

Internationaliserings- barometer 2023

Hvor internationale er hovedstadsregionens virksomheder?



Erhvervshus
HOVEDSTADEN



Katrine Paaby Joensen
Direktør, Erhvervshus Hovedstaden

Redaktion, analyse og design:

Erhvervshus Hovedstaden
Fruebjergvej 3
2100 København Ø



September 2023
Forside foto: Shattha Pilabut (pexels.com)

Forord

Med eksport af varer og tjenester for 1.800 mia. kr. om året (2022) har eksportvirksomhederne en meget stor betydning for dansk økonomi. Dobbelt så mange af hovedstadsregionens virksomheder eksporterer sammenlignet med resten af landet, og regionens globale styrkepositioner, koncentration af videninstitutioner, veluddannede arbejdsstyrke, internationale forbundethed og innovative iværksætttermiljø bidrager til en stærk konkurrenceevne.

Men hovedstadsregionen er i skarp konkurrence med andre internationale metropoler og spørgsmålet er, om der er potentiale for at styrke regionens eksport og dermed bidrage til dansk vækst og velfærd?

Vi har taget temperaturen på eksportparatheden – samt muligheder og barrierer - i de små og mellemstore virksomheder i hovedstadsregionen. Vores undersøgelse viser bl.a., at hver femte virksomhed eksporterer til udlandet, hvilket er dobbelt så mange som på landsplan, og at eksporten skaber dobbelt så mange skalérbare virksomheder sammenlignet med virksomheder med fokus på hjemmemarkedet. For 25% af eksportvirksomhederne gælder det, at eksport står for over 80% af deres samlede omsætning.

Men der er ingen tvivl om, at potentialet er langt større. Vi har spurgt de eksporterende virksomheder, hvad de oplever som de største barrierer i forhold til at øge deres eksportforretning.

Her peges der især på manglen på ressourcer som tid og medarbejdere, men også manglende markedsafdækning og netværk i forhold til at identificere kunder, salgskanaler og samarbejdspartnere. Samtidig fortæller størstedelen af virksomhederne, at de ikke har en konkret eksportstrategi, til trods for at en strategi netop er med til at skabe retning for eksportindsatsen.

Undersøgelsen peger også på masser af potentiale blandt de virksomheder, der endnu ikke er kommet i gang med eksport. 13 pct. af de virksomheder, der i dag ikke har eksport, er enten tæt på at komme i gang eller vil gerne i gang med eksport, og det gælder særligt industrivirksomhederne.

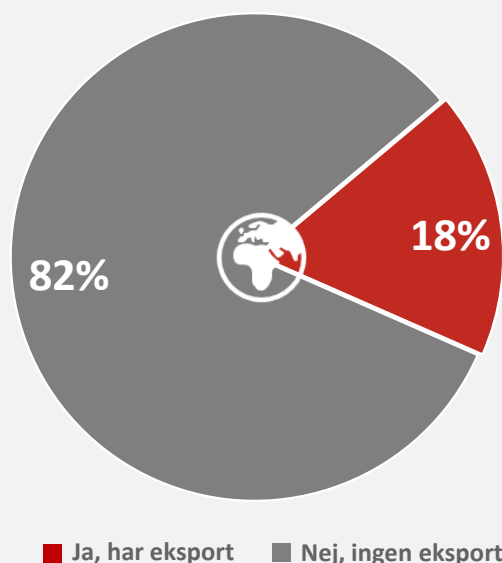
Det svarer til, at ca. 10.000 virksomheder i hovedstadsregionen potentielt kan bidrage yderligere til Danmarks velstand ved at skalere deres forretning ud over Danmarks grænser. Endelig fortæller 40% af de eksporterende virksomheder, at de benytter sig af e-handel, mens yderligere 17% af dem uden e-handel i dag oplyser, at de på sigt overvejer at sælge deres varer gennem e-handel. Også dette rummer et uudnyttet potentiale.

Alt i alt tegner undersøgelsen et positivt billede af eksportparatheden blandt hovedstadsregionens virksomheder, men viser også, at der er potentiale for at styrke eksportindsatsen og dermed skabe mere vækst – ikke kun til gavn for hovedstadsregionen, men hele Danmark.



Hvor mange virksomheder i hovedstadsregionen har eksport?

Knap hver femte virksomhed i hovedstadsregionen har eksport til udlandet.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

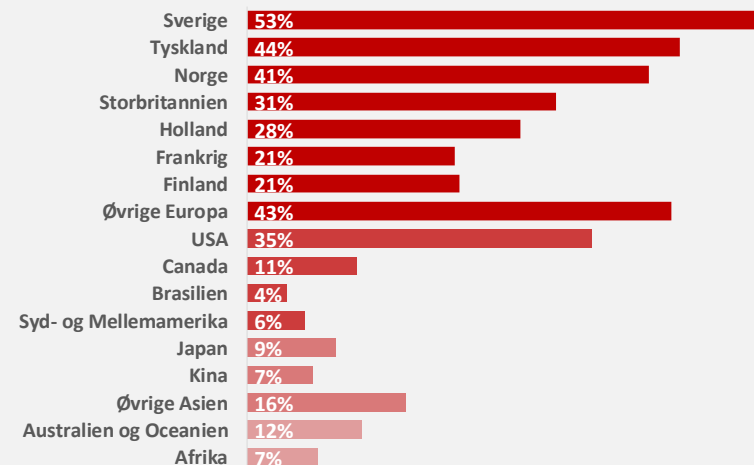
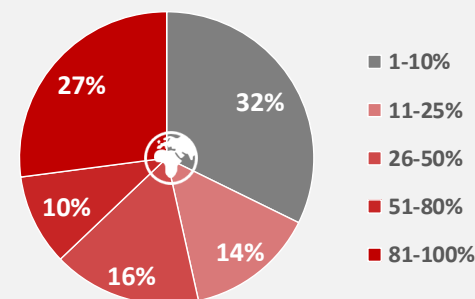
Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der har salg og eksporterer til udlandet.

Antal svar: 1.115

18 pct. eller næsten hver femte af hovedstadsregionens virksomheder har salg af varer eller tjenesteydelser til udlandet. Tal fra Udenrigsministeriet¹ angiver, at omtrent 9-10 pct. af danske virksomheder har eksport (2021).

Hovedstadsregionen har en naturlig "bro" til omverden, som giver en højere grad af internationalisering end i resten af Danmark.

¹ Andelen er baseret på Udenrigsministeriets eksportstatistikbank over antal virksomheder med vareeksport (18.415 i 2021). Hertil kommer et mindre antal for serviceeksport (anslået til 10-12.000). Opgjort i fht. alle +300.000 aktive virksomheder i DK, kan det estimeres, at 9-10 pct. af de danske virksomheder er eksportaktive.

