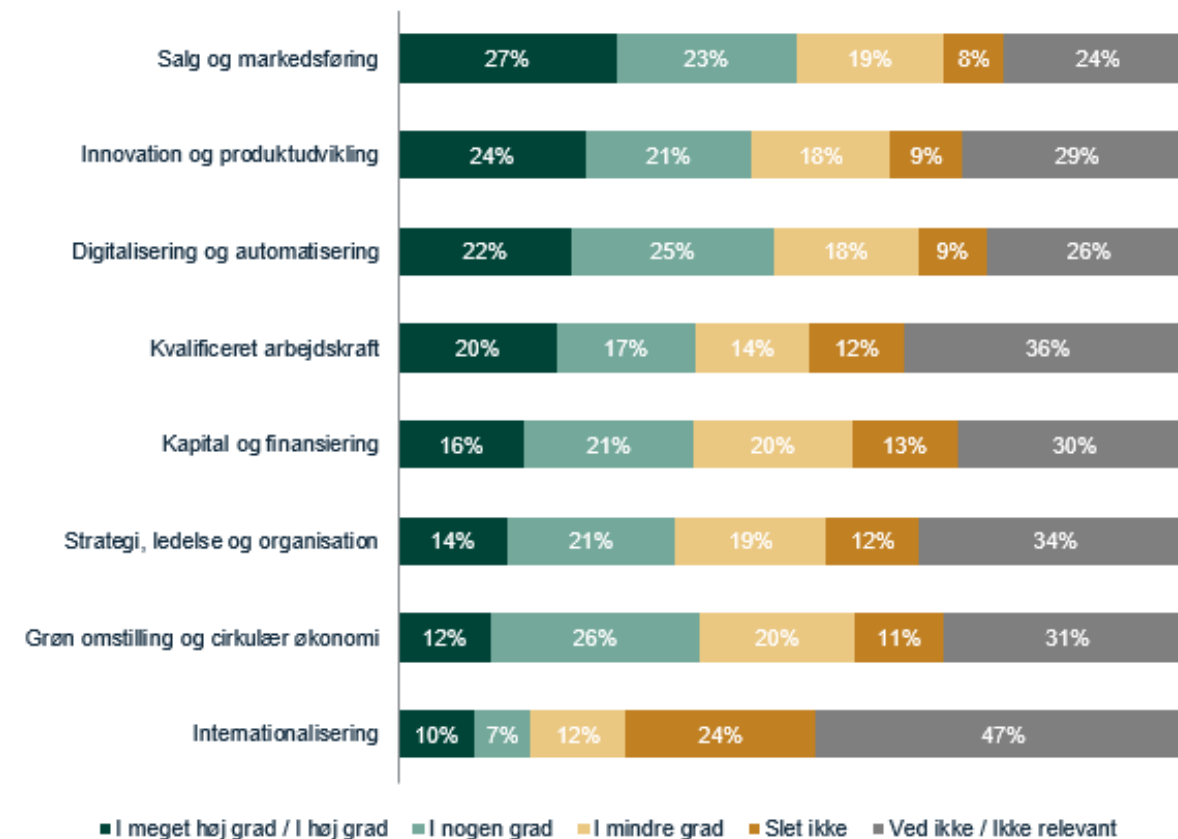
På tværs af brancher ses en tydelig tendens til, at virksomheder indenfor 'Industri' og i nogen grad 'Information og kommunikation' er mest tilbøjelige til i høj/meget høj grad at arbejde strategisk med de fokusområder, som er vist i figuren til højre. Det gælder for stort set alle de fokusområder, der er spurgt til i undersøgelsen.



Tilsvarende ses, at jo større virksomhederne er, desto flere svarer, at virksomheden arbejder med de listede fokusområder.

"I hvilken grad forventer du, at virksomheden vil arbejde strategisk med følgende områder i det kommende år?"

n=5.101



Internationalisering er det område flest virksomheder forventer at have behov for hjælp og rådgivning for at arbejde med

Virksomheder, der har svaret, at de vil arbejde strategisk med et af de oplyste områder i det kommende år, er i undersøgelsen blevet spurgt til, i hvilken grad de forventer at have behov for hjælp og rådgivning til at arbejde med det givne område.

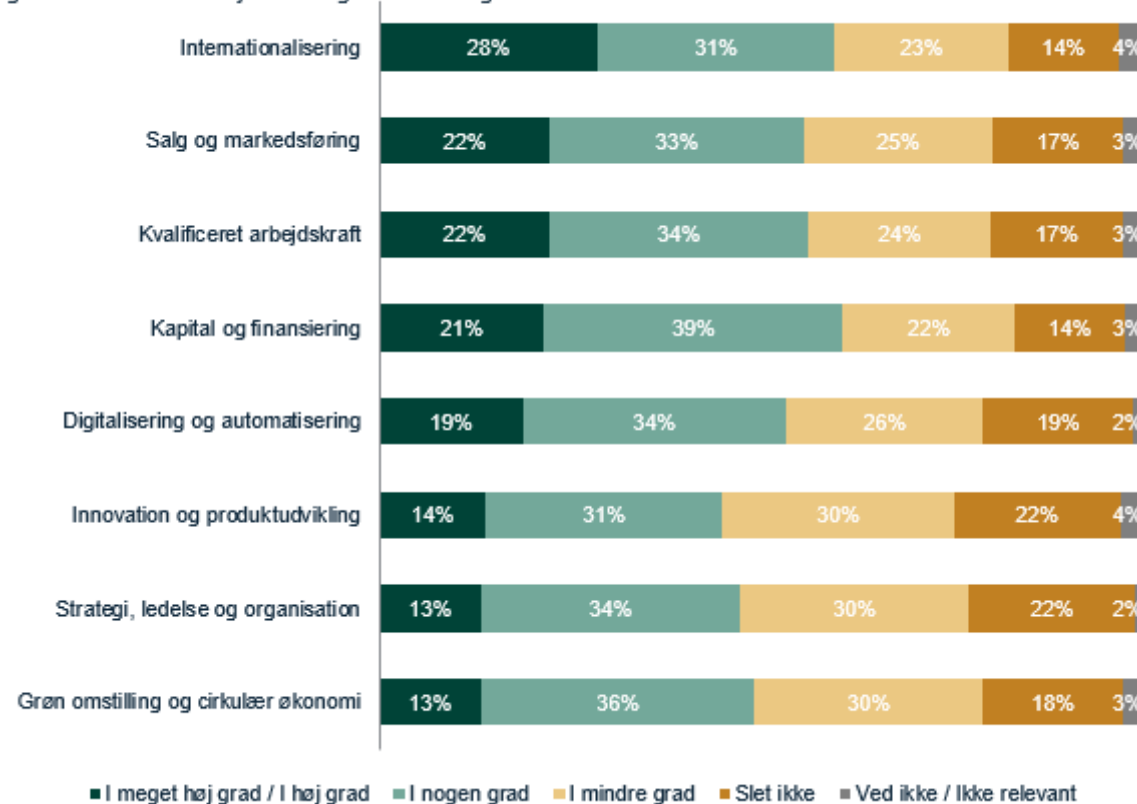
‘Internationalisering’ er i den forbindelse det område, hvor flest virksomheder forventer at vil have behov for hjælp og rådgivning. 28% af virksomhederne, som har internationalisering som fokusområde, svarer, at de i høj/i meget høj grad forventer behov for hjælp. Igen er det nærliggende at antage, at covid-19 også her kan påvirke undersøgelsens resultat.

Herefter kommer ‘Salg og markedsføring’ og rekruttering af ‘Kvalificeret arbejdskraft’ - begge med en andel på 22%, der svarer i høj/i meget høj grad’ til behovet for hjælp.

I forhold til ‘Digitalisering og automatisering’, ‘Innovation og produktudvikling’ og ‘Grøn omstilling og cirkulær økonomi’, der alle er strategiske pejlemærker i erhvervsfremmestrategien, vurderer hhv. 19%, 14% og 13% af virksomhederne, at de i høj/i meget høj grad forventer at have behov for hjælp og rådgivning til at arbejde med det givne område.

”I hvilken grad forventer du, at virksomheden vil have behov for hjælp eller rådgivning til at arbejde med følgende områder?”

n=1.998-4085. Kun stillet til virksomheder, der tidligere har svaret, at de i meget høj, i høj eller i nogen grad forventer at arbejde strategisk med det givne område



Grøn omstilling og cirkulær økonomi

Flere virksomheder skal omstille sig til at drive deres forretning på grønnere og mere bæredygtige måder, og udvikling og eksport af grønne og cirkulære løsninger skal styrkes

Næsten 1 ud af 3 danske SMV'er arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi i meget høj, i høj eller i nogen grad

12% af virksomhederne arbejder i meget høj eller høj grad med grøn omstilling og cirkulær økonomi. Hertil kommer, at yderligere 19% af virksomhederne svarer, at de i nogen grad arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi. Det er således næsten en tredje del af danske SMV'er, som i høj eller nogen grad arbejder med grøn omstilling.

24% svarer, at de i mindre grad arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi, og 20% svarer, at de *ikke* arbejder med grøn omstilling. Hertil kommer, at en fjerdedel af virksomhederne svarer "ved ikke" eller "ikke relevant" til spørgsmålet. Flest af disse, 22%, svarer "ikke relevant".



De højeste andele af virksomheder, som svarer, at de i meget høj/høj grad arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi ses inden for brancherne råstofindvinding (45% - dog skal tages højde for et begrænset datagrundlag i branchen), industri (18%) samt handel og transport (16%).



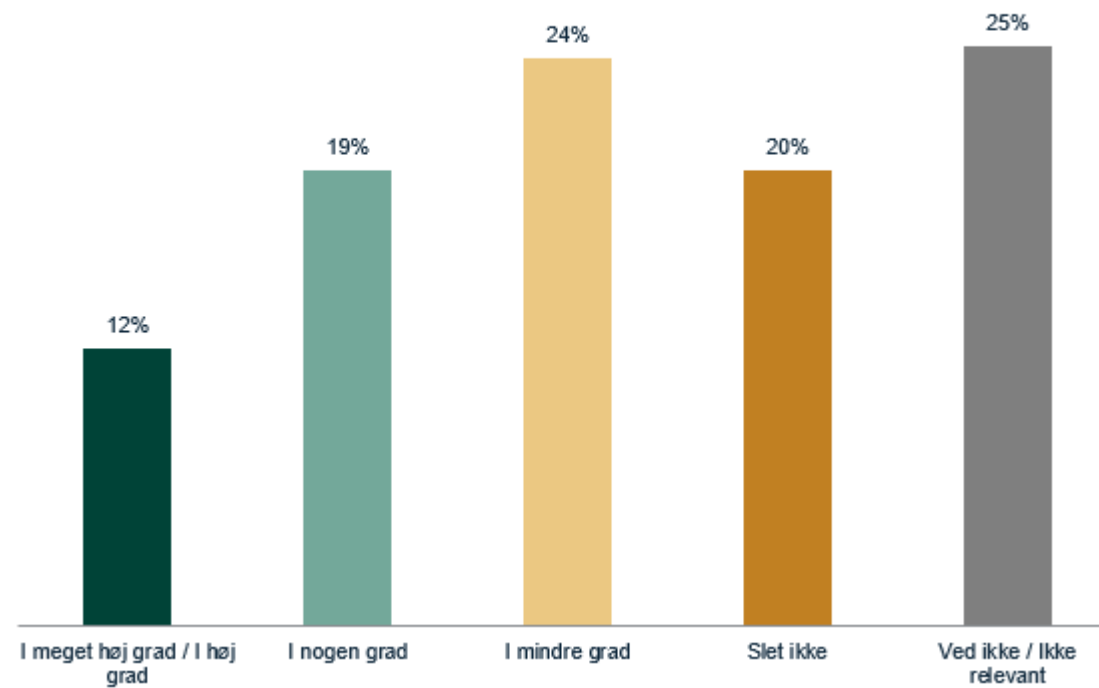
Videre ses, at andelen virksomheder, som i meget høj/høj grad arbejder med grøn omstilling, er størst hos store virksomheder. Således ses, at 24% af virksomhederne med 50-249 ansatte svarer, at de i meget høj/høj grad arbejder med grøn omstilling, mens det samme kun gør sig gældende for 10% af virksomhederne med 0 ansatte og 13% af virksomhederne med 1-9 ansatte.



På tværs af erhvervshusområderne ses, at en lidt højere andel af virksomheder i Hovedstaden (15%) svarer, at de i meget høj/høj grad arbejder med grøn omstilling. Herudover ses ingen systematiske tendenser på tværs af erhvervshusområderne.

