

Internationaliserings- barometer 2026

Hvor internationale er hovedstadsregionens virksomheder?



Erhvervshus
HOVEDSTADEN



Katrine Paaby Joensen

Direktør, Erhvervshus Hovedstaden

Redaktion, analyse og design

Erhvervshus Hovedstaden

Fruebjergvej 3

2100 København Ø



Forord

Internationaliseringsbarometer 2026 viser et erhvervsliv, der holder imponerende fast i eksporten, på trods af global uro. At 24 procent af virksomhederne i hovedstadsregionen eksporterer, ligger på niveau med 2024, og det er bemærkelsesværdigt stærkt. Vi kan se, at eksporten til nærmarkeder som Sverige og Frankrig stiger, samtidig med at virksomhederne i stigende grad finder leverandører tættere på Danmark. Det vidner om en sund tilpasning til en mere usikker verden.

For første gang har vi spurgt ind til virksomhedernes oplevelse af geopolitiske og regulatoriske udfordringer. Det overrasker positivt, at størstedelen af de eksporterende virksomheder slet ikke, eller i lav grad, er udfordret af den geopolitiske situation. Dog udgør told-uro, generel usikkerhed og højere omkostninger i leverandørkæden fortsat en barriere for at øge eksporten for mange.

Det er værd at bemærke, at EU-regulering opleves som en næsten lige så stor udfordring, som den generelle globale markedsusikkerhed. Det understreger, at virksomhederne ikke kun påvirkes af udviklingen uden for Europa, men også af forholdene på det indre marked.

Selvom årets barometer viser, at vi i hovedstadsregionen har et både konkurrence- og tilpasningsdygtigt erhvervsliv, er der også tendenser, som er mindre opmuntrende.

Ser vi på tværs af brancher, skiller industrien sig ud, ved at færre har eksport i 2026 end i 2024. Det kan vække bekymring, da industrien traditionelt er blandt de mest eksportintensive brancher.

Desuden er andelen af de eksportende virksomheder, som forventer at give sig i kast med nye markeder, dalende. Det er særligt de mindre virksomheder, som har mistet appetitten.

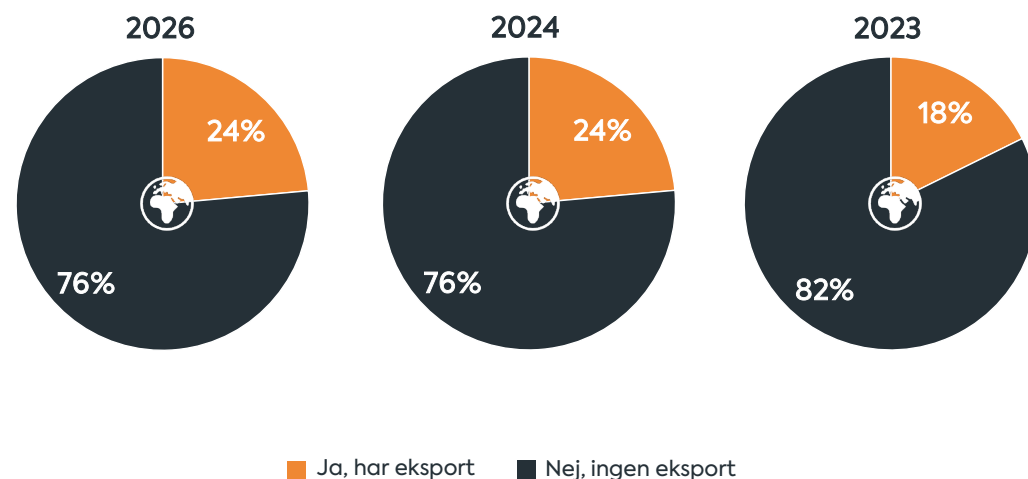
Blandt de ikke-eksporterende virksomheder er der færre, som planlægger at påbegynde eksport. Det kan betyde mistet potentiale blandt den næste generation af eksportvirksomheder.

Den gode nyhed er, at trods faldende interesse er der fortsat ca. 6.000 virksomheder i regionen, som gerne vil i gang med eksport. De mangler dog viden og ressourcer til at tage det første skridt. Det er præcis her, vi som Erhvervshus kan gøre en stor forskel.

Årets barometer vidner om, at eksporten står stærkt - men også at vejen frem kræver, at flere virksomheder får strategisk støtte til at navigere i en mere kompleks international virkelighed. Det er en opgave, vi er klar til at løfte sammen med virksomheder, kommuner og vores samarbejdspartnere.



Knap hver fjerde virksomhed har eksport i hovedstadsregionen i dag – samme andel som i 2024



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Antal svar: 1.222 (2024: 1.216; 2023: 1.115)

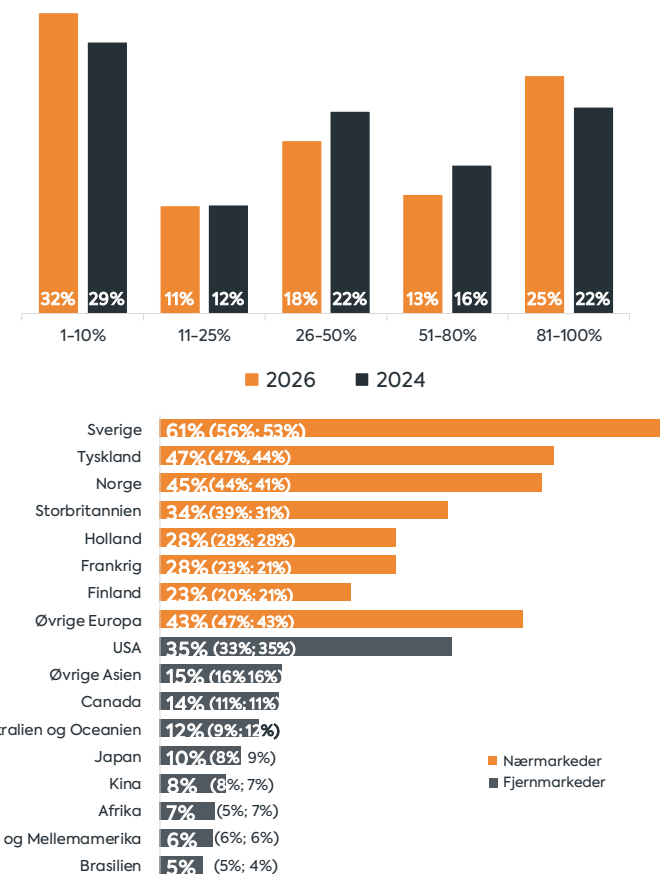
24 pct. af hovedstadsregionens virksomheder afsætter fortsat til udlandet i 2026. Eksporten er altså hverken steget eller har lidt skade siden 2024 under den seneste tids turbulens på de internationale markeder.