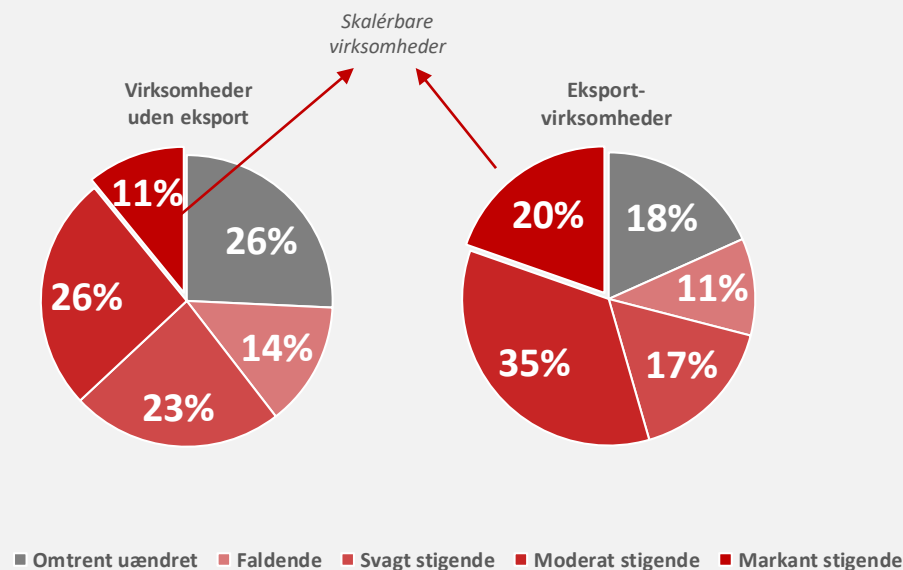


Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figurerne viser eksportvirksomhedernes andel af eksport af deres samlede omsætning, samt hvilke lande, de eksporterer til.

Antal svar: 224

Eksport giver dobbelt så mange skalérbare virksomheder



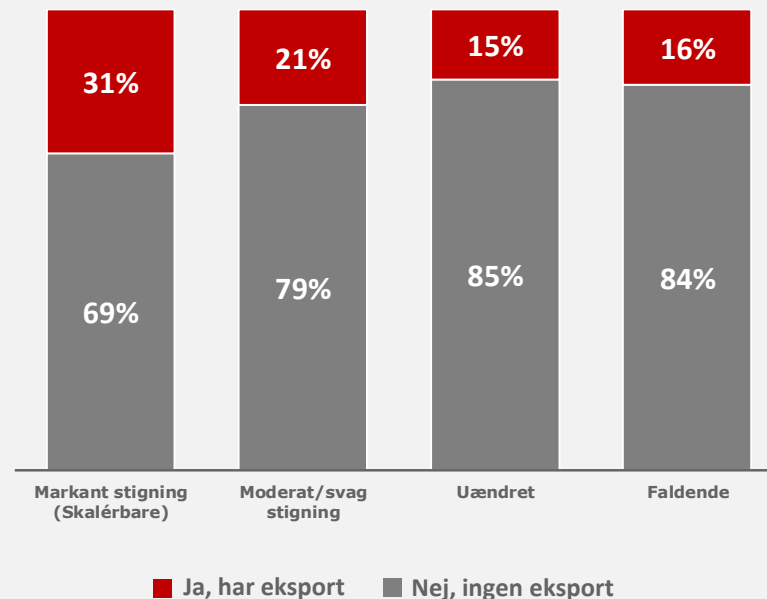
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser fordelingen af alle virksomheder hhv. eksporterende virksomheder og deres egenopfattelse af deres udvikling de seneste to-tre år på omsætning og forretningens generelle udvikling. Antal svar: 891 hhv. 224

Knap to ud af tre (60 pct.) af hovedstadsregionens virksomheder uden eksport vurderer, at de oplever vækst i mere eller mindre grad. Heraf betegner 11 pct. sig med en markant stigning. En gruppe, der kan karakteriseres som "skalérbare" virksomheder.

Ser man udelukkende på eksporterende virksomheder, stiger andelen af "sunde" virksomheder, og de skalérbare udgør 20 pct. – nærmest en fordobling. Eksport har altså en positiv effekt på virksomhedernes forretning og bidrager til øget skalering.

Eksport bidrager til højere vækst og en sundere forretningsudvikling



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

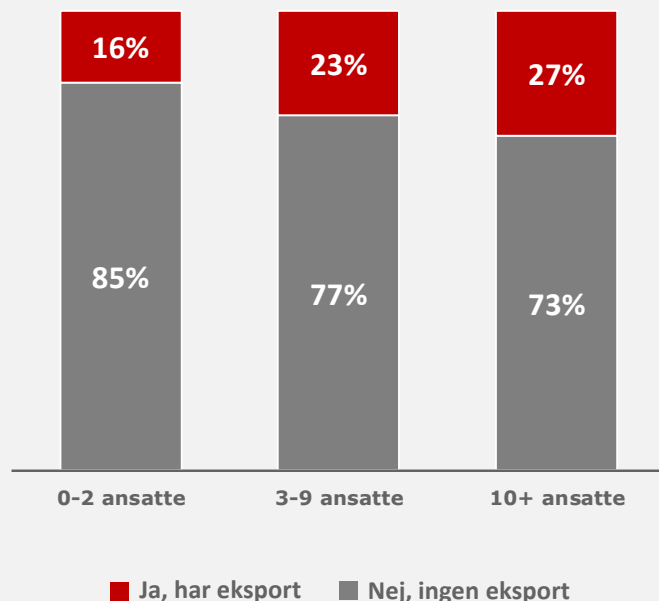
Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der eksporterer til udlandet opdelt på virksomhedernes udvikling. Antal svar: 1.115

Graden af internationalisering varierer i forhold til virksomhedernes generelle udvikling og tilstand. De 13 pct. skalérbare virksomheder har den højeste eksportandel (31 pct.), mens den falder i takt med virksomhedernes mere afdæmpede udvikling (15-21 pct.).

Om det er eksporten isoleret set, der bidrager til højere vækst hos de skalérbare virksomheder, kan ikke entydigt afgøres, men det er nærliggende at antage, at eksport er en vigtig forudsætning for skalering.

Store virksomheder

er de mest internationale



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der eksporterer til udlandet opdelt på størrelse.