"I hvilken grad arbejder virksomheden med grøn omstilling og cirkulær økonomi?" *

n=5.101

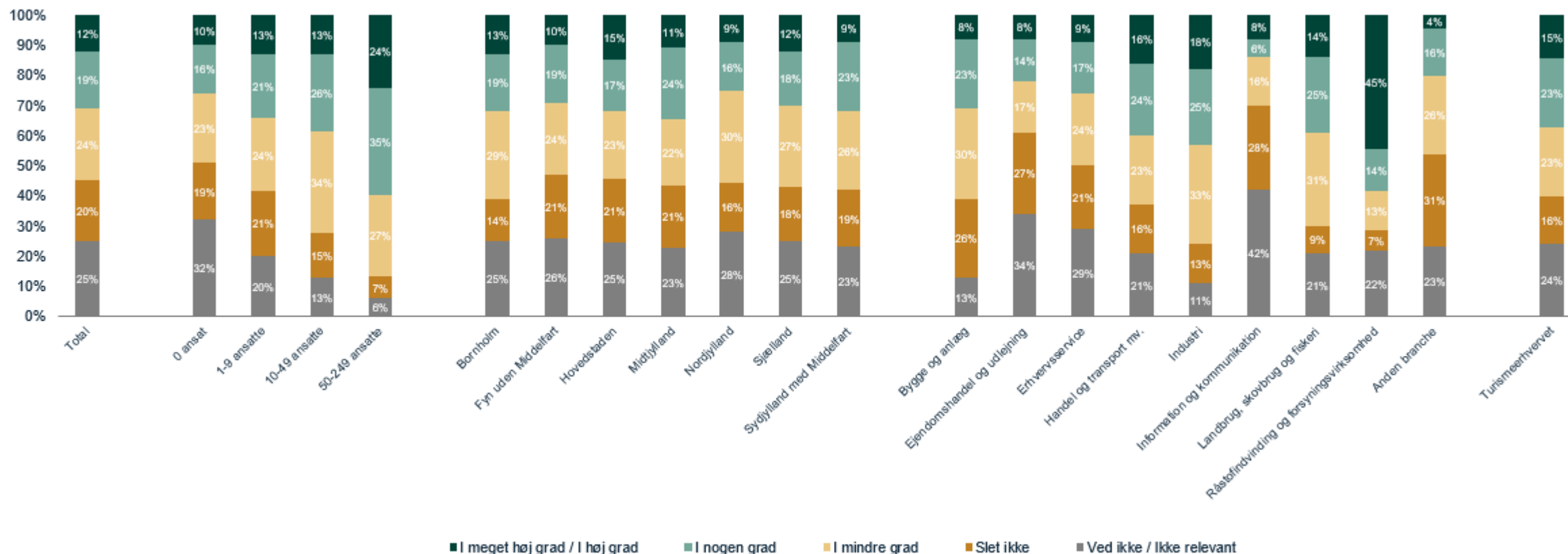


* Virksomhederne er til dette spørgsmål blevet vist følgende definition af grøn omstilling og cirkulær økonomi: "Grøn omstilling og cirkulær økonomi dækker i denne sammenhæng over udvikling og salg af bæredygtige produkter og tjenester samt omstilling af produktionsprocesser for at mindske ressourceforbrug, spild, affald og CO2-udledningen mv."

Arbejdet med grøn omstilling er især udbredt i specifikke brancher og større virksomheder. Der ses kun små forskelle på tværs af erhvervshusområderne, som sandsynligvis kan forklares af forskellige branche- og størrelsessammensætninger

”I hvilken grad arbejder virksomheden med grøn omstilling og cirkulær økonomi?”

n=5.101



* Anden branche dækker over hovedbrancherne 'Kultur, fritid og anden service' og 'Offentlig administration, undervisning og sundhed', som efter afgrænsning af offentlige virksomheder primært består af fitnesscentre og køreskoler.

Virksomhederne arbejder med en bred palette af indsatser i relation til grøn omstilling og cirkulær økonomi

De i alt 31% af virksomhederne, som i meget høj/høj grad eller i nogen grad arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi, arbejder generelt med flere af de forskellige tiltag, som der er spurgt ind til i undersøgelsen. 28-37% af de adspurgte arbejder med i meget høj/høj grad med de oplyste tiltag.

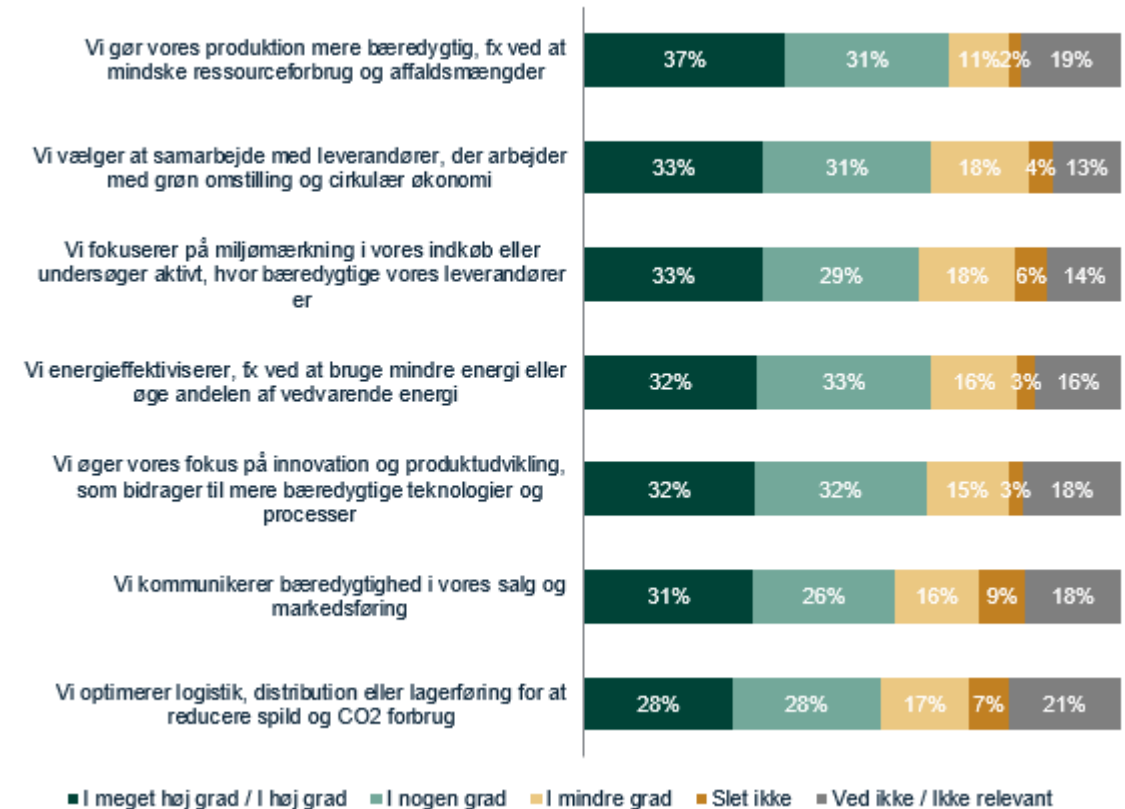
Mest udbredt blandt virksomhederne, som arbejder med grøn omstilling, er det, at gøre produktionen mere bæredygtig (68% svarer i meget høj/høj/nogen grad), at energieffektivisere (65%), at samarbejde med "grønne" leverandører (64%) og øger fokus på bæredygtig innovation og produktudvikling (64%).



På tværs af brancher ses det, at arbejdet med de forskellige områder varierer meget og i høj grad følger relevans for den givne branche. Eksempelvis arbejdes der i brancherne industri, landbrug, skovbrug og fiskeri samt råstofindvending og forsyning særligt med bæredygtig produktion og energieffektivisering, mens der i handel og transport særligt arbejdes med bæredygtige indkøb og optimering af logistik, distribution og lagerføring.

"Hvordan arbejder I med grøn omstilling og cirkulær økonomi?"

n=2.008



Grøn omstilling sker både ud fra holdningsmæssige hensyn og økonomiske årsager. Få SMV'er har en strategi for deres grønne omstilling

Hovedårsagerne til at arbejde med grøn omstilling skal både findes i holdningsmæssige hensyn, økonomiske grunde og markedskrav.

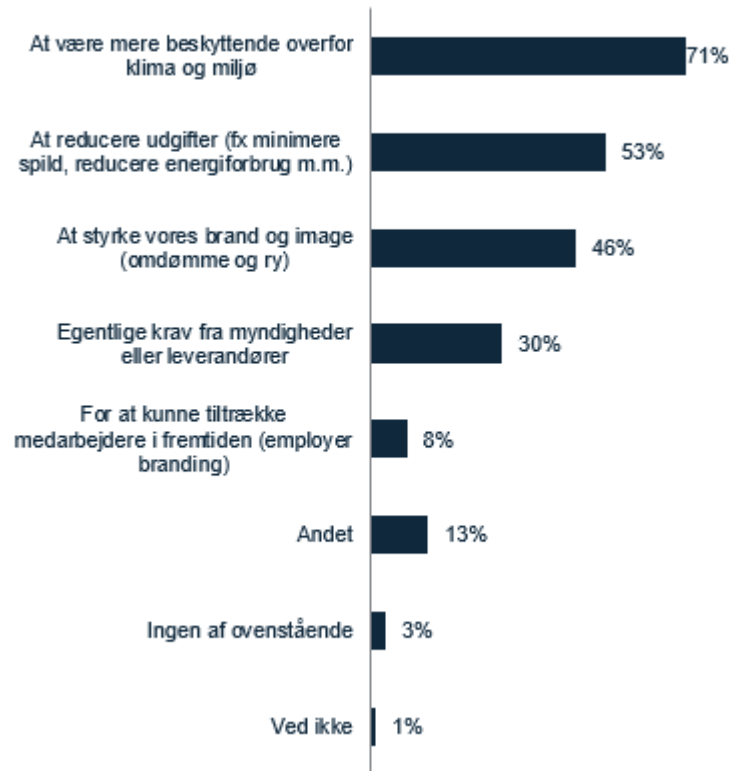
Flest af de virksomheder, som arbejder med grøn omstilling, gør det af klima- og miljøhensyn (71%), mens lidt over halvdelen gør det af ressourcehensyn (53%). 46% af virksomhederne svarer desuden, at de ønsker at styrke deres brand, og 30% at myndigheder/leverandører stiller krav om det.

Virksomhederne er videre spurgt til, hvor systematisk deres arbejde med grøn omstilling er igennem spørgsmål om, hvorvidt de har en strategi, om de anvender certificeringer og standarder, om de måler CO2-aftryk, og om de har medarbejdere dedikeret til arbejdet med grøn omstilling.

Som det fremgår, er det relativt beskedne andele af virksomhederne, som arbejder systematisk, fx svarer 10% bekræftende til at de opgør CO2-aftryk og 16% svarer, at de har en nedskrevet strategi for virksomhedens grønne omstilling.

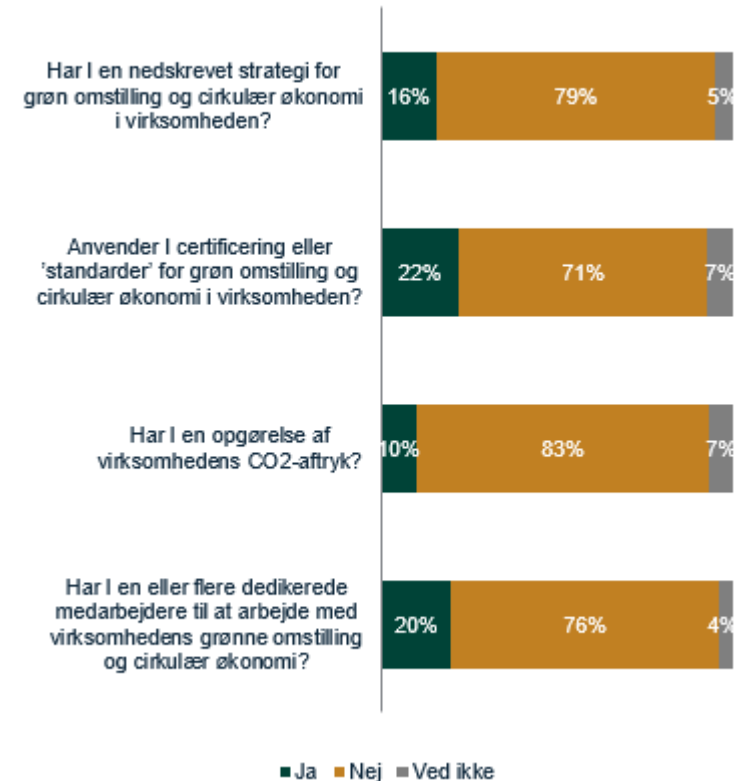
"Hvilke af følgende er hovedårsagerne til, at jeres virksomhed arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi? (Vælg op til 3 svar)"

n=2.008



"Anvender I nogle af følgende elementer i jeres arbejde med grøn omstilling og cirkulær økonomi?"

n=2.008



Manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere og usikre gevinster er de væsentligste barrierer for virksomhedernes arbejde med grøn omstilling

Virksomheder, som arbejder med grøn omstilling, er også spurgt til, hvori barriererne for grøn omstilling består.

Flest, 27%, peger på manglende tid og medarbejderressourcer som en barriere. Desuden peger 26% på, at de økonomiske, klimamæssige eller sociale gevinster er for små eller usikre, og 23% peger på manglende kapital.

Færrest af virksomhederne nævner kompetencer blandt nuværende medarbejdere/ledere (11%) eller mangel på kvalificeret arbejdskraft (5%) som barriere for grøn omstilling.

Omvendt er også de 20% af virksomhederne, som svarer, at de "slet ikke" arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi, blevet spurgt om, hvad årsagen til dette er. Langt hovedparten, 70%, peger på manglende relevans for deres virksomhed. Herudover peget 13% på manglende efterspørgsel fra kunderne, mens 13% peger på en for lille eller for usikker gevinst, som altså også anses som relevante barrierer blandt de virksomheder, som rent faktisk arbejder med grøn omstilling.**

"Hvilke af de listede barrierer for grøn omstilling og cirkulær økonomi er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=2.008



* Kun de virksomheder, som har svaret, at de i meget høj / høj grad eller i nogen grad arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi, indgår i figuren.

** Resultaterne af spørgsmålet, "Hvorfor arbejder virksomheden ikke med grøn omstilling og cirkulær økonomi?" er ikke gengivet i denne rapport, men kan findes i bilagsmaterialet, fx tabel 12 mv.