Niveauerne for eksportens andel af virksomhedernes samlede omsætning ligger således næsten uændret fra 2024 til 2026. Der er dog en tendens til, at eksporten til nærmærkede fylder mere - se figuren til højre.

Tal fra The Trade Council¹ angiver, at omtrent 12 pct. af alle danske virksomheder har eksport.

¹ Andelen er baseret på The Trade Councils eksportstatistik over antal virksomheder med vareeksport (TCSME1) (26.368 i 2024). Hertil kommer ca. et antal tilsvarende virksomheder for serviceeksport/tjenesteydelser. Opgjort i fht. ca. 420.000 aktive firmaer i DK (GF11), kan det estimeres, at ca. 12 pct. af de danske virksomheder er eksportaktive.

Gennemsnitlig eksportandel er 45 pct. og sker i stigende grad til nærmærkede

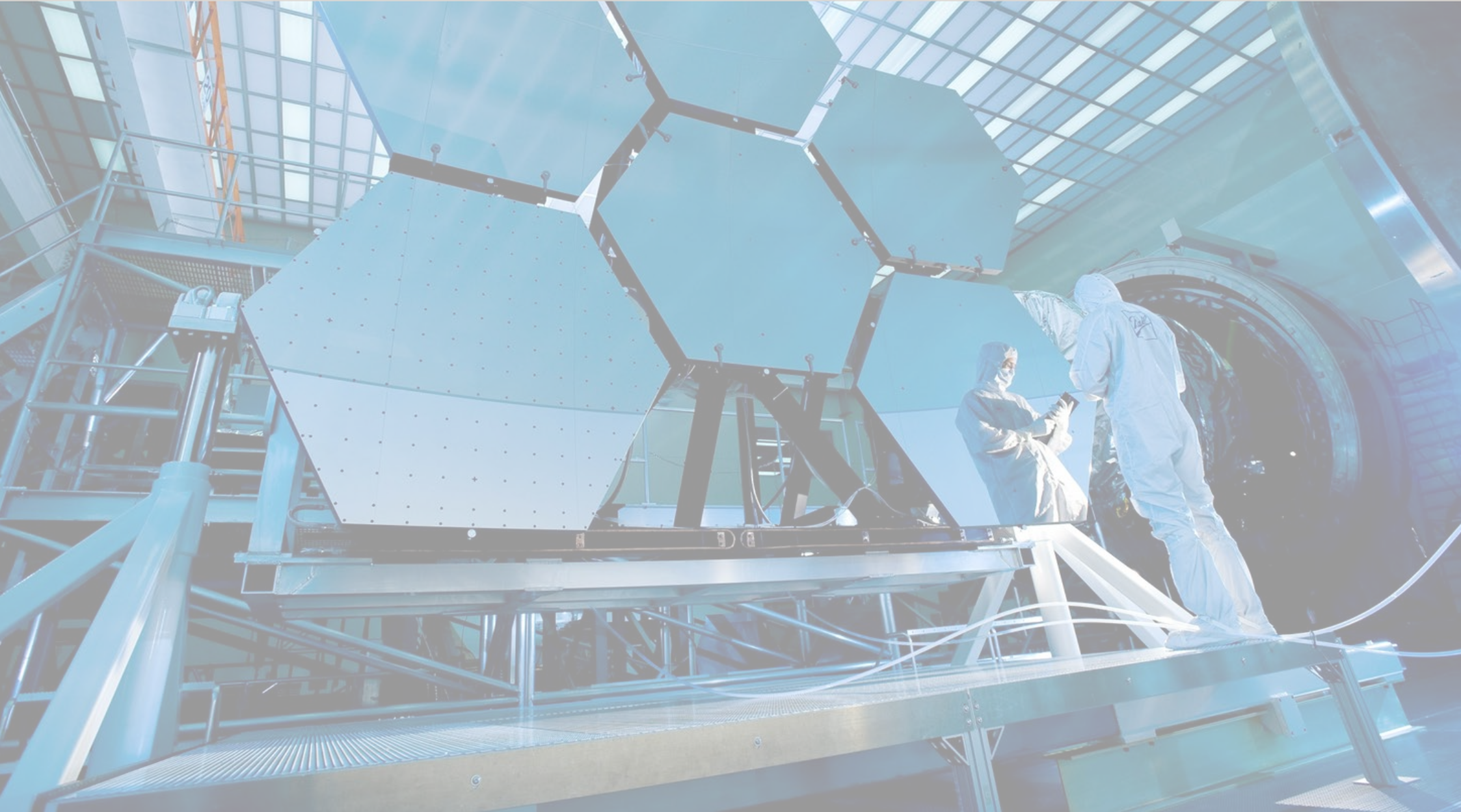


Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

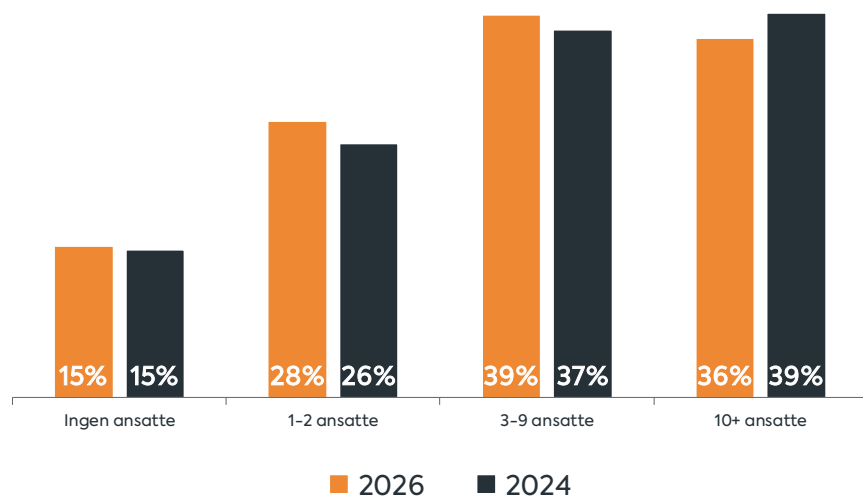
Note: Figuren viser eksportvirksomhedernes andel af eksport af deres samlede omsætning, samt hvilke lande de eksporterer til. Tallene i parentes er fra 2024, dernæst 2023.

Antal svar: 331 (2024: 304; 2023: 224)

Virksomheder med eksport



Store virksomheder er de mest internationale