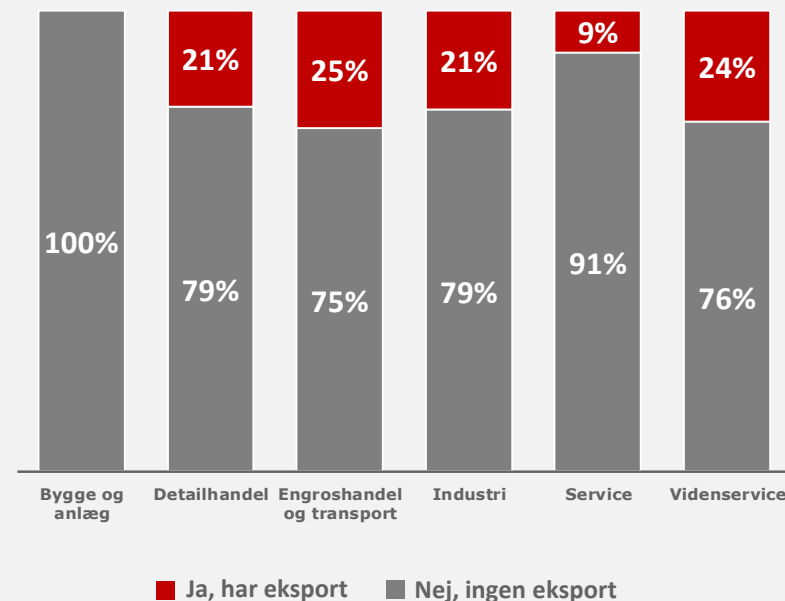
Antal svar: 1.115

Graden af internationalisering hos hovedstadsregionens virksomheder stiger markant med størrelsen. I virksomheder med 10+ ansatte har 27 pct. eksport i deres forretning.

Tilsvarende ligger andelen på 23 pct. hos mindre virksomheder (3-9 ansatte) og blot 16 pct. hos de helt små virksomheder.

De mest internationale brancher

er engroshandel og transport samt vidensservice



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der eksporterer til udlandet opdelt på branche.

Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 1.115

Internationalisering varierer også på tværs af brancher. I engroshandel og transport har én ud af fire virksomheder (25 pct.) eksport, efterfulgt af vidensservice på næsten samme niveau (24 pct.).

Lidt mindre internationale er industri og detailhandel – begge på 21 pct., mens service har markant lavere eksport med blot 9 pct. Lavest ligger bygge og anlæg ikke overraskende, som står helt uden eksport.

Tre ud af fire sælger

direkte til udlandet



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser eksportvirksomhedernes salgskanaler til udlandet. Flersvarsmulighed.
Antal svar: 224

Tre ud af fire af hovedstadsregionens eksportvirksomheder håndterer deres eksport som direkte salg. Det kan både være via traditionelle salgskanaler (detail/engros), men også e-handel.

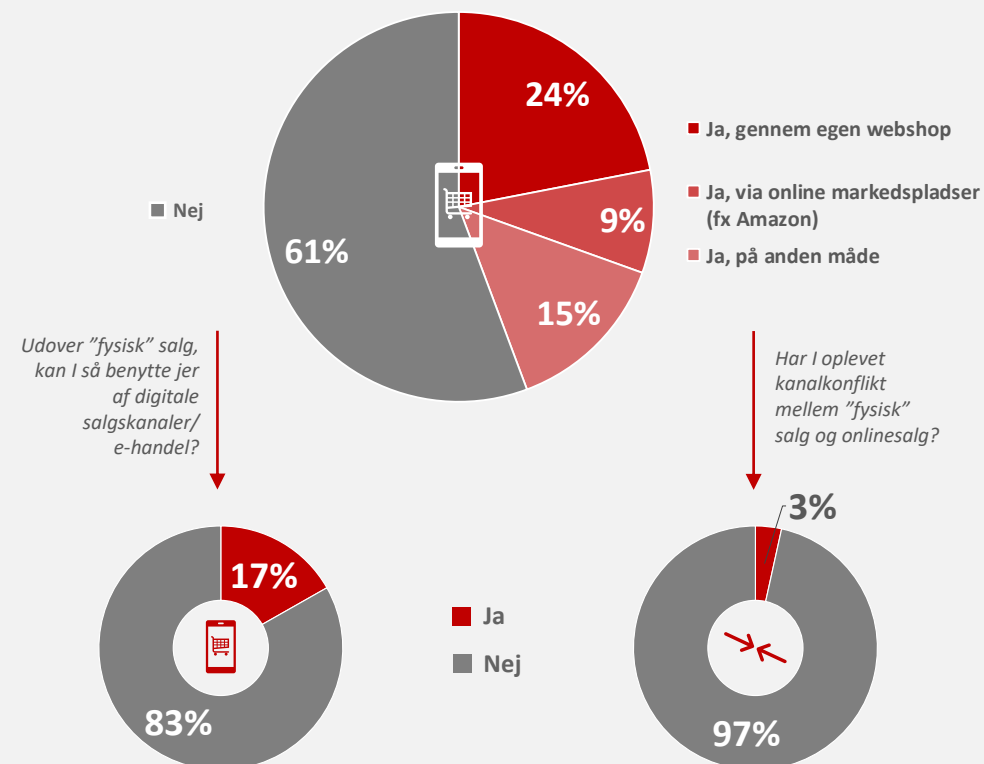
En ud af fire benytter partnerskaber fx agenter eller distributører i eksporten, og blot 4 pct. har repræsentation i udlandet i form af datterselskaber, mens 10 pct. angiver andre (ikke nærmere definerede) salgskanaler.

Fire ud af 10 tilbyder e-handel, men potentialet blandt hovedstadsregionens eksportvirksomheder er større, da 17 pct. af dem uden e-handel i dag, angiver, at de godt kan benytte sig af det.

Man kunne frygte, at e-handel ville "kannibalisere" på det traditionelle eksportsalg og give kanalkonflikt. Dog er det kun 3 pct., som oplever de situationer, så det er tilsyneladende ikke tilfældet.

Knap 40 pct. har e-handel

men det medfører ikke kanalkonflikt



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

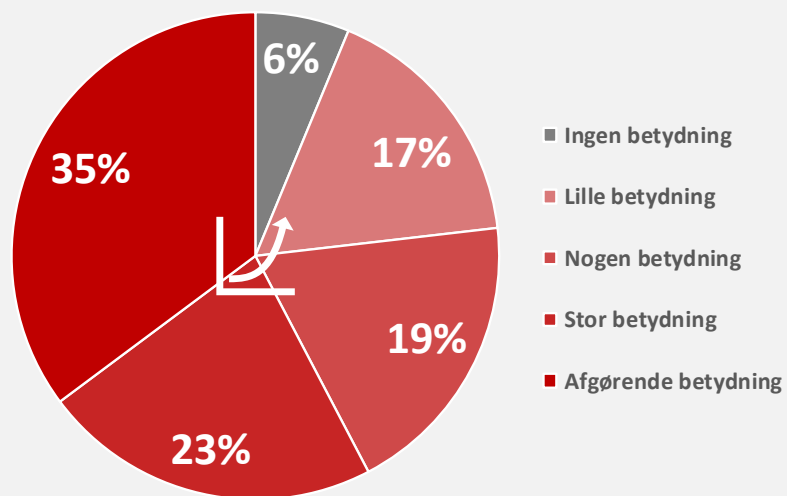
Note: Øverste figur viser andelen af eksportvirksomheder, der benytter e-handel, og i så fald via hvilke kanaler.