Virksomhederne efterspørger både reguleringstiltag og tiltag, som relaterer sig til viden og rådgivning

De 31% af virksomhederne, som arbejder med grøn omstilling og cirkulær økonomi, er spurgt, hvilke ting de efterspørger for bedre at kunne arbejde med grøn omstilling.

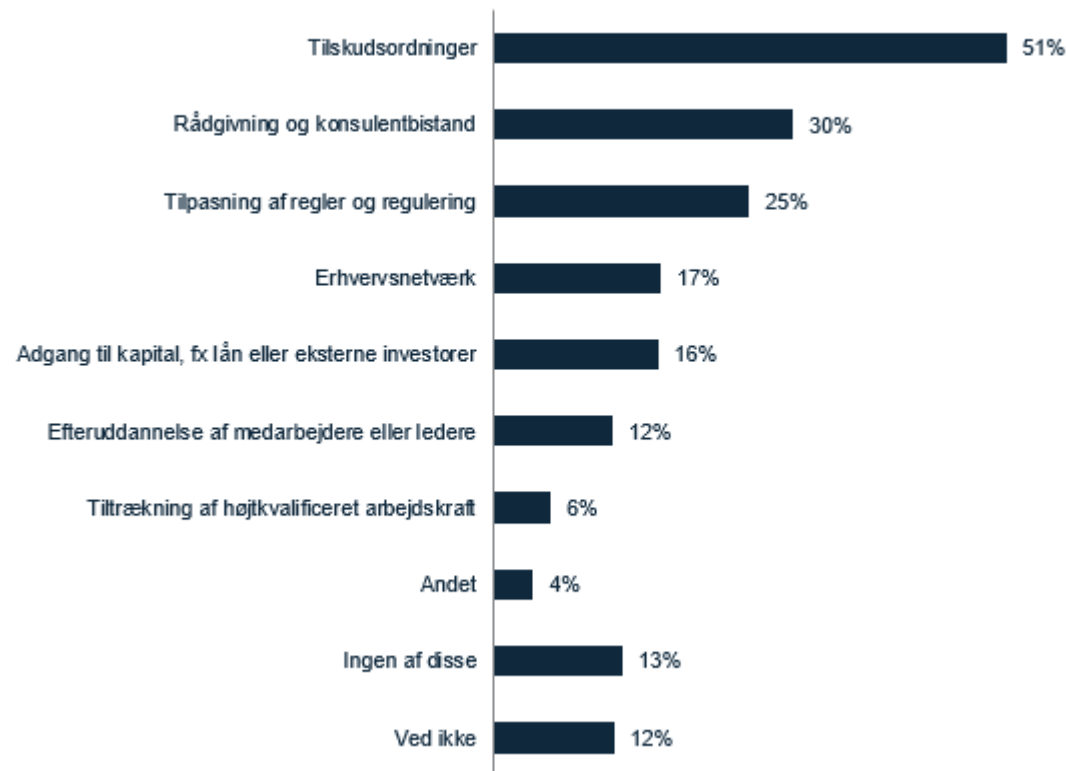
Lidt over halvdelen af virksomhederne efterspørger tilskudsordninger, omend undersøgelsen ikke kan kvalificere, hvad tilskuddene i givet fald skulle være til. Lidt i samme boldgade efterspørger hver fjerde (25%) tilpasning af regler og regulering.

Herudover efterspørger en del af virksomhederne forskellige ting relateret til viden og kompetencer. Fx efterspørger 30% af virksomhederne rådgivning og konsulentbistand, hvilket indikerer en efterspørgsel, som kan være relevant for Erhvervshusene at levere. 17% efterspørger erhvervsnetværk, mens 12% efterspørger efteruddannelse, mens relativt beskedne 6% peger på tiltrækning af højt kvalificeret arbejdskraft.

16% af virksomhederne efterspørger endvidere adgang til kapital fx igennem lån eller eksterne investorer.

”Kunne nogle af følgende tiltag eller muligheder være relevante for jer for bedre at kunne arbejde med grøn omstilling og cirkulær økonomi?”

n=2.008



Digitalisering og automatisering

Virksomhedernes digitale niveau og sikkerhed samt brug af automatiserede løsninger og robotter skal styrkes

65% virksomheder arbejder med mindst én ting i relation til digitalisering og automatisering. Mest udbredt er digitalisering og automatisering ifm. markedsføring samt effektivisering af økonomi og administration

Virksomhederne er spurgt, om de arbejder med en række forskellige ting i relation til digitalisering og automatisering. Mest udbredt er det at udnytte onlinekanaler til markedsføring og kundekontakt, hvilket 47% af virksomhederne gør. 42% af virksomhederne anvender digitalisering/automatisering til at effektivisere økonomi og administration. Næsten hver tredje virksomhed (30%) styrker deres produkter og services med digitale funktioner. 19% anvender e-handelsløsninger og 18% digitaliserer deres udviklingsprocesser.

For alle de øvrige ting, som der er spurgt til, ses, at kun hver tiende eller færre af virksomheder svarer bekræftende til, at de arbejder med det som led i deres digitalisering/automatisering.



Digitalisering i forbindelse med effektivisering af administration og online markedsføring er udbredt på tværs af alle brancher. Herudover ses, at stort set alle de øvrige ting er mest udbredt i brancherne 'industri' og 'information og kommunikation', som således ser ud til at være de brancher, hvor digitalisering er mest udbredt.



Virksomhederne i turismeerhvervene arbejder i mindre grad end andre virksomheder med digitalisering og automatisering.



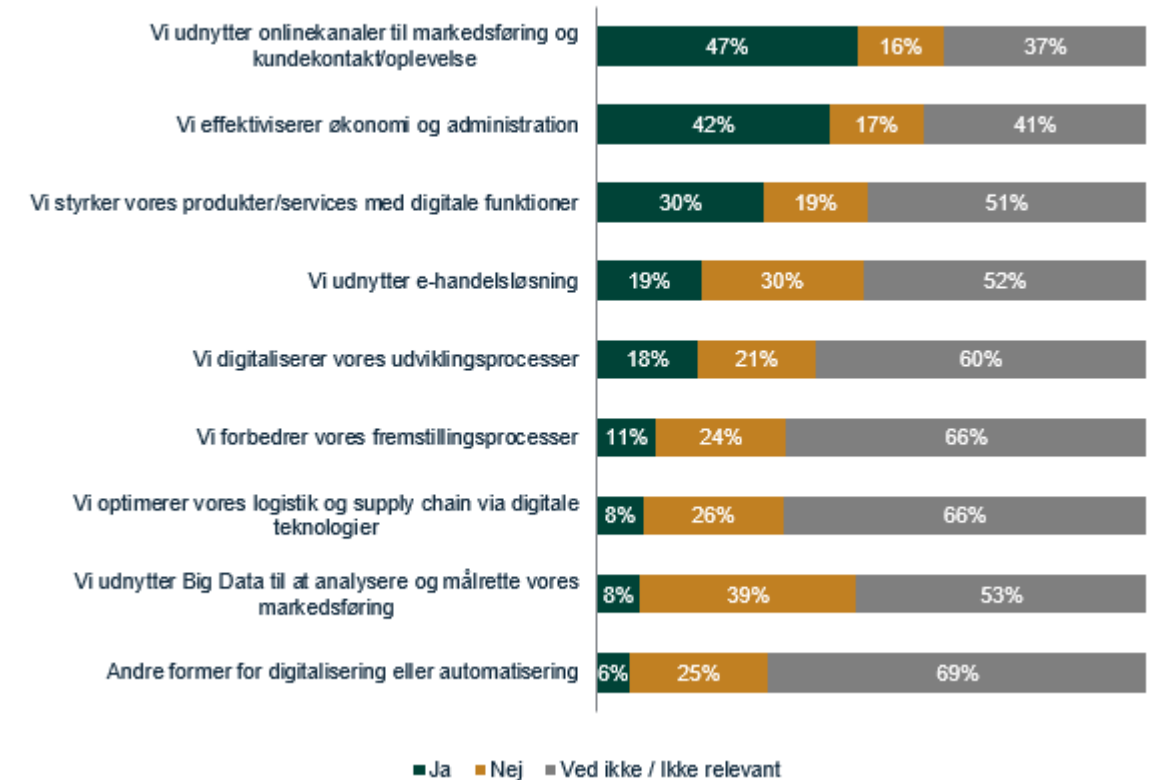
Der ses en klar sammenhæng mellem virksomhedernes størrelse, og virksomhedernes arbejde med digitalisering. Jo større virksomheder, jo større andel af virksomhederne arbejder med digitalisering.



Der ses en gennemgående tendens til, at relativt flere virksomheder i Hovedstaden arbejder med digitalisering.

“Hvilke af følgende ting arbejder virksomheden med i forhold til digitalisering og automatisering?”

n=5.101



■ Ja ■ Nej ■ Ved ikke / Ikke relevant

Digitalisering og automatisering har især til formål at effektivisere og optimere forretningen og at forbedre kundeservice

Blandt de virksomheder, som arbejder med digitalisering og automatisering (65% af alle virksomheder i undersøgelsen), er den mest udbredte årsag at forbedre virksomhedens effektivitet / optimere forretningen (48%) eller at yde en bedre/hurtigere service (39%).

Virksomhederne (som arbejder med digitalisering og automatisering) er også spurgte om, hvorvidt de har en nedskrevet strategi for digitalisering af virksomheden. Det har relativt beskedne 9% af disse virksomheder.

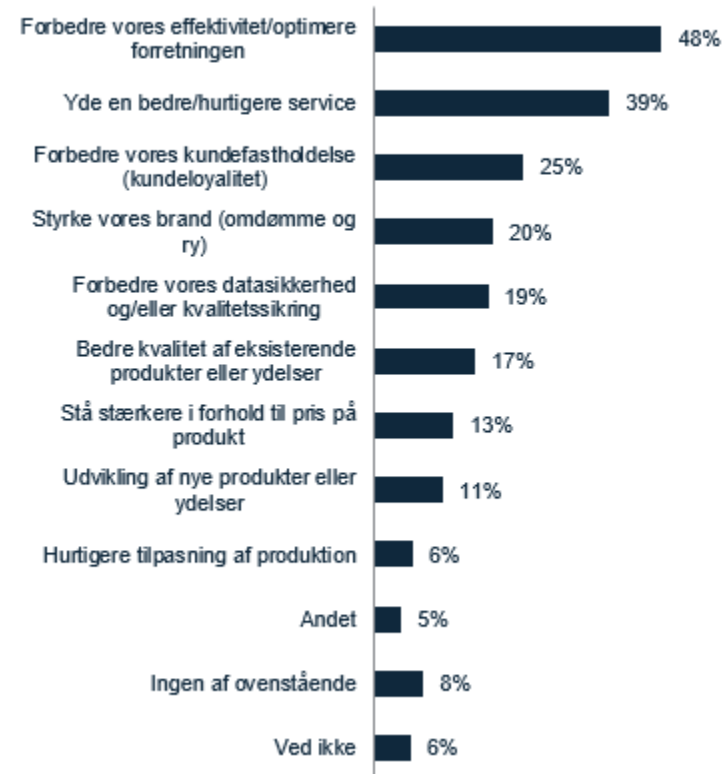
Det ses videre, at en fjerdedel af virksomhederne har én eller flere medarbejdere, som er dedikeret til at arbejde med virksomhedens digitalisering.



På tværs af brancher fremgår det, at særligt branchen 'information og kommunikation' arbejder mere systematisk med digitalisering end andre brancher. I branchen har 13% en nedskrevet strategi, og 40% har en eller flere dedikerede medarbejdere.

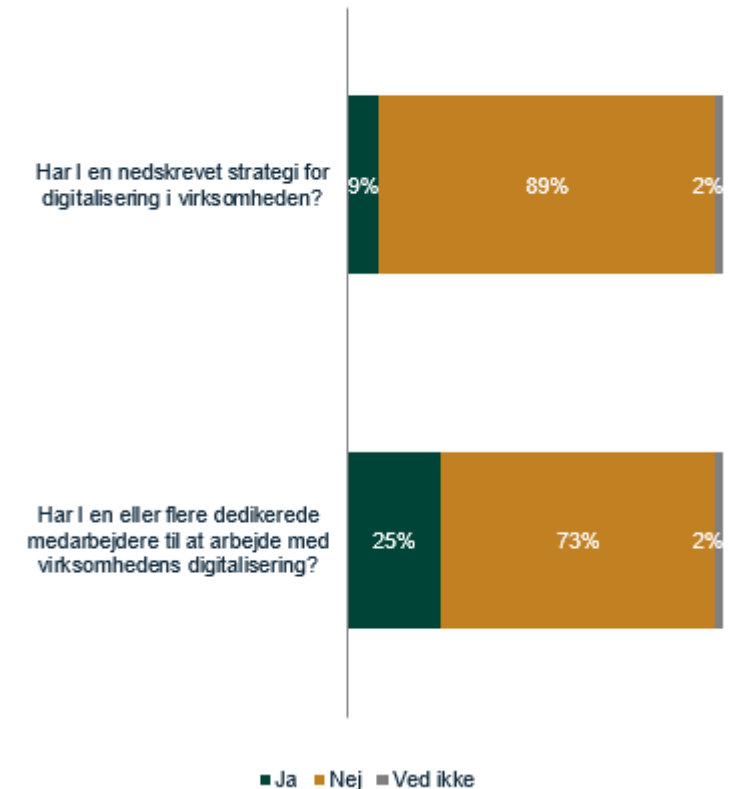
"Hvilke af følgende ting er hovedårsagerne til, at jeres virksomhed arbejder med digitalisering og automatisering? (Vælg op til 3 svar)"

n=4.031



"Anvender I nogle af følgende elementer i jeres arbejde med digitalisering?"

n=4.031



Manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere er den største barriere for digitalisering og automatisering

I relation til digitalisering og automatisering er virksomhederne, som arbejder med digitalisering (65%), blevet spurgt om, hvad der er de vigtigste barrierer for digitalisering og automatisering.