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

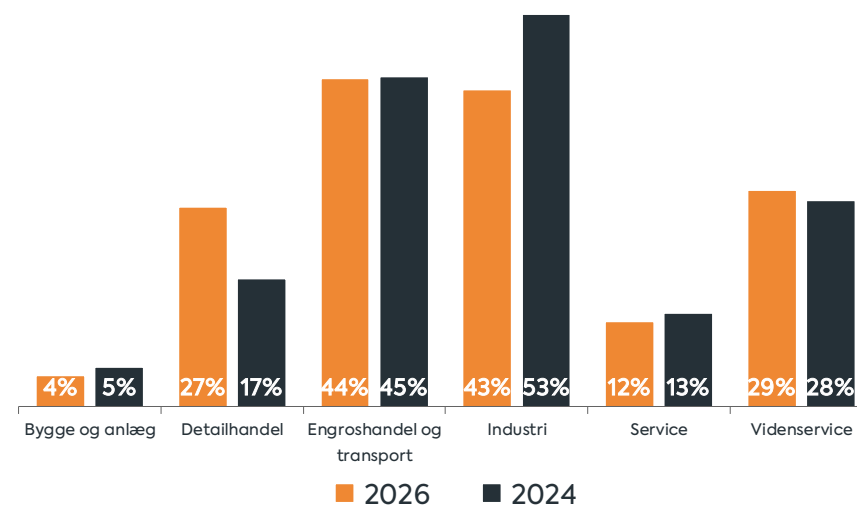
Antal svar: 331 (2024: 304)

Graden af internationalisering hos hovedstadsregionens virksomheder stiger med virksomhedernes størrelse.

I virksomheder med 10+ ansatte har 36 pct. eksport, hvilket næsten er på niveau med 2024.

Tilsvarende ligger andelen lavere hos de mindre virksomheder og følger også niveauerne som for to år siden.

De mest internationale brancher er engroshandel & transport samt industri



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

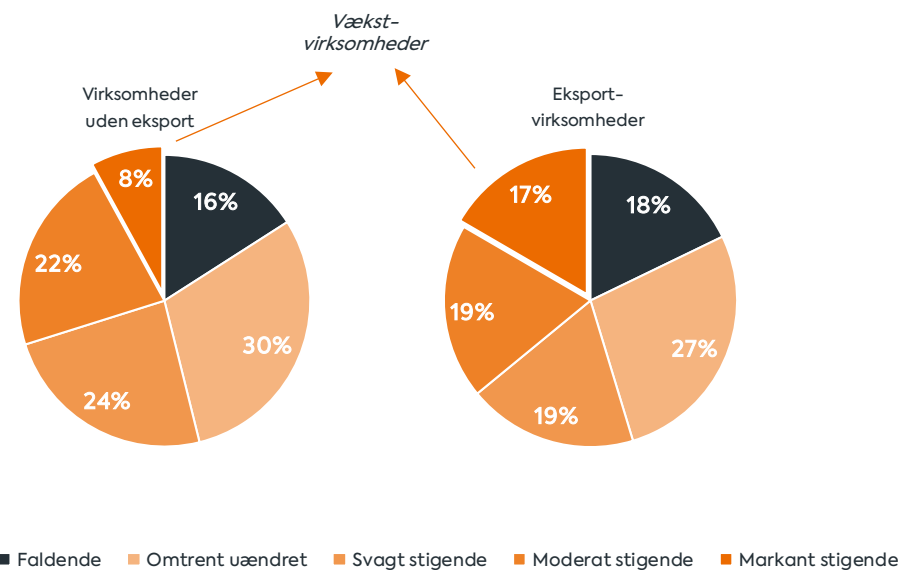
Brancheplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 331 (2024: 304)

Industribranchen har tabt terræn og oplever fald i andelen af eksporterende virksomheder, mens flere i detailhandelsbranchen nu har eksport i forhold til 2024. Niveauerne i de øvrige brancher har ikke ændret sig siden 2024 og varierer fortsat lige så markant på tværs af brancherne.

Højeste eksportandel har engroshandel- og transportbranchen sammen med industrien (44-45 pct.), mens bygge- og anlægsbranchen med blot 4 pct. og servicebranchen med 12 pct. ligger lavest.