*Kanalkonflikt kan fx være, at onlinesalg 'overtager' det fysiske salg, at fysiske forhandlere føler sig truet ved at miste avance, hvis fokus på onlinesalg vokser osv.

Antal svar: 224

For knap seks ud af 10

har eksport enorm betydning for forretningen



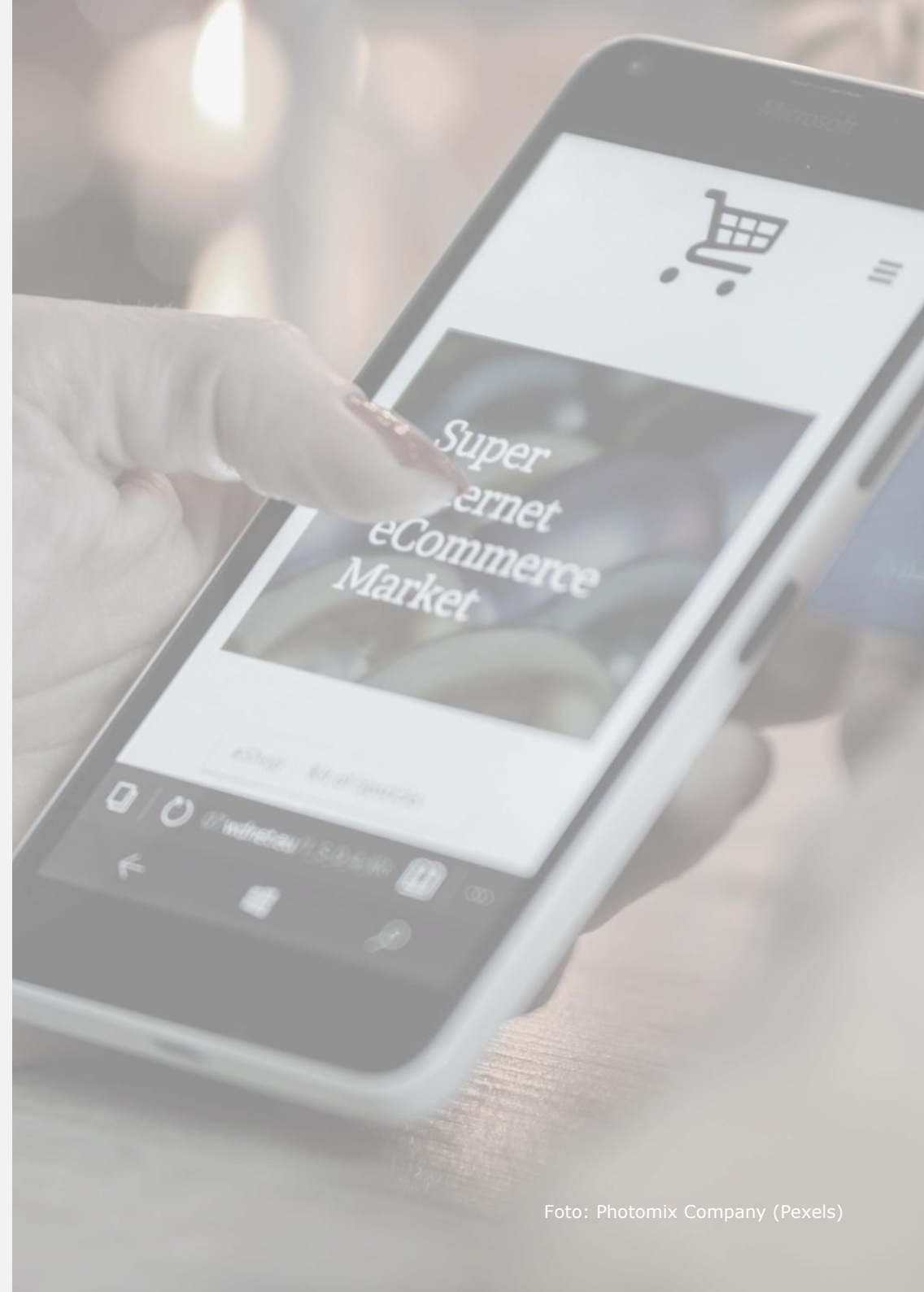
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser betydningen af eksport for eksportvirksomhedernes samlede forretning (eksistens, overlevelse, udviklingspotentialer, skaleringsmuligheder m.v.).

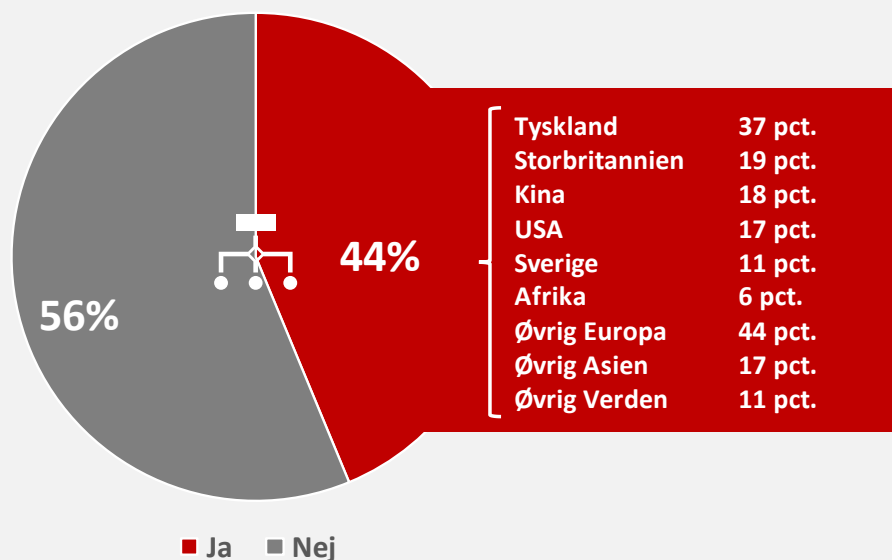
Antal svar: 224

Det er en almen opfattelse, at eksport er vigtigt for Danmarks vækst og BNP. Men hvor meget betyder det egentligt for hovedstadsregionens eksportvirksomheder og deres samlede forretning og eksistens?