Næsten en tredjedel af virksomhederne, 32%, peger på, at manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere er en barriere. Og i samme boldgade peger 19% på manglende digitale kompetencer blandt de ansatte, og 8% peger på mangel på eksterne eller nyansættelser af specialister/kvalificeret arbejdskraft.

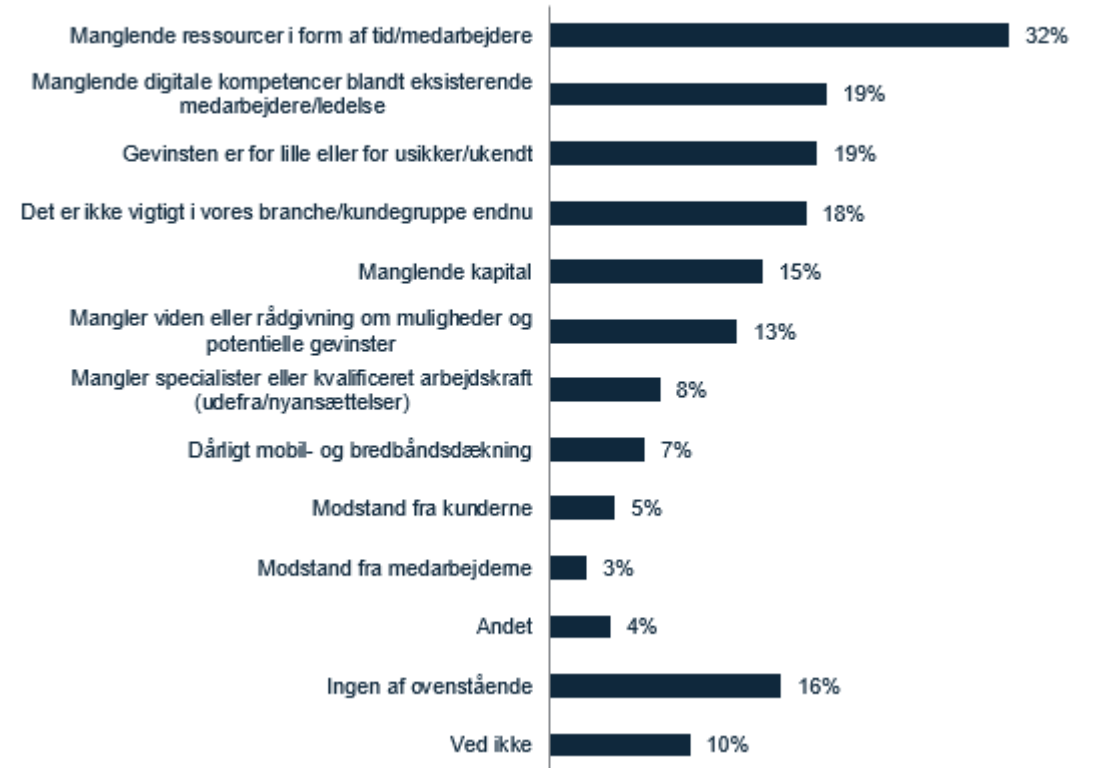
Herudover peger en del af virksomhederne også på mere markedsrelaterede barrierer. Fx peger 19% af virksomhederne på usikker/for lille gevinst som en barriere, mens 18% svarer, at digitalisering og automatisering ikke er vigtigt eller relevant i deres branche (endnu).

De 35% af virksomhederne, der *ikke* arbejder med digitalisering og automatisering, er også spurgt til, hvilke barriere de oplever. Næsten halvdelen af disse virksomheder angiver manglende relevans som årsag til ikke at arbejde med digitalisering og automatisering. Yderligere peger hver femte af disse virksomheder på manglende markedsefterspørgsel.

Kun relativt få af virksomhederne (3-4%), som ikke arbejder med digitalisering, peger på manglende ressourcer (tid/medarbejdere), manglende kompetencer, manglende viden mv. som årsag til ikke at arbejde med digitalisering.**

"Hvilke af de listede barrierer for digitalisering og automatisering er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=4.031



* Kun de virksomheder, som har svaret, at de arbejder med mindst én af de ting, som der er spurgt ind til ift., digitalisering, indgår i figurene på denne side.

** Resultaterne af spørgsmålet, "Hvorfor arbejder virksomheden ikke med digitalisering og automatisering?" er ikke gengivet i denne rapport, men kan findes i bilagsmaterialet, fx tabel 18 mv.

Tilskudsordninger samt rådgivning og konsulentbistand er de tiltag, som virksomhederne typisk efterspørger i relation til arbejdet med digitalisering

De 65% af virksomhederne, som arbejder med digitalisering/automatisering er videre spurgt, hvilke tiltag, som kunne være relevante for dem for at forbedre deres arbejde med digitalisering og automatisering.

Godt en tredjedel af virksomhederne peger på tilskudsordninger, men undersøgelsen kan ikke kvalificere, hvad der konkret skulle være tilskud til, da der er ikke er spurgt om det. Godt en fjerdedel (28%) af virksomhederne efterlyser rådgivning og konsulentbistand, og i relation hertil nævner 13%, at et erhvervsnetværk vil kunne hjælpe dem.

16% peger på, at efteruddannelse af ansatte kunne forbedre deres arbejde med digitalisering/automatisering. Samtidig peger 8% af virksomhederne på tiltrækning af højt kvalificeret arbejdskraft som en barriere. Det tyder på, at adgang til kompetencer og kvalifikationer er en barriere for en relativt stor del af virksomhederne, som arbejder med digitalisering/automatisering.

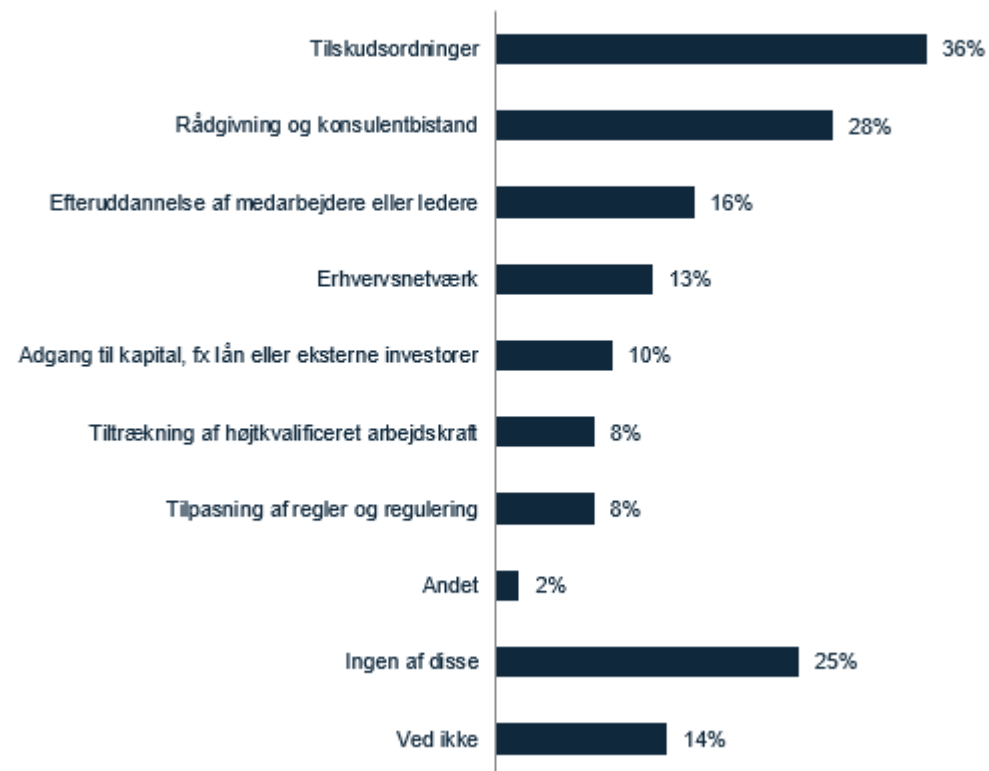
10% af virksomhederne efterlyser adgang til kapital, og 8% peger nødvendigheden af tilpasning af regler og regulering (uden at det kan kvalificeres, hvilke regler der konkret henvises til).



På tværs af brancher ses der nogen variation i ønskerne til støtte, fx svarer 59% af virksomhederne fra industrien, at de ønsker tilskudsordninger, 21% af virksomhederne i landbrug, skovbrug og fiskeri ønsker tilpasning af regler og regulering, og 18% af virksomhederne i branchen information og kommunikation ønsker adgang til kapital (det samme gør sig gældende for industrien).

”Kunne nogle af følgende tiltag eller muligheder være relevante for jer for bedre at kunne arbejde med digitalisering og automatisering?”

n=4.031



Innovation

Flere virksomheder skal udvikle nye produkter og services via styrket innovationskultur og -kapacitet og en konsolideret klyngeindsats, og vækstpotentialet i dansk turisme skal indfries.

Produktinnovation er den mest udbredte innovationstype. Især større virksomheder og specifikke brancher arbejder med innovation

Virksomhederne er også blevet spurgt om, i hvilket omfang de arbejder med forskellige former for innovation, hhv. innovation relateret til produkter/services, innovation i relation til processer, innovation ift. markedsføring samt innovation af virksomhedens organisering.

Mest udbredt er produktudvikling, dvs. innovation af produkter og services. Hver femte virksomhed arbejder i meget høj/høj grad med innovation af produkter/services, mens yderligere 16% gør det i nogen grad.

Procesinnovation og innovation af markedsføring er også relativt udbredt. For begge gælder, at ca. 30% af virksomhederne arbejder med det i meget høj/høj eller nogen grad. Mindst udbredt er innovation af organisering med 19%, der svarer dette.



På tværs af brancher ses, at både produkt- og procesinnovation er relativt mest udbredt i brancherne 'industri' og 'information og kommunikation'. Omvendt er innovation af markedsføring – måske ikke overraskende – mest udbredt indenfor brancherne 'information og kommunikation' og 'handel'.



Turismevirksomheder er mindre innovative end andre, når det gælder innovation af produkter og serviceydelser samt produktions- og arbejdsprocesser. I forhold til markedsføring og organisering ses der ikke noget tydeligt mønster.



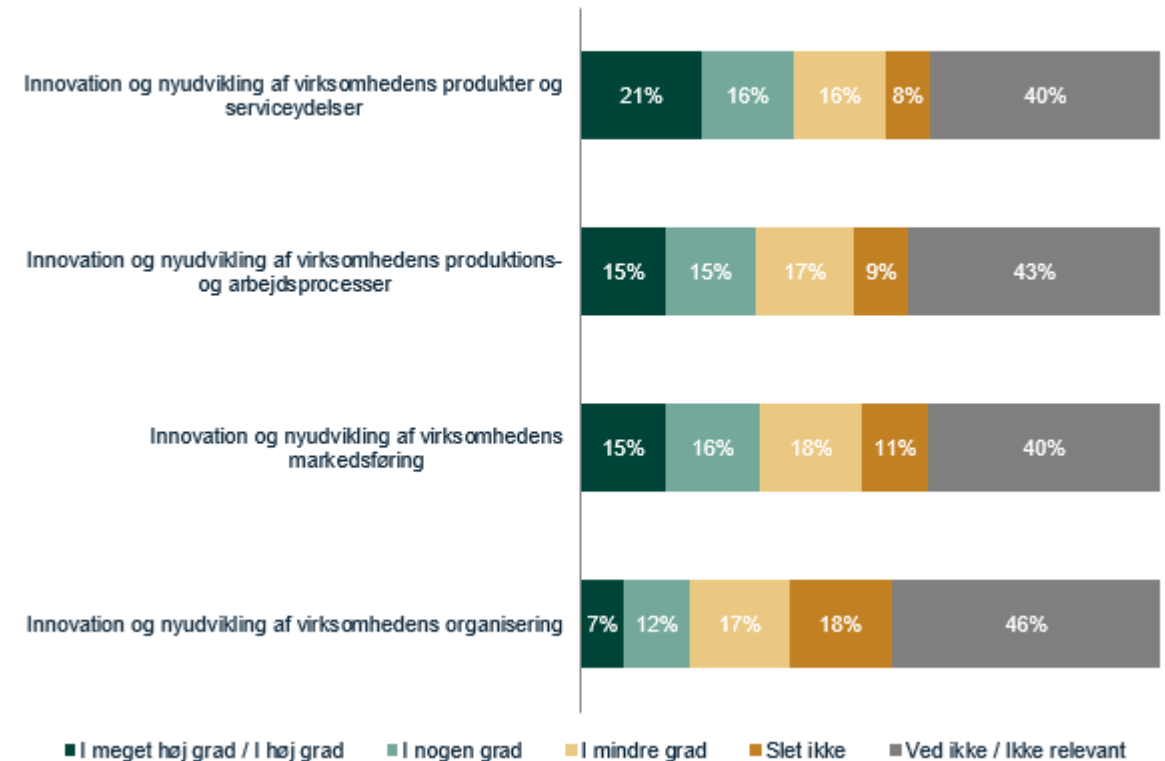
For alle innovationstyper ses en klar sammenhæng mellem virksomhedernes størrelse, og virksomhedernes innovation - Jo større virksomheder, jo større andel arbejder med de forskellige innovationstyper i meget høj/høj grad.