Eksport hænger sammen med større vækstpotentiale



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

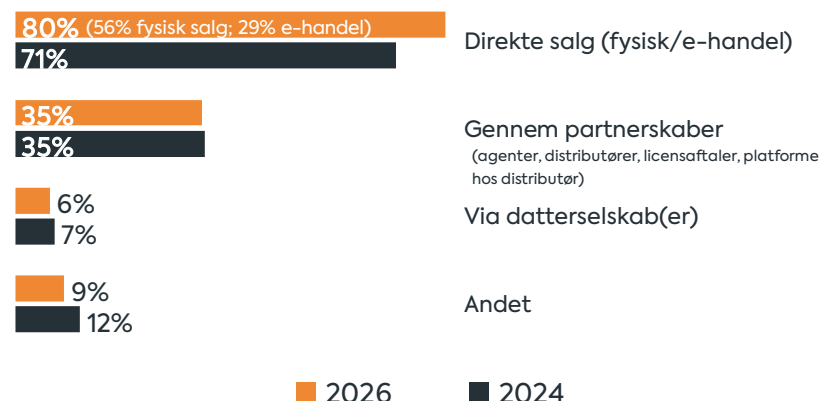
Note: Figuren viser fordelingen mellem ikke-eksporterende hhv. eksporterende virksomheder og deres egenopfattelse af deres udvikling de seneste to-tre år på omsætning og forrettningens generelle udvikling. Antal svar: 891 hhv. 331

Blandt virksomheder uden eksport oplever 54 pct. vækst i større eller mindre grad, og 8 pct. betegner sig som egentlige vækstvirksomheder med markant stigning.

Blandt eksportvirksomheder er denne andel af vækstvirksomheder med markant stigning 17 pct. – altså mere end dobbelt så høj som hos virksomheder uden eksport.

Det peger på, at eksport hænger sammen med øget vækstpotentiale.

Eksport via direkte salg stiger, mens salg via partnerskaber holder niveauet



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

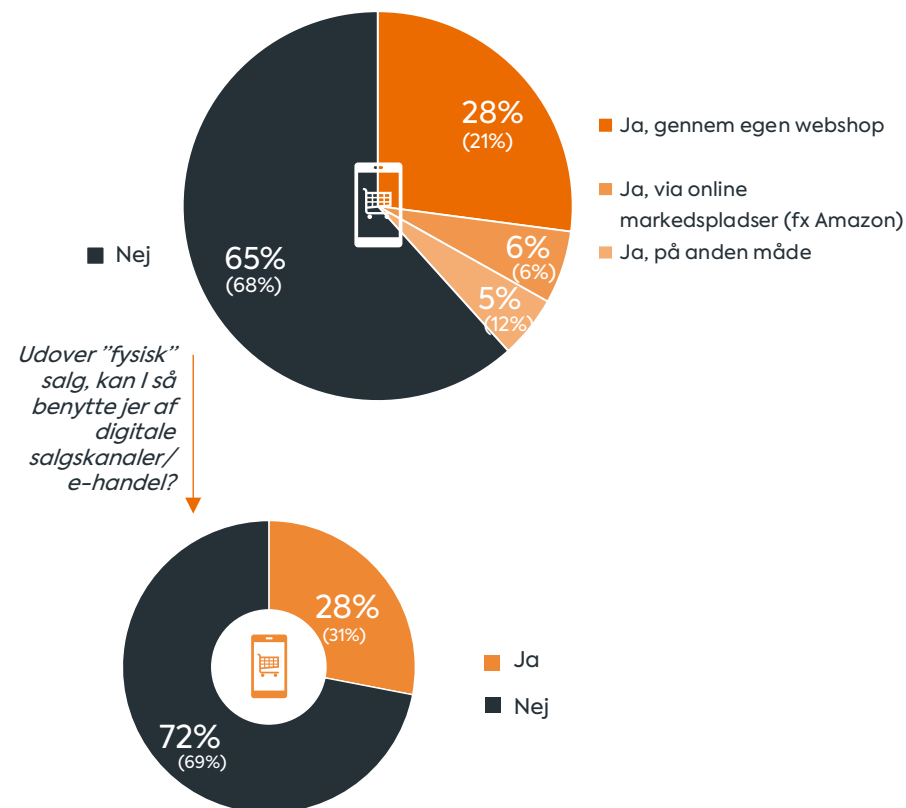
Note: Figuren viser eksportvirksomhedernes salgskanaler til udlandet. Flersvarsmulighed.
Antal svar: 331 (2024: 304)

8 ud af 10 eksportvirksomheder sælger direkte til udlandet - både fysisk og via e-handel - og denne andel er steget siden 2024. Brugen af partnerskaber og datterselskaber ligger stabilt. Spurgt konkret kun på eksport via e-handel, så stiger det, primært via virksomhedernes egne webshops.

Samlet peger udviklingen på, at flere virksomheder håndterer deres eksportsalg tættere på egen forretning og i mindre grad bruger tredjepart.

Samtidig er der en lille tilbagegang blandt dem, som ikke bruger e-handel, men vurderer, at de potentielt kan bruge e-handel til eksport. Over tid viser tallene her, at mere end en fjerdedel stadig vurderer, at de kan supplere deres traditionelle, fysiske salg med e-handel.