For lidt mere end en tredjedel har det afgørende betydning. Inddrages "stor" og "nogen" betydning, så er det mere end tre-fjerdedel (77 pct.).



Mere end fire ud af 10 benytter sig af sourcing fra udlandet



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser om eksportvirksomhederne har sourcing af varer eller ydelser fra udlandet, og i så fald hvorfra. Flersvarsmulighed.

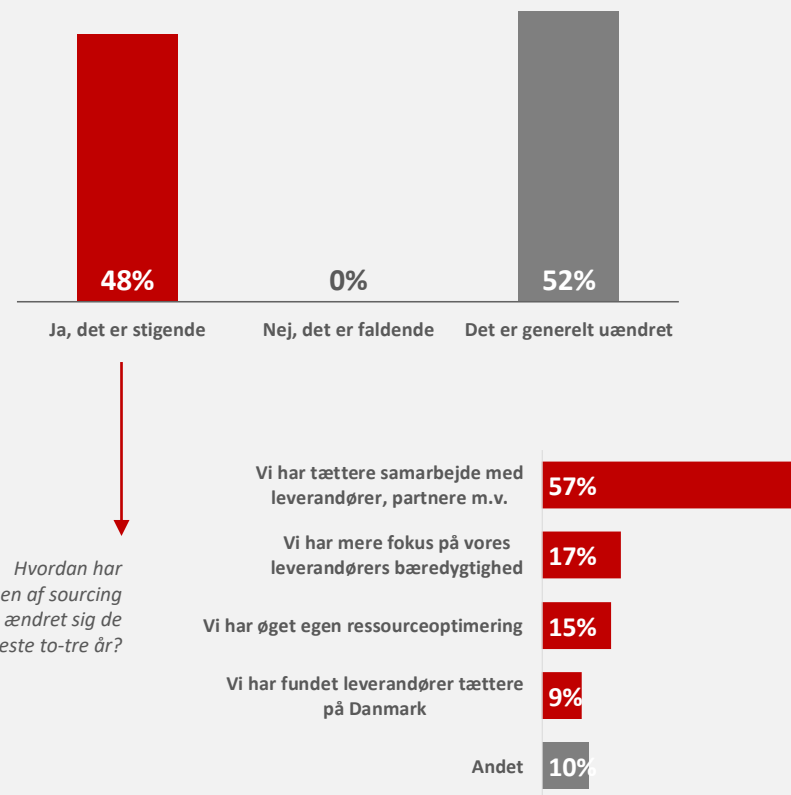
*Med *sourcing* menes fremskaffelse af ressourcer i form af varer, services, kompetencer og viden.

Antal svar: 224

44 pct. af eksportvirksomhederne benytter sig af sourcing fra udlandet. Her toppe de to nærmarkeder Tyskland med 37 pct. og Storbritannien med 19 pct. Fra det øvrige Europa er tallet 44 pct.

Udenfor Europa er det (fortsat) Kina, som toppe med 18 pct. mens USA ligger lige efter med 17 pct.

For knap halvdelen stiger brugen af sourcing for tiden og samarbejdet bliver tættere



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Øverste figur viser andelen af eksportvirksomheder, der benytter sig af sourcing, og om det har ændret sig. Nederste figur viser andelen af hvordan det i så fald har ændret sig. Flersvarsmulighed.

Antal svar: 98 hhv. 47

Manglende ressourcer og ikke at kunne finde de rigtige kunder og samarbejdspartnere er de største barrierer for at kunne øge eksporten



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af eksportvirksomheder, der har angivet de respektive udsagn som barrierer for at øge eksporten (yderligere) i virksomheden. (Max tre svar kan angives).

Antal svar: 224

Virksomhederne beretter om primært tre barrierer for at kunne øge deres eksisterende eksport.

Virksomhederne mangler især ressourcer (35 pct.) som tid og medarbejdere og i noget mindre grad kompetencer (5 pct.). To andre store barrierer er manglende markedsafdækning og netværk ift. at kunne identificere de rette målgrupper (31 pct.) og samarbejdspartnere (28 pct.).

Hjælp udefra i form af enten rådgivning eller nyansættelser af eksportkompetencer rangeres meget lavt (4 pct.) til trods for at ekstern hjælp formentlig vil bidrage til at komme i mål med markedsafdækning eller tiltrækning af nye talenter.

Blot 6 pct. angiver, at kultur eller sprog er en barriere for eksport. Men netop elementer som kulturforskelle og lokal forretningsindsigt hænger ofte sammen med især barriere to og tre.

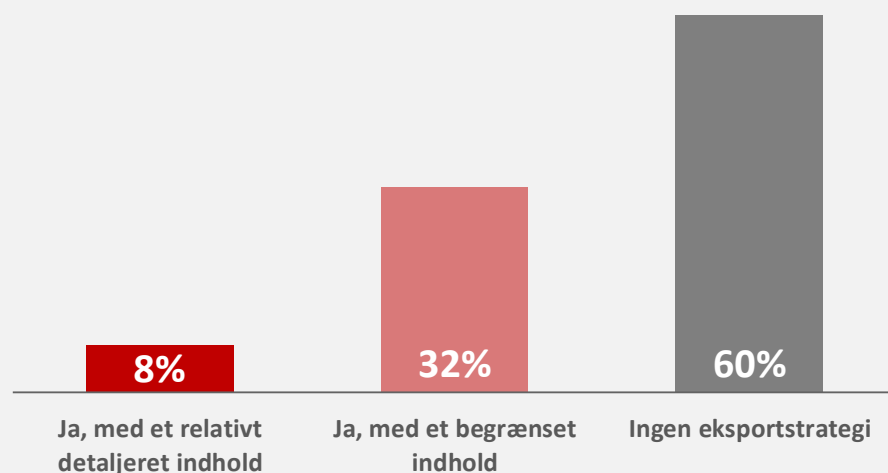
Finansiering til at øge eksport, er også et naturligt og synligt tema hos 17 pct. Dog er de færreste i tvivl om der er en gevinst ved eksport. Kun 10 pct. angiver usikkerhed herom.

Den barriere, der har mindst betydning, er krav om klimafokus og bæredygtighed'. Blot 2 pct. angiver dette som én af tre primære barrierer.

Positivt er det, at knap en femtedel (18 pct.) ikke ser nogle barrierer ved at øge deres eksport.