På tværs af erhvervshusområderne ses, at en relativt større andel af virksomhederne i erhvervshusområde Hovedstaden svarer, at de i meget høj/høj grad eller i nogen grad arbejder med innovation.

"I hvilken grad arbejder virksomheden med følgende typer af innovation og nyudvikling?"

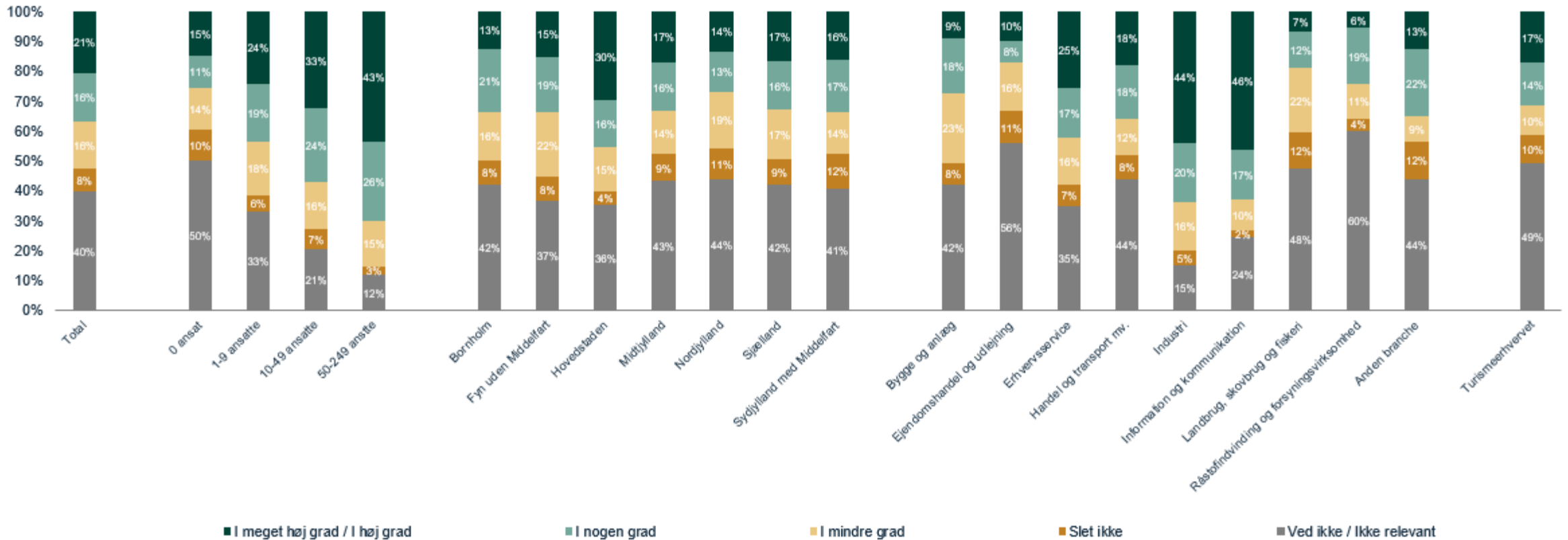
n=5.101



Innovation og nyudvikling af produkter og serviceydelser sker især hos større virksomheder og virksomheder indenfor brancherne 'Industri' og 'Information og kommunikation'

"I hvilken grad arbejder virksomheden med følgende typer af innovation og nyudvikling: Innovation og nyudvikling af virksomhedens produkter og serviceydelser"

n=5.101



* Anden branche dækker over hovedbrancherne 'Kultur, fritid og anden service' og 'Offentlig administration, undervisning og sundhed', som efter afgrænsning af offentlige virksomheder primært består af fitnesscentre og køreskoler.

Få virksomheder har en strategi for deres innovation, men to ud af tre af virksomhederne samarbejder med eksterne aktører om innovation

Kun et mindretal af virksomhederne, 16%, har en nedskrevet strategi for deres innovation og udvikling af nye produkter og ydelser.

Der er dog 37% af virksomhederne, som har medarbejdere dedikeret til innovationsarbejdet, ligesom 14% af virksomhederne har en afdeling dedikeret til innovation, fx en udviklingsafdeling. Især større virksomheder har en nedskrevet strategi og medarbejdere/afdeling dedikeret til innovation.

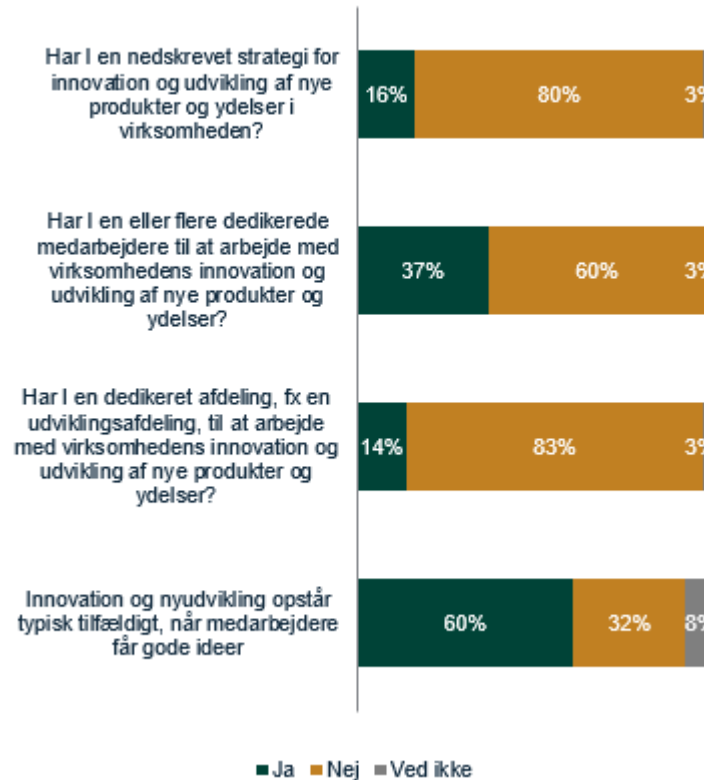
Virksomhederne, som arbejder med innovation er videre spurgt om, hvem de samarbejder med om deres innovation. Næsten to ud af tre virksomheder samarbejder med eksterne om deres innovation.

Mest udbredt er samarbejde med andre virksomheder, hvilket 38% virksomhederne gør. 23% samarbejder med deres brancheorganisation, og 21% svarer, at de samarbejder med udenlandske virksomheder.

Generelt er der færre virksomheder, som svarer, at de samarbejder om innovation med offentlige aktører. Mest udbredt er samarbejde med universiteter (9%) og kommuner (8%).

"Hvilke af følgende ting passer på virksomhedens organisering af jeres innovations- og udviklingsarbejde?"

n=3.162



"Hvilke eksterne aktører samarbejder virksomhederne med omkring innovation?"

n=3.162



Halvdelen af virksomhederne, der arbejder med innovation, svarer, at det sker for at tiltrække nye kunder

Virksomhederne, som arbejder med innovation, er bedt om at begrunde dette arbejde. Halvdelen peger på, at innovationen sker for at tiltrække nye kunder, mens 33% innoverer for at styrke kundefastholdelse og tilpasse sig nye markedstendenser. 32% innoverer for at styrke deres brand.

Ligeledes er innovation med henblik på at opnå bedre kvalitet af produkter og ydelser udbredt (44%).

De årsager, som i højere grad relaterer sig til optimering og effektivisering af produktionen, synes lidt mindre udbredte. Fx angiver 15% lavere priser af eksisterende produkter/ydelser som årsag til innovation, mens 9% peger hurtigere tilpasning af produktionen.

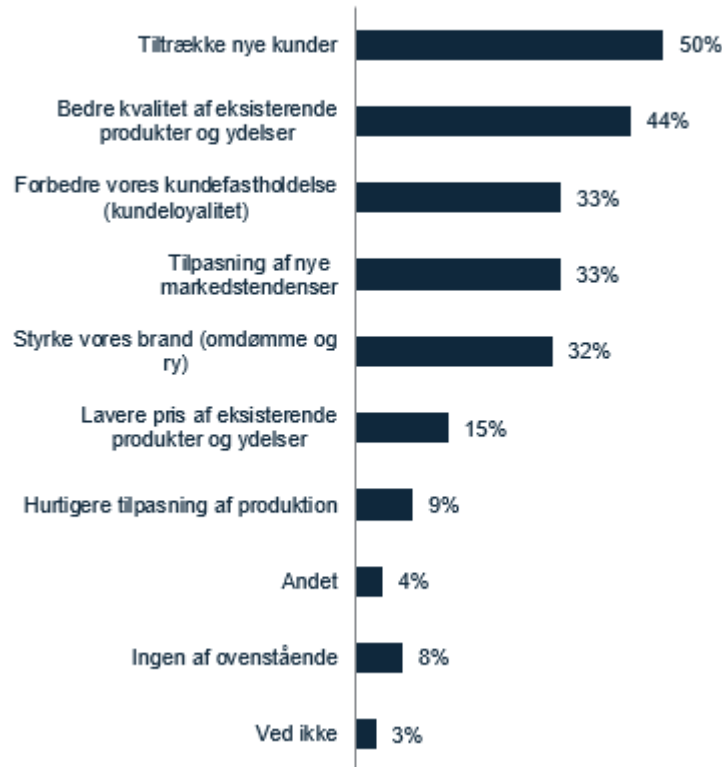
Virksomheder, som arbejder med innovation, er også spurgt til, hvilke tiltag der kunne forbedre arbejdet med innovation. Mest udbredte ønske er igen tilskudsordninger (41%) efterfulgt af rådgivning og konsulentbistand (30%).

Også efteruddannelse af ansatte (21%) og erhvervsnetværk (20%) er relativt efterspurgt.

10% af virksomhederne peger på, vejledning eller evt. medlemskab af klynge inden for det konkrete erhvervsområde kunne være relevant.

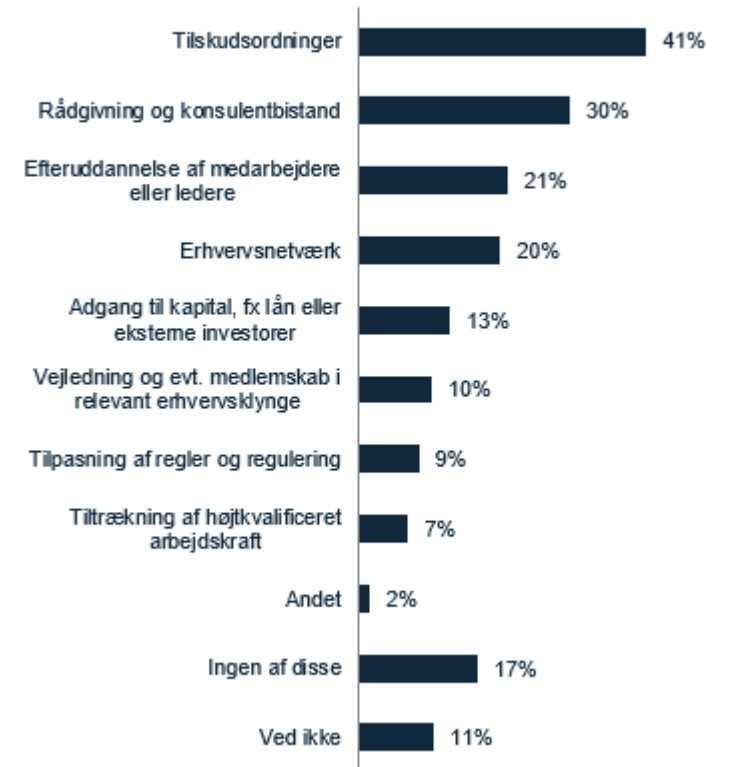
”Hvilke af følgende ting er hovedårsagerne til, at jeres virksomhed arbejder med innovation og nyudvikling? (Vælg op til 3 svar)”

n=3.162



”Kunne nogle af følgende tiltag være relevante for jer for bedre at kunne arbejde med innovation?”

n=3.162



Manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere er den mest udbredte barriere for innovation. Næsten hver fjerde peger på manglende kapital som en barriere

Som under de andre temaer er virksomhederne også i relation til innovation blevet bedt om at svare på, hvad de vigtigste barrierer er. Kun de virksomheder, som arbejder med mindst en af de fire innovationstyper, er spurgt om barrierer.

Som i de andre temaer ses det også for innovation, at manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere er den mest udbredte barriere (42%). Manglende kompetencer er også en udbredt barriere, idet 18% af virksomhederne peger på manglende kompetence hos nuværende medarbejdere som en barriere, og videre 9% på, at de mangler udefrakommende specialister eller ny kvalificeret arbejdskraft. 14% peger i den forbindelse også på manglende rådgivning eller manglende viden om muligheder og potentielle gevinster.