Eksport via e-handel stiger svagt - færre uden e-handel i dag, forventer at kunne bruge e-eksport fremover

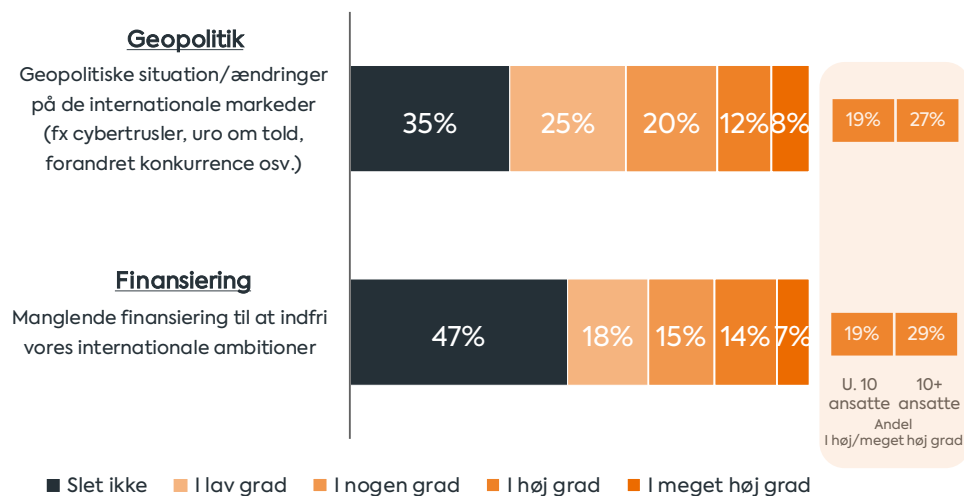


Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Øverste figur viser andelen af eksportvirksomheder, der benytter e-handel og i så fald via hvilke kanaler.
Tal i parentes er fra 2024.
Antal svar: 331 (2024: 304)

Geopolitik og finansiering udfordrer

mange virksomheder – men en del påvirkes fortsat ikke



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, i hvilken grad geopolitik og finansiering er udfordringer for at kunne øge eksport i virksomhederne (yderligere).

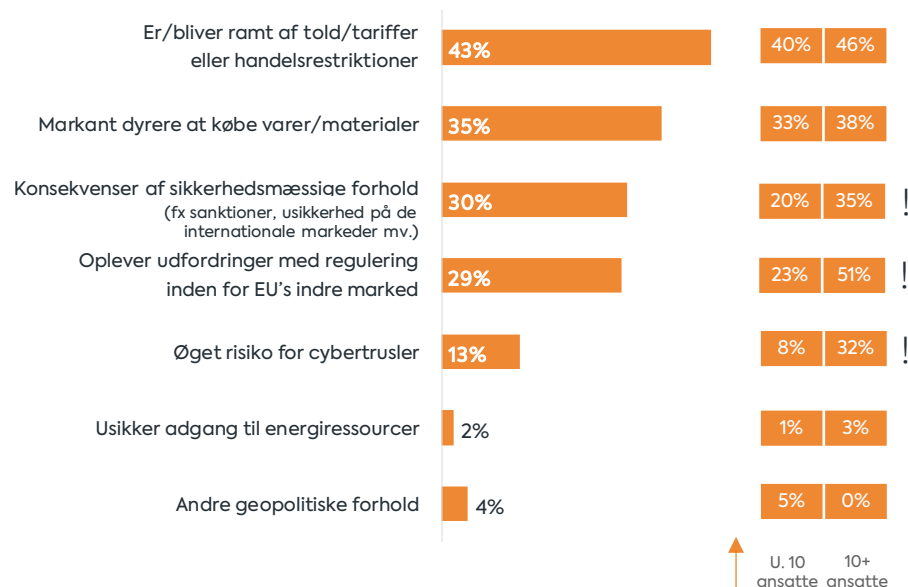
Antal svar: 331

Geopolitiske spændinger kunne forventes at være tydelige hindringer for de fleste til at øge eksporten. Her er det positivt at se, at mere end en tredjedel slet ikke oplever det som hindring. Modsat ser 20 pct. det i høj eller meget høj grad som en hindring, og det stiger til 27 pct. hos virksomheder med 10+ ansatte.

Finansiering udgør ofte en væsentlig hindring for forretningsmæssig udvikling. Her angiver knap halvdelen dog, at det ikke ses som en direkte eksporthindring. I modsatte ende angiver 21 pct., at finansiering er en markant hindring, og det stiger til 29 pct. hos virksomheder med 10+ ansatte.



Told og tariffer er den mest udtalte geopolitiske hindring for at øge eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvilke geopolitiske forhold der påvirker virksomhedernes eksport. Gælder kun virksomheder, der mindst i lav grad oplever, at geopolitik er en udfordring for at kunne øge eksport (jf. diagram på forrige side). Flersvarsmulighed.

Antal svar: 216

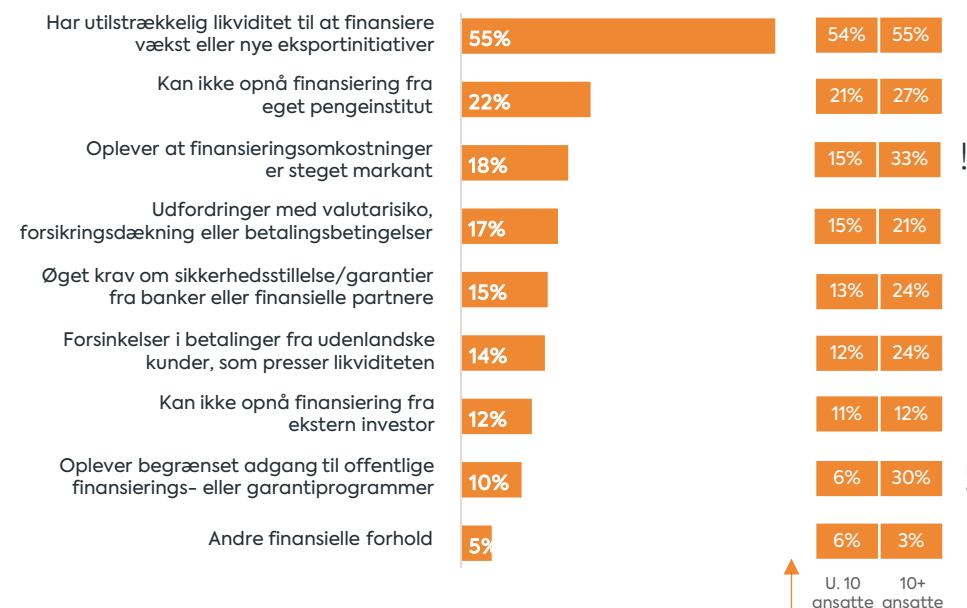
En række geopolitiske forhold påvirker virksomhedernes eksport.