Over halvdelen har ingen strategi for deres eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

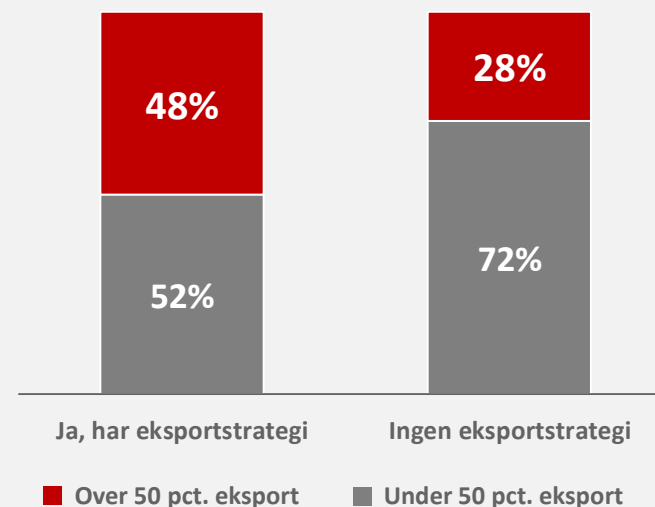
Note: Figuren viser om eksportvirksomhederne har en eksportstrategi og i bekræftende fald, hvor omfattende den er.

Antal svar: 224

40 pct. af virksomhederne har i én eller anden forstand en eksportstrategi i virksomheden. Hos 8 pct. er det med et relativt detaljeret indhold, mens det for størstedelen (32 pct.) er med et begrænset indhold.

Men for over halvdelen af eksportvirksomhederne gælder det, at de slet ingen eksportstrategi har (60 pct.).

En eksportstrategi skaber bedre forudsætning for høj eksportandel



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

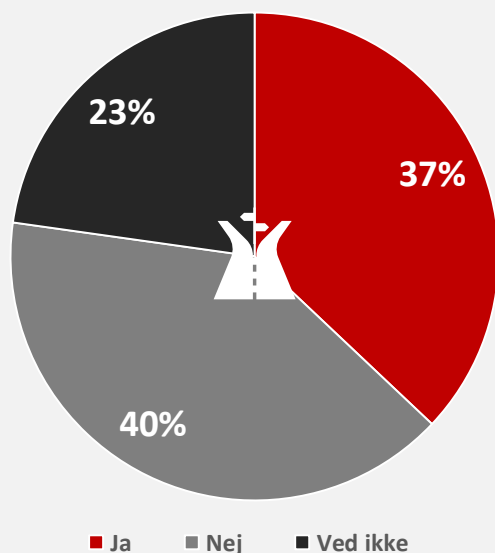
Note: Figuren viser forskellen på eksportvirksomheder med og uden en eksportstrategi og om de har en høj eller lav eksportandel (over/under 50 pct.).

Antal svar: 224

Virksomhedernes fokus på at formalisere deres eksportstrategi har stor indflydelse på, hvor internationale de er. Jo mere strategisk en eksportvirksomhed går til værks, jo mere eksportintensiv er virksomheden.

48 pct. af eksportvirksomheder med en eksportstrategi har også en høj eksportgrad. For eksportvirksomheder uden en strategi er det kun 28 pct., som har en høj grad af eksport.

Over en tredjedel forventer snart at starte på nye eksportmarkeder



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

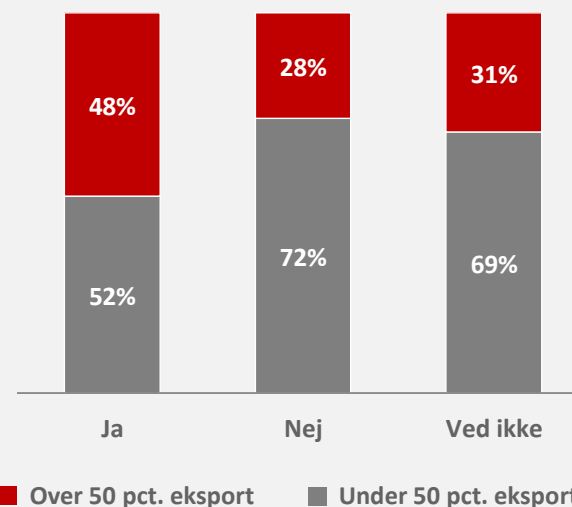
Note: Figuren viser om eksportvirksomhederne forventer at starte op på nye eksportmarkeder i 2023 eller 2024.

Antal svar: 224

Appetitten for øget eksport er aktuelt til stede hos 37 pct. af eksportvirksomhederne. Det tyder på, at virksomhederne gerne vil eskalere yderligere. Hertil kommer knap en fjerdedel, som pt. ikke er afklarede.

Fire ud af 10 vurderer ikke, at de i den nærmeste fremtid vil udvide deres eksisterende eksportmarked. Med andre ord, står op mod 60 pct. potentielt på tærsklen til markedsudvidelse.

Eksport avler mere eksport hos dem, som allerede har meget eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser forskellen på om eksportvirksomhederne starter op på nye markeder eller ej, og om de har en høj eller lav eksportandel (over/under 50 pct.).

Antal svar: 224

Når virksomhederne er sultne efter flere eksportmarkeder og forventer at starte på nye markeder, så har langt flere af dem i forvejen en høj eksportandel, end de virksomheder, som ikke forventer nye markeder. At man i forvejen har meget eksport, øger altså sandsynligheden for endnu mere eksport.

48 pct. af dem som forventer at starte på nye markeder, har også en høj eksportgrad over 50 pct. sammenlignet med dem, som ikke forventer at udvide (28 pct.).



25 pct. har stor interesse i ekstern hjælp for at øge eksporten

Opstart eller udvidelse af
digitale salgskanaler

39%

19%

17%

12%

13%

Opstart eller udvidelse af
traditionelle salgskanaler

38%

20%

17%

15%

10%

■ Slet ikke ■ I lav grad ■ I nogen grad ■ I høj grad ■ I meget høj grad

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, kvalificeret arbejdskraft osv.) for eksportvirksomhederne både mht. digitalt salg, såvel som traditionelt salg.

Antal svar: 224

Størstedelen af eksportvirksomhederne er åbne for ekstern hjælp i forbindelse med opstart eller udvidelse af nye salgskanaler til udlandet.

For en fjerdedel gælder det i høj eller meget høj grad. Inddrages alle eksportvirksomheder, som har mere eller mindre interesse, gælder det lidt mere end seks ud af 10. Interessen er omtrent lige stor, om det gælder traditionelle eller digitale salgskanaler.