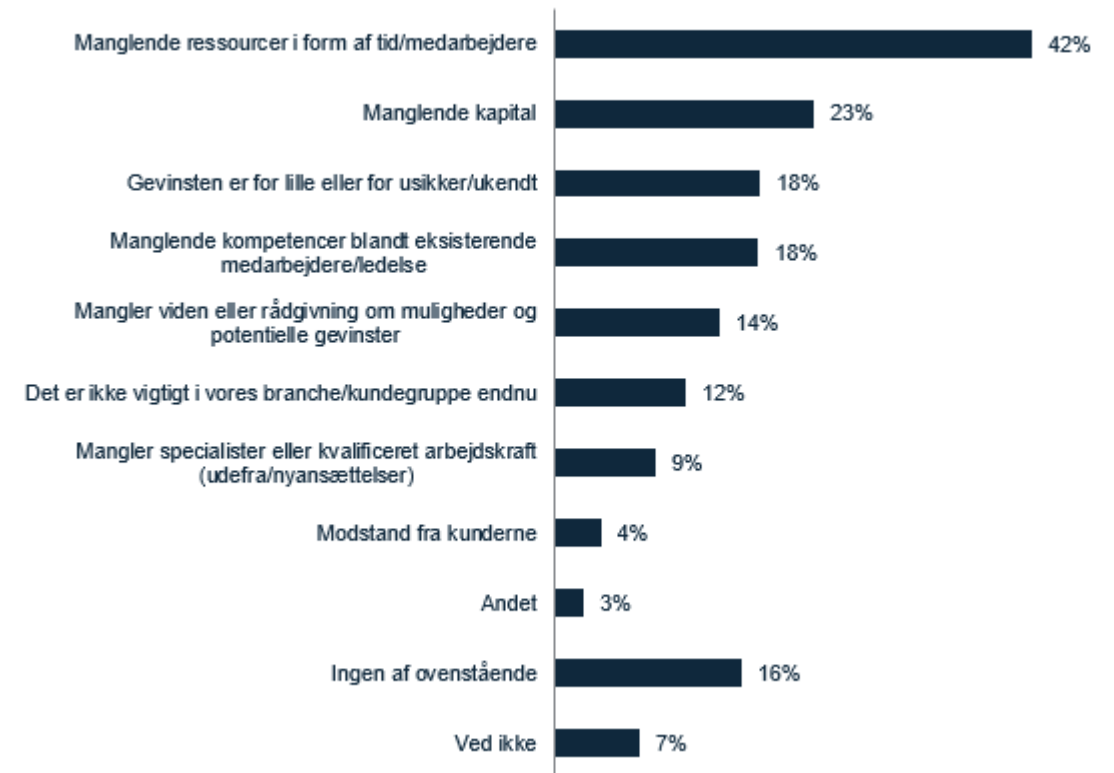
18% af virksomhederne oplever, at usikkerhed om gevinsterne ved innovation er en barriere. Næste hver fjerde (23%), som arbejder med innovation, ser manglende kapital som en barriere.

De virksomheder, som svarer, at de "slet ikke" arbejder med nogle af de fire innovationstyper (i alt 181 virksomheder), er blevet bedt om at begrunde hvorfor. Her ses relativt ensartede svar, idet 61% af virksomhederne peger på manglende relevans for virksomheden eller branchen, mens 18% i samme boldgade peger på, at det ikke er vigtigt for virksomhedens kunder eller i virksomhedens branche.

Alle de øvrige begrundelser for ikke at arbejde med innovation, som der er spurgt til, fx mangel på tid, medarbejdere, kompetencer eller kapital, usikker gevinst mv. er kun gældende for relativt få virksomheder.**

"Hvilke af de listede barrierer for innovation og nyudvikling er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=3.162



* Kun de virksomheder, som har svaret, at de arbejder med innovation i meget høj, høj og nogen grad, indgår i figurene på denne side.

** Resultaterne af spørgsmålet, "Hvorfor arbejder virksomheden ikke med innovation?" er ikke gengivet i denne rapport, men kan findes i bilagsmaterialet, fx tabel 25 mv

Internationalisering

Virksomhedernes internationalisering skal øges gennem øget internationalt samarbejde, evnen til at håndtere global usikkerhed og styrket parathed til omstilling og eksport.

Næsten hver femte virksomhed arbejder med internationalisering og orienterer sig mod udlandet

Virksomhederne er også blevet spurgt om, hvorvidt de arbejder med internationalisering og orienterer sig mod udlandet, da dette er blandt de drivkræfter for vækst og udvikling, som indgår i erhvervsfremmestrategien.

19% af virksomhederne svarer, at de i meget høj, høj eller nogen grad arbejder med internationalisering, hvoraf den største andel svarer, at de gør det i meget høj/høj grad med 12%. Hertil kommer, at 7% af virksomhederne svarer, at de i mindre grad arbejder med internationalisering.

27% af virksomhederne svarer, at de slet ikke arbejder med internationalisering, og 47% svarer, at internationalisering ikke er relevant (eller 'ved ikke' – det bemærkes dog, at kun 2 procentpoint af de 47% svarer ved ikke).



På tværs af brancher ses, at virksomheder indenfor 'Industri' og 'Information og kommunikation' i større grad end andre arbejder med internationalisering. Særligt i brancherne 'Bygge og anlæg' og 'administration, undervisning og sundhed' arbejdes kun i begrænset omfang med internationalisering.



I relation til virksomheder inden for turismeerhvervene ses, at en lidt større andel af virksomhederne svarer, at internationalisering ikke er relevant for dem.



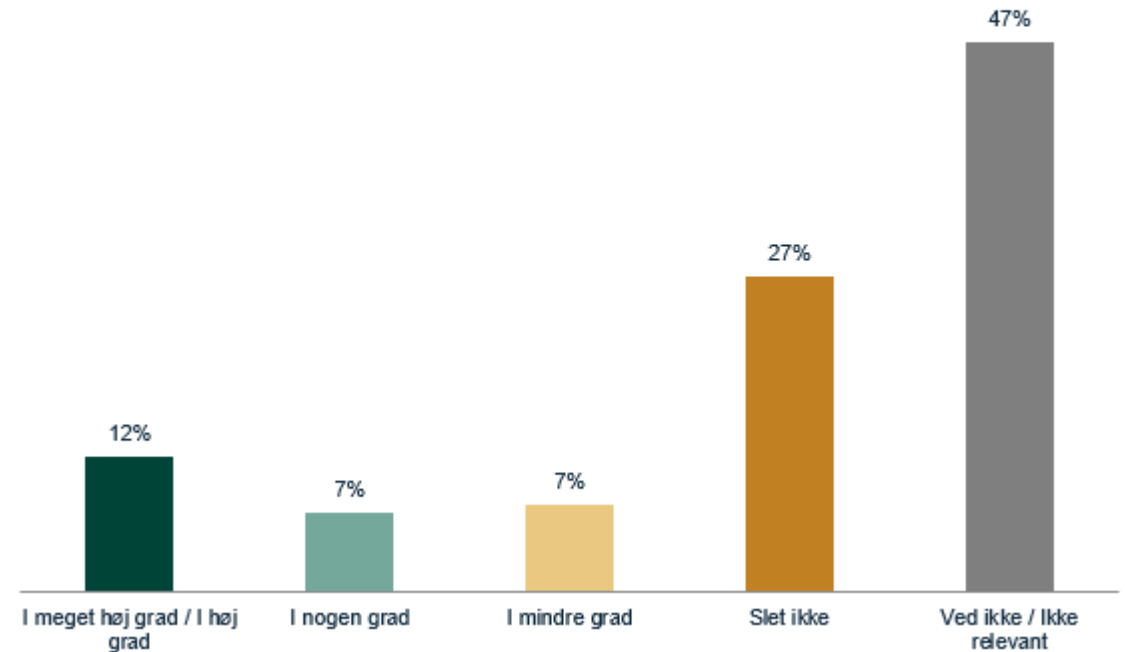
I forhold til virksomhedsstørrelse ses det, at større virksomheder i højere grad arbejder med internationalisering og orientering mod udlandet. Fx ses, at 44% af virksomhederne med 50-249 ansatte arbejder med internationalisering i høj eller nogen grad. 14% af virksomhederne med 0 ansatte arbejder med internationalisering.



På tværs af erhvervshusområderne ses, at en lidt højere andel af virksomheder i Hovedstaden (25%) svarer, at de i meget høj/høj eller nogen grad arbejder med internationalisering. Herudover ses ingen systematiske tendenser på tværs af erhvervshusområderne.

"I hvilken grad arbejder virksomheden med internationalisering og orientering mod udlandet?" *

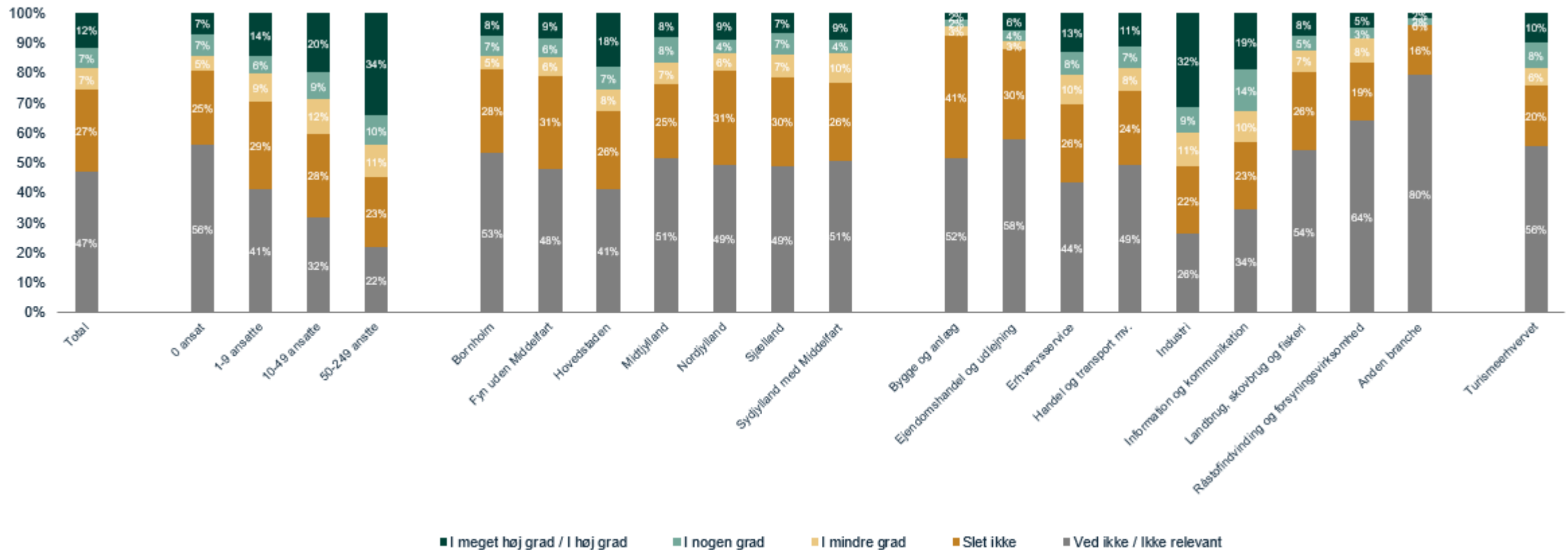
n=5.101



Arbejdet med internationalisering er især udbredt i specifikke brancher og større virksomheder. Derudover ses det også at virksomheder i Hovedstaden i lidt højere grad arbejder med internationalisering end virksomheder i andre områder.

”I hvilken grad arbejder virksomheden med internationalisering og orientering mod udlandet?”

n=5.101



* Anden branche dækker over hovedbrancherne 'Kultur, fritid og anden service' og 'Offentlig administration, undervisning og sundhed', som efter afgrænsning af offentlige virksomheder primært består af fitnesscentre og køreskoler.

Virksomhederne arbejder primært med internationalisering i relation til samarbejde med udenlandske virksomheder, opdyrkning af nye markeder og eksport af produkter og serviceydelser

75% af de virksomheder, der arbejder med internationalisering, gør det i relation til samarbejde med udenlandske virksomheder.

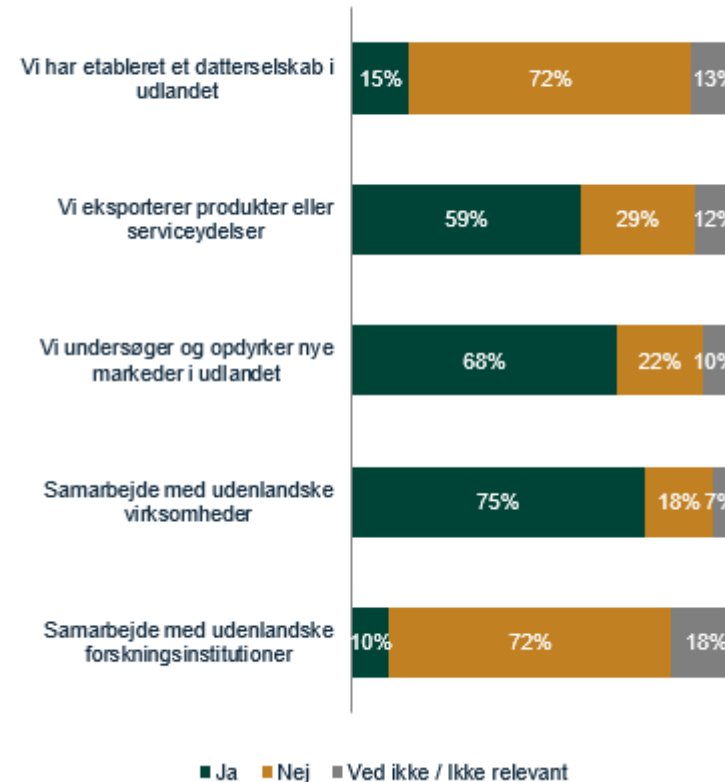
Herudover arbejder virksomhederne typisk med internationalisering i relation til eksport (59%) og opdyrkning af nye markeder (68%).

15% af virksomhederne (som arbejder med internationalisering) har etableret et datterselskab i udlandet, og 10% samarbejder med udenlandske forskningsinstitutioner.