I størst grad er told, tariffer eller handelsrestriktioner en udfordring for knap halvdelen af dem, som direkte angiver geopolitik som en aktuel eksporthindring.

I næsten samme omfang markeres prisinflation, sikkerhedsmæssige forhold og EU-regulering som hindringer.

Alle forholdene er mærkbart større hindringer for de lidt større virksomheder, hvor især områder som sikkerhedsforhold, EU-regulering og cybertrusler adskiller dem fra de mindre virksomheder.

Utilstrækkelig likviditet er langt den største finansielle hindring for at øge eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvilke finansielle forhold der påvirker virksomhedernes eksport. Gælder kun virksomheder, der mindst i lav grad oplever, at finansielle forhold er en udfordring for at kunne øge eksport (jf. diagram på forrige side). Flersvarsmulighed.

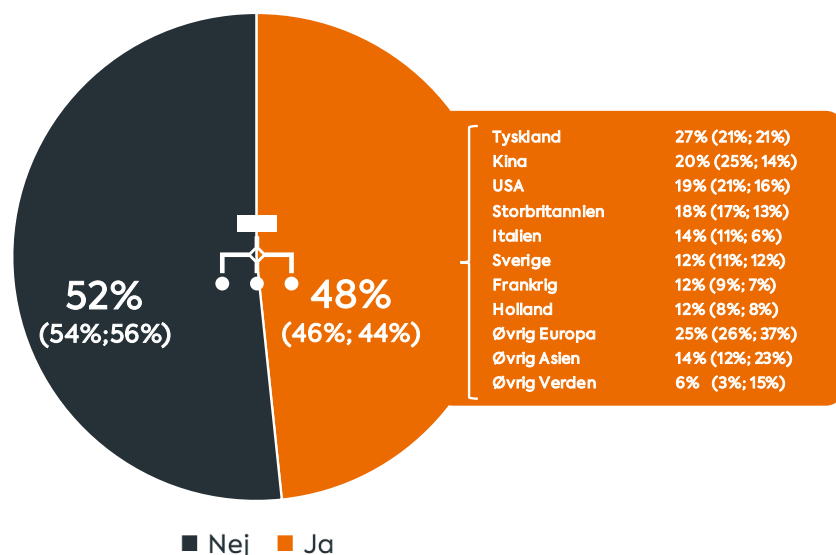
Antal svar: 174

En række finansielle forhold påvirker ligeledes virksomhedernes eksport.

Uden sidestykke fremstår utilstrækkelig likviditet som den største finansielle eksporthindring. Dernæst følger en række forhold med mellem 10-20 pct.

Alle forholdene er mærkbart større hindringer for de lidt større virksomheder, hvor især områder som stigende omkostninger og begrænset adgang til offentlige finansierings- eller garantiprogrammer adskiller dem fra de mindre virksomheder.

Op mod halvdelen sourcer fra udlandet, og andelen stiger svagt



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne har sourcing af varer eller ydelser fra udlandet og i så fald hvorfra. Tal i parentes er først fra 2024 dernæst 2023.

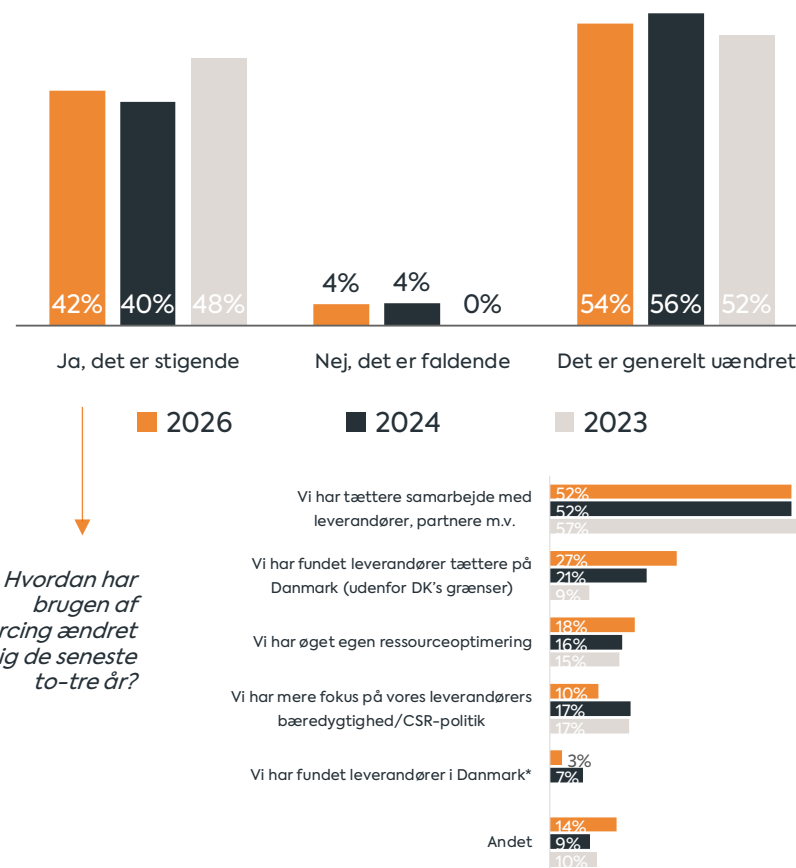
*Med sourcing menes fremskaffelse af ressourcer i form af varer, services, kompetencer og viden.

Antal svar: 331 (2024: 304; 2023: 224)

48 pct. af eksportvirksomhederne sourcer fra udlandet – en lille stigning i forhold til de foregående år, og det fortsætter tendensen fra 2024. Europæiske nærmærker med Tyskland i toppen øger andelen, mens store fjernmærker som Kina og USA aftager.