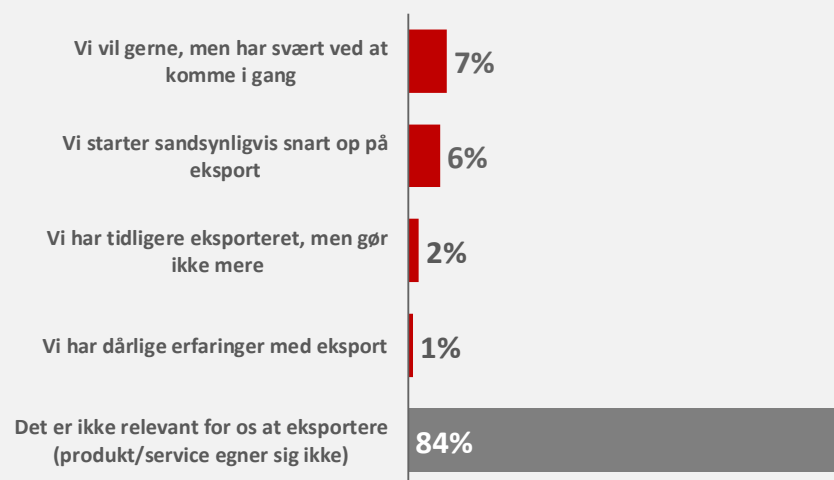
Hvorfor har mange af hovedstadsregionens virksomheder ikke eksport?

Fokus på de hjemmemarkedsorienterede virksomheder



Foto: Tine Uffelmann (VisitNordsjaelland)

Langt de fleste uden eksport mener ikke deres produkt/service egner sig til det



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

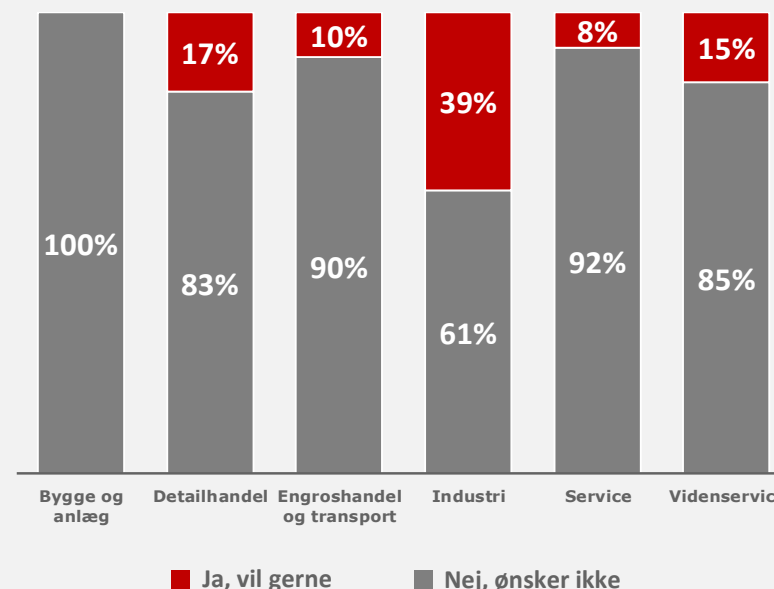
Note: Figuren viser den primære årsag til, hvorfor virksomheder uden eksport ikke har salg til udlandet. Antal svar: 891

13 pct. af de ikke-eksporterende virksomheder vil gerne i gang eller er på vej med eksport. Ca. 10.000 virksomheder¹ i hovedstadsregionen kan altså potentielt bidrage til Danmarks velstand ved at skalere deres forretning ud over Danmarks grænser.

Det store flertal på 84 pct. mener ikke, det er relevant for dem, da deres produkt eller service ikke egner sig til salg til udlandet.

¹ Andelen er baseret på følgende antagelse: Ca. 100.000 private/kommercielle virksomheder i Hovedstadsregionen x 82% (uden eksport) = 82.000 x 13% (som gerne vil eksport) = 10.660.

Industrivirksomheder uden eksport vil i stor stil gerne internationalisere



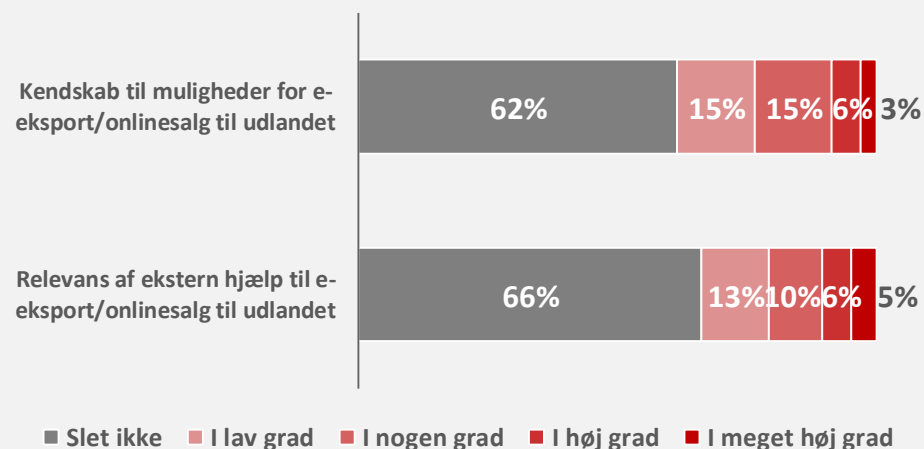
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport fordelt på brancher for de 13 pct. som ønsker hhv. de 87 pct., hvor eksport er uegnet eller man ikke ønsker det. Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret. Antal svar: 891

Den mindre andel på 13 pct. som gerne vil eksportere er koncentreret primært blandt industrivirksomheder med 39 pct., og dernæst blandt detailhandel og vidensservice med hhv. 17 pct. og 15 pct.

Modsat ønsker ingen i bygge og anlæg at eksportere. Med max 10 pct. ligger engroshandel og transport samt service med et ønske om eksport.

E-eksport kan være vejen til udlandet for mange virksomheder uden eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

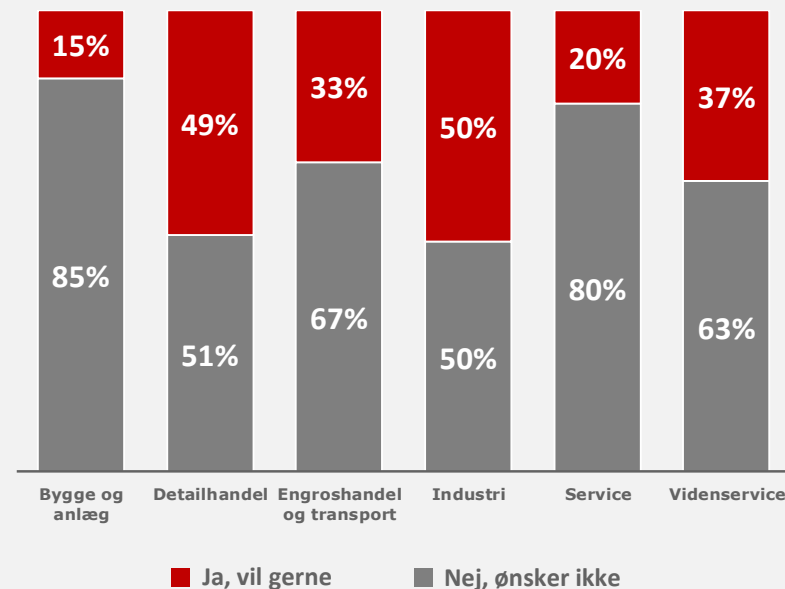
Note: Figuren viser dels kendskabet til og relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, kvalificeret arbejdskraft osv.) til e-eksport/onlinesalg til udlandet for virksomheder uden eksport.