41% af virksomhederne har én eller flere medarbejdere, der er dedikeret til arbejdet med virksomhedens internationalisering, godt en tredjedel har opstillet konkrete mål for deres internationaliseringsaktiviteter (herunder evt. eksport), og 18% har en nedskrevet strategi for internationaliseringen i virksomheden.

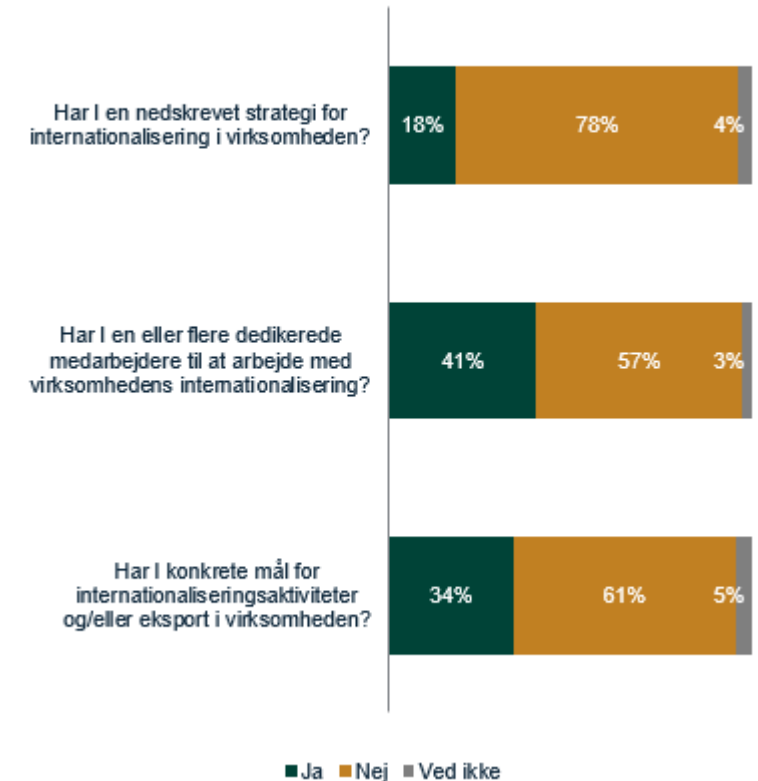
”Hvordan arbejder I med internationalisering?” *

n=1.292



”Anvender I nogle af følgende elementer i jeres arbejde med internationalisering?”

n=1.292



De typiske drivere for internationalisering er økonomisk gevinst og udviklingen af markeder, mens de største barrierer er manglende ressourcer og kapital

Virksomhederne, som arbejder med internationalisering, er blevet bedt om at begrunde hovedårsagerne hertil, samt hvilke barrierer de ser for internationalisering.

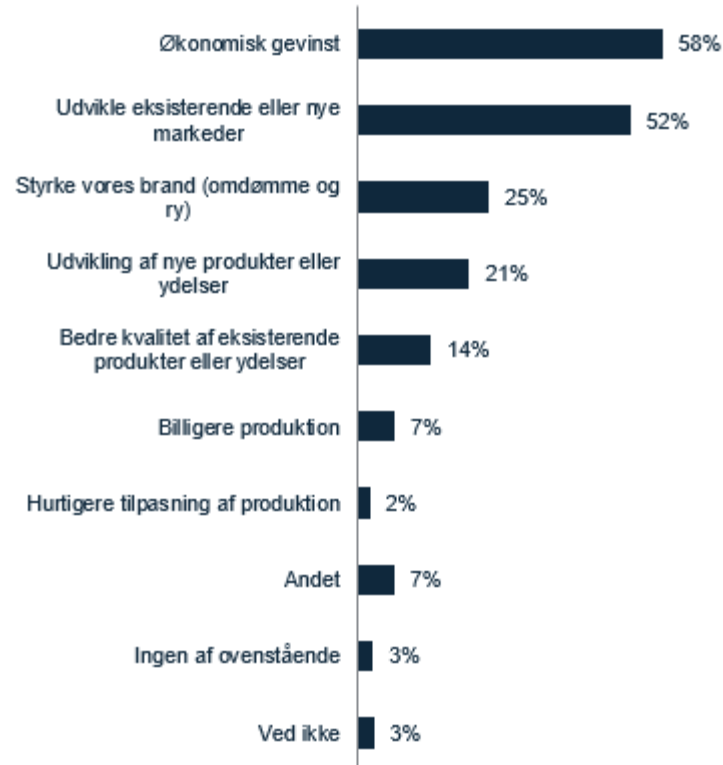
De typiske hovedårsager til at arbejde med internationalisering vurderes af virksomheder til at være økonomisk gevinst med tilkendegivelse fra 58% af virksomhederne, udvikling af eksisterende eller nye markeder med 52% og styrkelse af eget brand med 25%.

Barriererne for internationalisering vurderes af virksomhederne til typisk at omhandle manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere med 33%, manglende kapital med 24% og vanskeligheder med at konkurrere med udenlandske konkurrenter (13%).

En fjerdedel af virksomhederne genkender ikke nogle af de oplyste barrierer og nævner heller ikke selv andre barrierer. Dette kan tolkes således, at en andel af virksomhederne, der arbejder med internationalisering, ikke oplever barrierer i relation til arbejdet.

"Hvilke af følgende ting er hovedårsagerne til, at jeres virksomhed arbejder med internationalisering? (Vælg op til 3 svar)"

n=1.292



"Hvilke af de listede barrierer for internationalisering er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=1.292



Virksomhederne efterspørger primært tilskudsordninger, rådgivning og konsulentbistand samt erhvervsnetværk

Virksomhederne, der arbejder med internationalisering, er i undersøgelsen blevet spurgt til hvilke ting, de efterspørger for bedre at kunne arbejde med internationalisering.

35% af virksomhederne peger på tilskudsordninger som et tiltag, der kunne være relevant for dem i relation til styrket internationalisering, 26% efterspørger rådgivning og konsulentbistand og 22% efterspørger erhvervsnetværk.

Virksomhederne efterspørger altså primært en regulerende tilskudsmulighed, der kan øge deres internationalisering og mere støtte i form af viden og sparring om internationalisering.

Det ses dog også, at der er en gruppe af virksomhederne, der arbejder med internationalisering, uden at have et behov for tiltag. Fx svarer 25%, at de ikke ser nogen af tiltagene eller mulighederne som relevante for deres internationalisering.



Især virksomheder inden for 'industri' efterspørger tilskudsordninger (63%) og tiltrækning af højt kvalificeret arbejdskraft (22%). Relativt flere virksomheder inden for 'Information og kommunikation' efterspørger adgang til kapital (36%).

Virksomhederne, som IKKE arbejder med internationalisering, er spurgt om, hvad årsagen til dette er. Her peger tre fjerdedele på 'manglende relevans' for virksomheden/i branchen. Kun få, 9%, peger på usikker/lille gevinst og manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere (7%).

"Kunne nogle af følgende tiltag eller muligheder være relevante for jer for bedre at kunne arbejde med den internationalisering?"

n=1.292



Kvalificeret arbejdskraft og social inklusion

Virksomhedernes adgang til kvalificeret arbejdskraft skal styrkes ved at uddanne og efteruddanne flere med relevante kvalifikationer, tiltrække og fastholde højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft og øge virksomhedernes sociale inklusion.

22% af virksomhederne forventer at skulle ansætte nye medarbejdere. Heraf forventer en tredjedel i høj grad at kunne rekruttere kvalificerede medarbejdere

I undersøgelsen er virksomhederne blevet spurgt til, hvorvidt de forventer at ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år. I givet fald spørges virksomhederne videre, om de i så fald forventer at kunne rekruttere kvalificeret arbejdskraft.

22% af virksomhederne svarer ja til, at de forventer at ansætte nye medarbejdere, 69% svarer nej, og 9% svarer ved ikke.

Blandt de, der forventer at ansætte nye medarbejdere, svarer 34%, at de i meget høj/høj grad forventer at kunne rekruttere kvalificerede medarbejdere, 39% svarer i nogen grad, 21% svarer i mindre grad, mens samlet 5% svarer slet ikke eller ved ikke.



På tværs af brancher ses, at særligt virksomheder indenfor 'Industri' 'Bygge og anlæg' og 'Handel og transport' forventer at ansætte flere personer inden for det kommende halve år hhv. 40%, 36% og 26%.



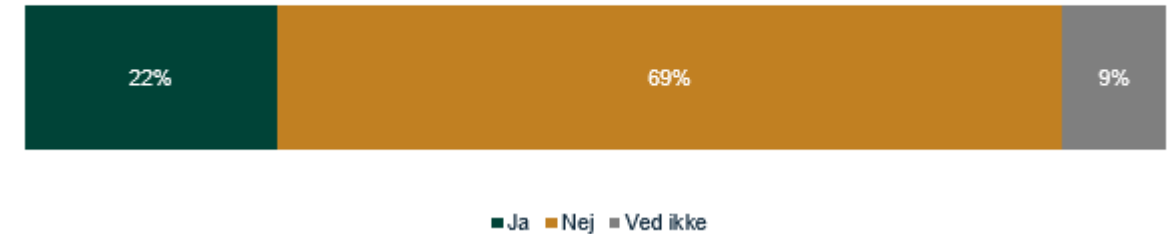
På tværs af virksomhedsstørrelser ses en tydelig tendens til, at jo større virksomhed, jo større er andelen af virksomheder, som forventer at skulle ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år.



På tværs af erhvervshusområderne ses, at en lidt større andel af virksomhederne i erhvervshusområde Midtjylland forventer at skulle ansætte nye medarbejdere (29%).

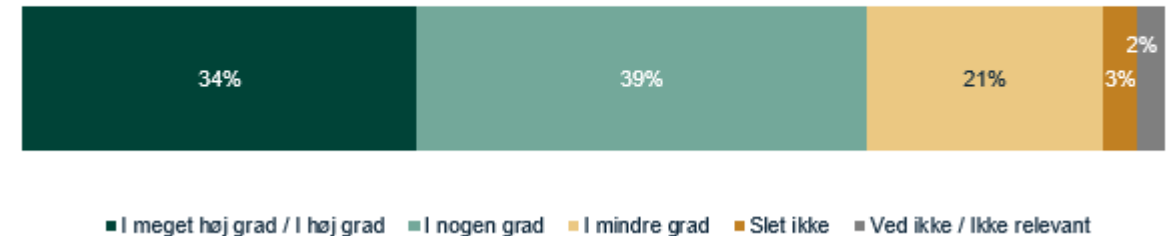
"Forventer virksomheden at skulle ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år?"

n=5.101



"Forventer I at kunne rekruttere kvalificerede medarbejdere, når/hvis I skal rekruttere nye medarbejdere i det kommende halve år?"

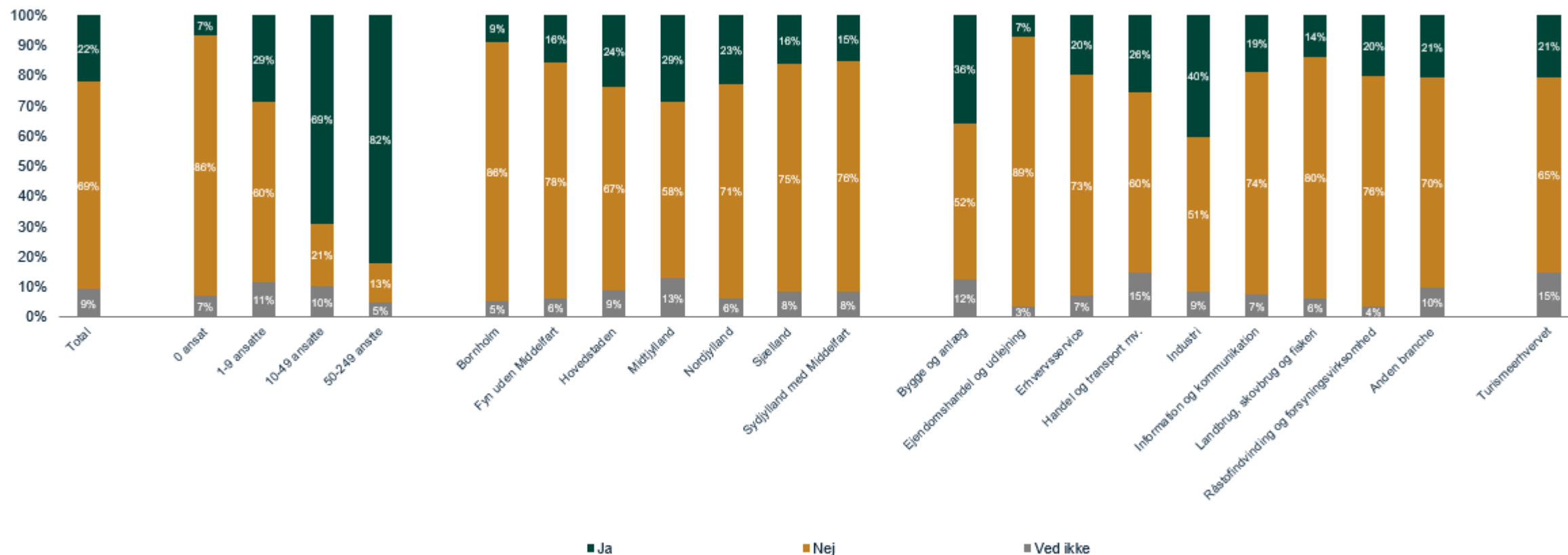
n=2.382. Kun stillet til virksomheder, som forventer at ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år.