Blandt de virksomheder, der sourcer, er tendensen fortsat med små udsving i fht. stigning, fald eller ingen ændring. Tendensen er dog fortsat også, at eksportvirksomhederne i stigende grad tager deres sourcing tættere på Danmark – fra 9 pct. i 2023 til nu 27 pct. i 2026 (figuren nederst til højre).

Sourcing flytter i stigende grad tættere på Danmark



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

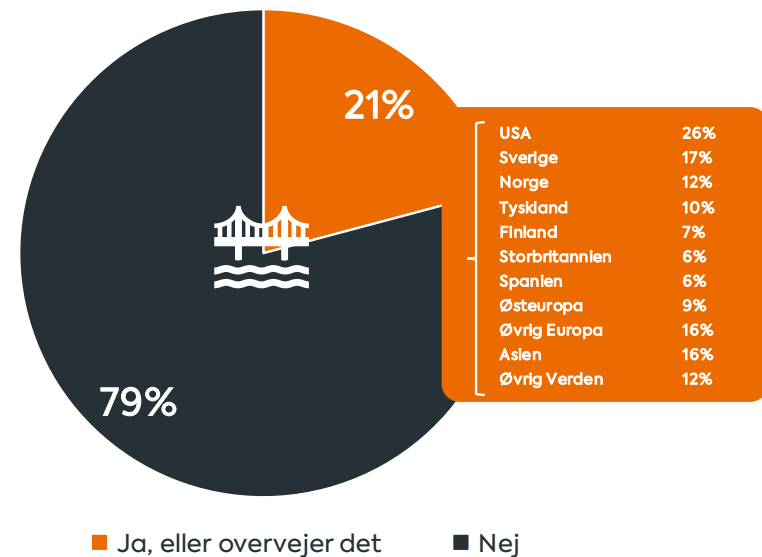
Note: Øverste figur viser, om eksportvirksomhedernes brug af sourcing har ændret sig blandt dem, der svarer "ja" til sourcing i figuren til venstre. Nederste figur viser fordelingen af, hvordan det i så fald har ændret sig.

Flersvarsmulighed. * Ny svarmulighed i 2024.

Antal svar: 159 hhv. 73 (2024: 140 hhv. 62; 2023: 98 hhv. 47)



En femtedel har etableret sig udenfor Danmark eller overvejer det



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne har etableret eller overvejer at etablere virksomhed udenfor Danmark (fx produktionsfaciliteter, salgsselskab m.v. af hensyn til fx toldmure, fragtpriser, usikre forsyningskæder og lign.) og i så fald hvorhenne.

Antal svar: 331

1 ud af 5 af hovedstadsregionens eksportvirksomheder har etableret eller overvejer at etablere virksomhed udenfor Danmark. Det kan være produktionsfaciliteter, salgsselskab m.v., og virksomhederne kan på den måde undgå eller minimere fx toldmure, fragtpriser, usikre forsyningskæder og lign.

Det har en fjerdedel gjort i USA, som sandsynligvis er en konsekvens af udviklingen i det transatlantiske forhold de senere år. Herefter følger nærmarkeder som Skandinavien, Tyskland, Storbritannien osv.

Manglende ressourcer og udfordringer med at finde de rigtige samarbejdspartnere er fortsat de største barrierer for at kunne øge eksporten

Ressourcemangel og udfordringer med at finde gode samarbejdspartnere, distribution eller kanaler tiltager i omfang som eksportbarrierer, og sidstnævnte generer især de lidt større virksomheder.

Modsat aftager markedsafdækning med at finde kunder og målgrupper som eksportbarriere.

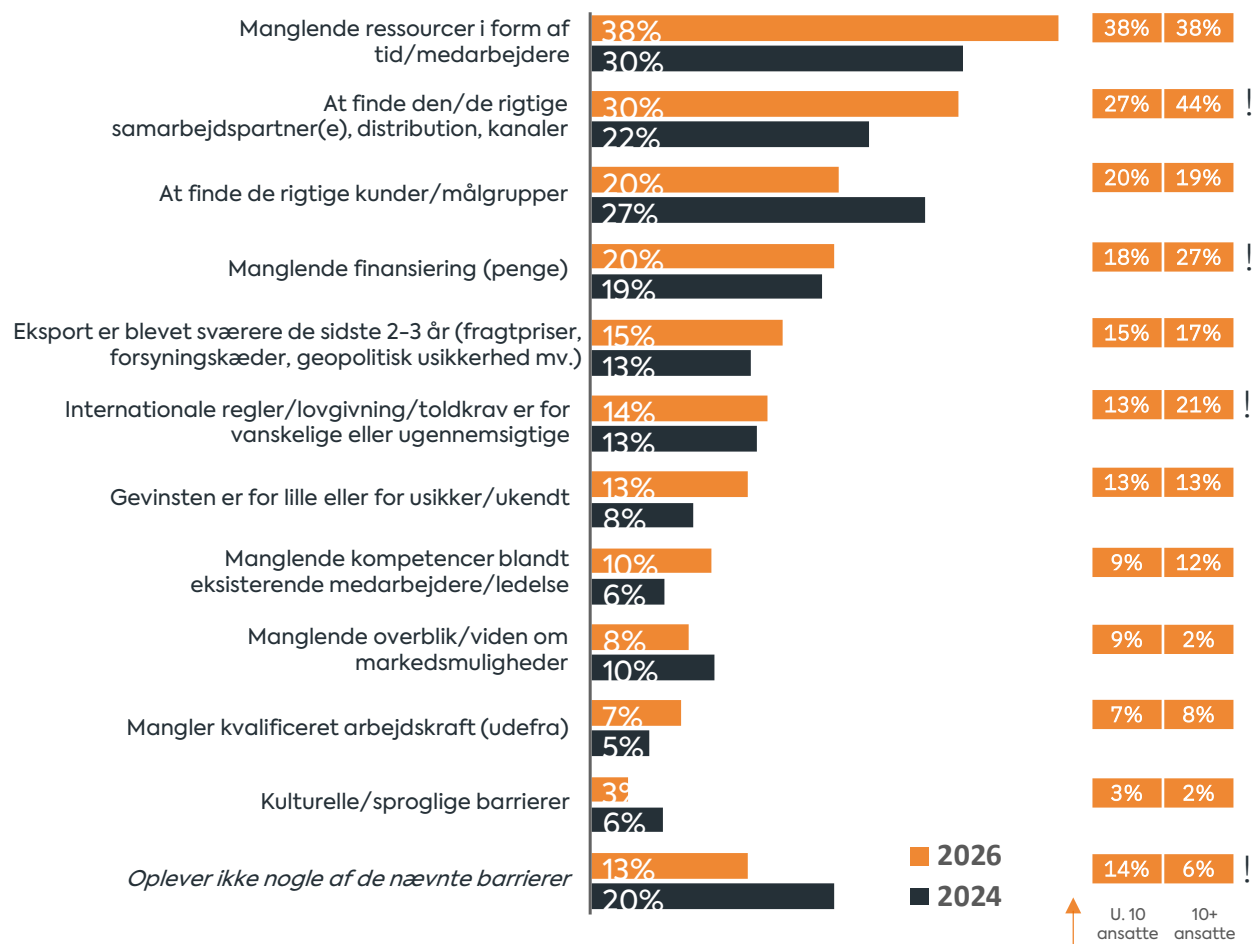
Ressourcemangel i form af tid og medarbejdere er fortsat den primære barriere samlet set. En deling mellem små og større virksomheder afslører dog, at virksomheder med 10+ ansatte i endnu højere grad er udfordret ved ikke at kunne finde samarbejdspartner eller salgskanaler m.v.