Antal svar: 891

Mange virksomheder uden eksport er bekendte med mulighederne for e-eksport eller onlinesalg til udlandet (38 pct.), hvilket for nogen kan synes som en nemmere vej til eksport, da det i mindre grad kræver lokal tilstedeværelse m.v.

Sværere er det, når der skal eksekveres fra kendskab til handling. Her kan ekstern hjælp være et bidrag til opstart, og en del ikke-eksporterende virksomheder er tilsyneladende åbne for ekstern hjælp med e-eksport eller onlinesalg til udlandet (34 pct.).

Industri og detail er mest åbne for ekstern hjælp til e-eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport fordelt på brancher for dem som ønsker hhv. ikke ønsker ekstern hjælp til e-eksport/onlinesalg til udlandet. Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 891

Der er store branchemæssige forskelle, i forhold til i hvem, der gerne vil modtage ekstern hjælp, og hvem der ikke ønsker det. Blandt industri- og detailvirksomheder er interessen stor, da det gælder halvdelen.

Omvendt ligger service og bygge og anlæg lavest, men dog ikke på nul, som vidner om, at der trods alt også i de mest hjemmemarkeds-orienterede brancher ses en forretning i salg til udlandet.

Barriererne er de samme for virksomheder uden eksport, som for dem med eksport: Manglende ressourcer og manglende evne til at finde de rigtige kunder/samarbejdspartnere

Ikke-eksporterende virksomheder, som gerne vil eksportere, angiver de samme tre primære barrierer, for at kunne igangsætte en mulig eksport, som virksomheder, der eksporterer i dag.

Både markedsafdækning og ressourcer er også i denne gruppe mest udtalt med 33-35 pct.

Herefter følger de øvrige barrierer omtrent samme rækkefølge nedad i forhold til vigtighed, som det gør hos de eksporterende virksomheder.

Der er således ikke de store forskelle på, om man i dag er international eller kun agerer på hjemmemarkedet i forhold til, hvad der står mest og hvad der står knap så meget i vejen for at kunne eksportere.

Dog er der kun 5 pct., som ikke oplever nogle af de nævnte barrierer, hvilket er knap en fjerdedel sammenlignet med eksporterende virksomheder.

Det betyder at barriererne samlet set er mere udtalt for de "villige" ikke-eksporterende virksomheder end hos de allerede eksporterende virksomheder.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport, men som angiver, at det kan være relevant for dem, og så de respektive barrierer for at kunne igangsætte eksport. (Max tre svar kan angives).

Antal svar: 147

Om undersøgelsen

Internationalisering

I Internationaliseringsbarometer Hovedstaden 2023 skal internationalisering forstås som mere end det at sælge sine produkter eller serviceydelser til lande uden for Danmark.

Internationalisering handler også om, hvordan virksomhederne arbejder med salget uden for Danmark. Benyttes sourcing og i hvilken form? Er salget baseret på traditionelt og fysisk salg via agenter eller datterselskaber, eller er e-handel en del af salgskanalerne? Har virksomhederne formuleret en strategi for deres internationale aktiviteter, og hvad er egentlig barriererne for at øge eksportandelen yderligere?

Derudover stiller Internationaliseringsbarometeret også skarpt på de virksomheder, som ikke har eksport til udlandet. Hvad skyldes det, og er der eventuelt mulighed for det? Hvad er deres barrierer for at komme i gang med eksport?

Metode

Internationaliseringsbarometer Hovedstaden 2023 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse med 1.115 besvarelser fra virksomheder i hovedstadsregionen. Med det antal besvarelser er den statistiske usikkerhed +/- 2,9 %-point. Der er dermed stor sikkerhed i resultaterne, som bidrager til bred repræsentativitet blandt besvarelserne.

Dataindsamling

Barometeret er gennemført med små og mellemstore virksomheder i hovedstadsregionen med op til 250 ansatte og er gennemført af Erhvervshus Hovedstaden.

Dataindsamlingen er foretaget ved en onlineundersøgelse og udsendt til et repræsentativt udsnit af hovedstadsregionens virksomheder.

Indsamlingen er foregået i perioden maj til juli 2023.

Virksomhederne er stratificeret på brancheniveau, som betyder, at undersøgelsen og resultaterne er fordelt på størrelsen for den enkelte branche for alle virksomhederne i hovedstadsregionen.

Den stratificerede udvælgelse er gennemført for at få et solidt datagrundlag og en så repræsentativ fordeling på brancher blandt de indkomne svar, som muligt.



Vægtning af data

I forlængelse af stratificeringen er der på baggrund af sammensætningen i det realiserede antal svar og antallet af virksomheder samlet set i hovedstadsregionen også foretaget vejning af data.

Vejningen er foretaget på baggrund af fordelingen af virksomhedernes branchetilhørsforhold hos dem, som har deltaget i undersøgelsen. Den fordeling er holdt op imod, hvordan brancherne samlet set fordeler sig i hovedstadsregionen. Hermed er brancherepræsentativiteten konsistent mellem de deltagende virksomheder og virksomheder generelt i hovedstadsregionen.

Fordeling af antal besvarelser

Bygge og anlæg	55
Detailhandel	96
Engroshandel og transport	110
Industri	56
Information og kommunikation	177
Service	186
Videnservice	435
0-2 ansatte	855
3-9 ansatte	168
10+ ansatte	92
Eksportvirksomheder	224
Virksomheder uden eksport	891

Internationaliseringsbarometer Hovedstaden 2023

Internationaliseringsbarometer Hovedstaden 2023 måler graden af eksport i virksomhederne og generelt hvordan de arbejder med salg til udlandet.

Barometeret stiller skarpt på:

- Hvor internationale er hovedstadsregionens virksomheder?
- Hvor meget benyttes e-handel og giver det kanalkonflikt?
- Gør eksportvirksomhederne brug af sourcing?
- Hvad er barriererne for at øge graden af internationalisering?
- Hvorfor har nogle virksomheder ikke eksport?
- Hvor relevant er ekstern hjælp for at starte eller øge eksport?

Internationaliseringsbarometer Hovedstaden 2023 styrker indsigten og viden om virksomhedernes internationalisering i hovedstadsregionen.

Barometeret er gennemført af Erhvervshus Hovedstaden