Ansættelser af nye medarbejder forventes især indenfor brancherne 'Bygge og anlæg', 'Industri' og 'Handel og transport mv'. Derudover forventes nye ansættelser især i større virksomheder

"Forventer virksomheden at skulle ansætte nye medarbejdere inden for det kommende halve år?"

n=5.101



* Anden branche dækker over hovedbrancherne 'Kultur, fritid og anden service' og 'Offentlig administration, undervisning og sundhed', som efter afgrænsning af offentlige virksomheder primært består af fitnesscentre og køreskoler.

17% af virksomhederne har fokus på rekruttering af højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft, men ressourcekrævende ansættelsesproces og sprog er barrierer

I undersøgelsen er virksomhederne, der forventer at ansætte i det kommende halve år, blevet spurgt til, hvorvidt de under rekruttering har fokus på ansættelse af højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft. De virksomheder, der har fokus herpå, er efterfølgende blevet spurgt til potentielle barrierer.

17% af virksomhederne har i meget høj/høj grad fokus på højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft i deres rekruttering.



I især branchen 'Landbrug, skovbrug og fiskeri' svarer en stor andel, at udenlandsk arbejdskraft i meget høj/høj grad er relevant for dem.



Især helt små virksomheder (med 0 ansatte) er tilbøjelige til at svare, at udenlandsk arbejdskraft ikke er relevant for dem.

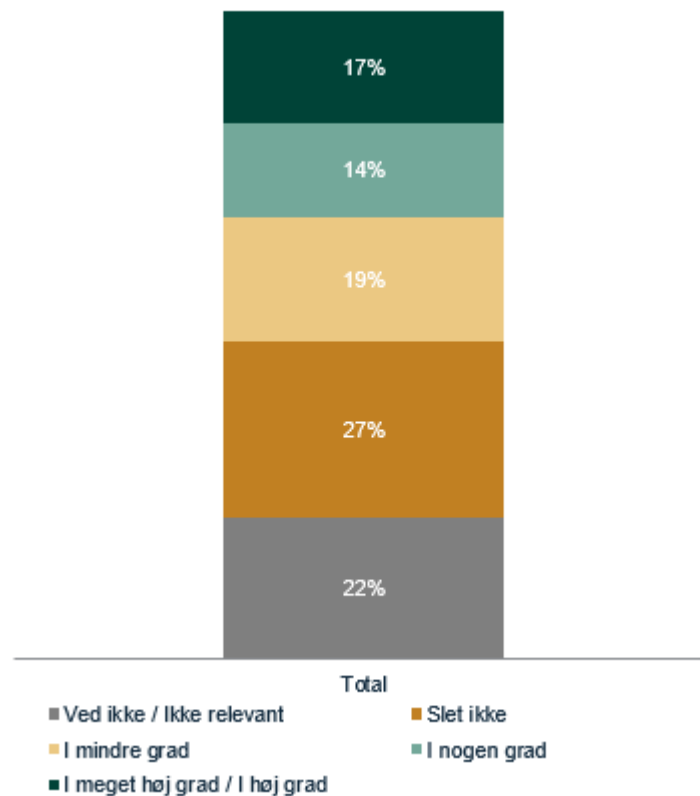


Der ses ikke tydelige systematiske forskelle på tværs af erhvervsområder.

Blandt virksomheder, der har fokus på højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft, er de typiske barrierer for rekruttering ressourcekrævende proces for ansættelse (32%), dansksproglige færdigheder (27%) og kompliceret lovgivning og blanketter (26%).

"Hvis I stod og skulle rekruttere nye medarbejdere, i hvilken grad ville I så have fokus på at rekruttere højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft?"

n=2.382



"Hvilke af de listede barrierer for ansættelse af højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=1.073.*



9% af virksomhederne har i meget høj/høj grad fokus på rekruttering af udsatte personer, men økonomi opfattes som en barriere

Virksomhederne, der forventer at ansætte i det kommende halve år, er også blevet spurgt til, hvorvidt de under rekruttering har fokus på ansættelse af udsatte personer, samt hvilke barrierer, der kan være for ansættelse af udsatte personer.

9% af virksomhederne har i meget høj/høj grad fokus på ansættelse af udsatte personer. 20% af virksomhederne har slet ikke fokus på ansættelse af udsatte personer.



Især brancherne 'Information og kommunikation' og 'Ejendomshandel og udlejning' svarer, at de ikke har fokus på udsatte personer, når de rekrutterer.



Der ses ikke tydelige systematiske forskelle på tværs af ansatte.

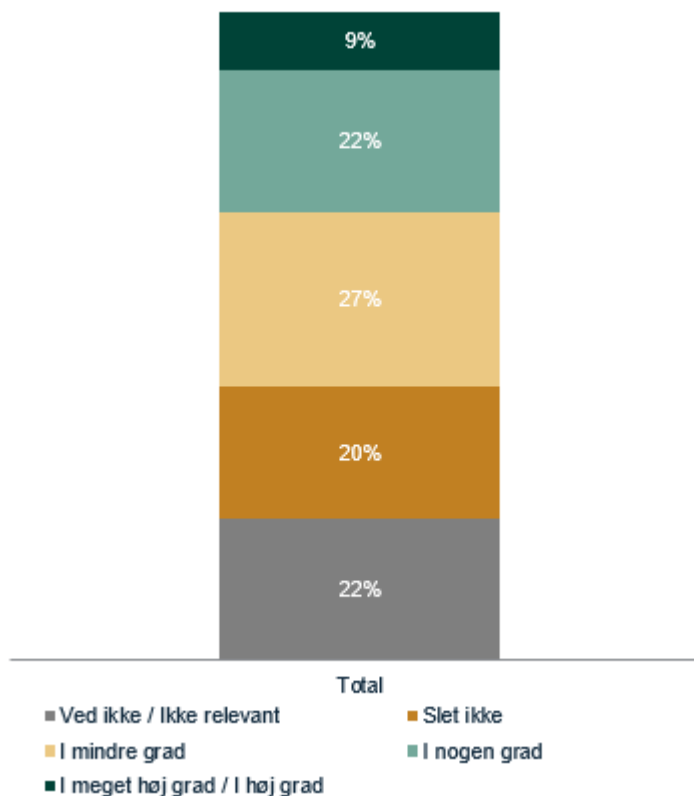


Der ses ikke tydelige systematiske forskelle på tværs af erhvervsområder.

Blandt virksomheder, der har fokus på højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft, er de typiske barrierer for rekruttering ressourcekrævende proces for ansættelse (32%), dansksproglige færdigheder (27%) og kompliceret lovgivning og blanketter (26%).

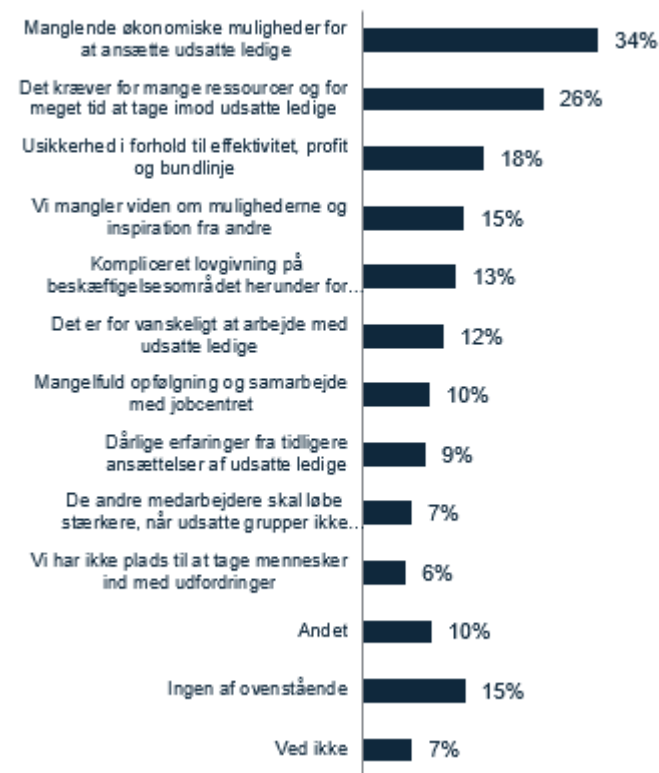
"Hvis I stod og skulle rekruttere nye medarbejdere, i hvilken grad ville I så have fokus på at rekruttere udsatte personer?"

n=2.382



"Hvilke af de listede barrierer for ansættelse af udsatte personer er mest rammende for jeres virksomhed? (Vælg op til 3 svar)"

n=1.112**



* Udsatte personer er i undersøgelsen beskrevet som personer med fysiske, psykiske eller sociale problemer. Og eventuelle behov for anderledes ansættelsesforhold.

** Kun de virksomheder, som har svaret, at de i meget høj/høj grad eller nogen grad ville have fokus på udsatte personer, indgår i figuren til højre.

Kendskab til erhvervsfremmesystemet

Næsten halvdelen af SMV'erne kender erhvervshusene, men under hver tiende virksomhed har anvendt erhvervshusene

Virksomhederne er afslutningsvis i spørgeskemaet spurgt om deres kendskab til forskellige aktører i erhvervsfremmesystemet. Resultatet viser, at:

9% af SMV'erne kender og har anvendt Erhvervshusene. Yderligere 39% af virksomhederne kender erhvervshusene, men har ikke anvendt dem. Godt halvdelen af virksomhederne kender ikke erhvervshusene.

Kendskabet til den lokale erhvervsrådgivning, som tilbydes af kommunerne, er stort set lig kendskabet til erhvervshusene.

Kendskabet til viden- og erhvervsklyngerne* er lidt lavere end kendskabet til erhvervshusene og kommunernes lokale erhvervsrådgivning. 2% af virksomhederne har deltaget i klyngerne, 22% kender klyngerne men har ikke selv deltaget. Godt tre fjerdedele af virksomhederne kender ikke klyngerne.



Anvendelsen af erhvervshusene er markant højere indenfor industri end øvrige brancher, idet 29% af virksomhederne i industri svarer, at de har anvendt erhvervshusene.



Andelen, som ikke kender erhvervshusene, er lidt højere blandt virksomheder i turisme-erhvervene (58%) end blandt virksomhederne generelt (52%). Dette kan dog forklares af virksomhedsstørrelse og det tidligere nævnte højere kendskab inden for industri.



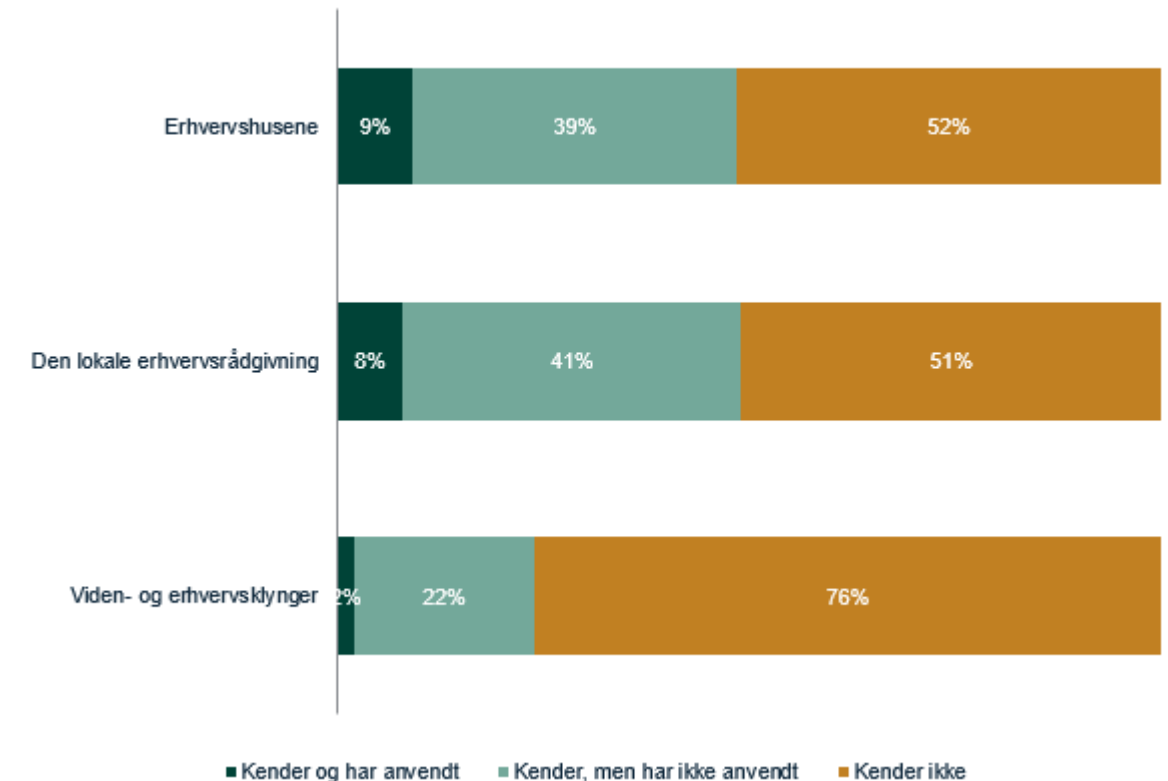
Kendskabet til erhvervshusene er lidt større blandt virksomheder med 10-49 ansatte og 40-249 ansatte end blandt virksomheder med 9 eller færre ansatte.



Kendskabet til erhvervshusene er nogenlunde konstant på tværs af erhvervshusområderne, hvor andelen, som ikke kender erhvervshusene, i alle tilfælde ligger omkring halvdelen af virksomhederne.

“Har I kendskab til ...”

n=5.101



Epinion Copenhagen

Ryesgade 3F

2200 Copenhagen N

Denmark

T: +45 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com