Størrelsen af barriererne følger generelt og i grove træk det sammen mønster nu som i 2024.

Ser man på forskellen mellem små og større virksomheder, er der især fire områder, hvor forskellene er markante.

På tre af områderne er de større virksomheder væsentligt mere udfordrede end de mindre: At finde de rigtige samarbejdspartnere/kanaler, finansiering samt udfordringer med internationale regler/toldkrav.

På det fjerde område er det til gengæld de mindre virksomheder, der skiller sig ud. Her skyldes det, at andelen af virksomheder, der slet ikke oplever nogen barrierer, er faldet. Det betyder, at en noget større andel af små virksomheder end store nu peger på én eller flere barrierer end tidligere.



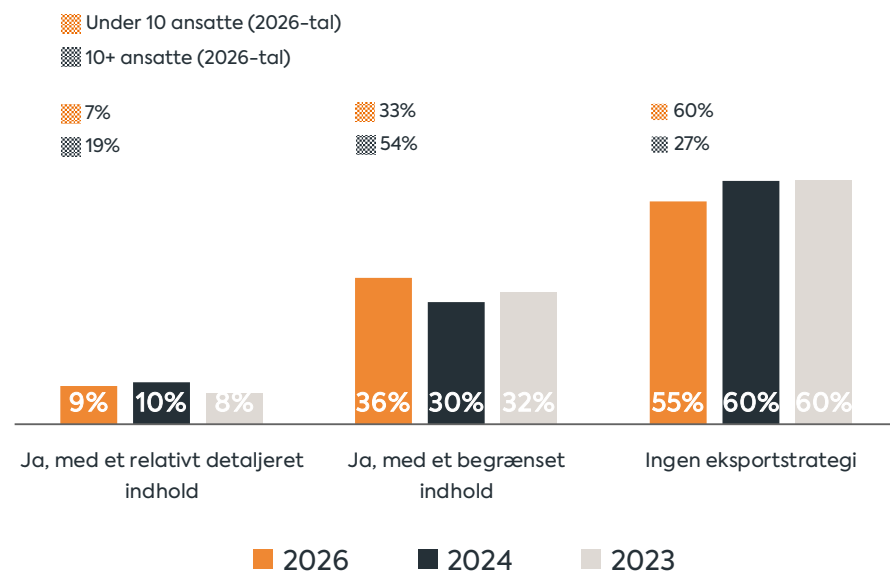
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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: 331 (2024: 304)



55 pct. har ingen strategi for deres eksport, men niveauet er svagt faldende



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne har formuleret en eksportstrategi og hvis ja; hvor omfattende er den.

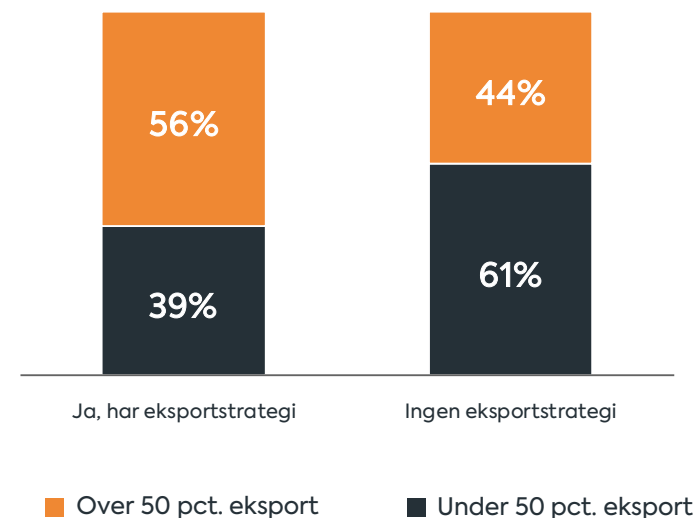
Antal svar: 331 (2024: 304; 2023: 224)

45 pct. af virksomhederne har en eksportstrategi, hvilket er en stigning sammenlignet med tidligere. 9 pct. er med et relativt detaljeret indhold, hvilket er på niveau med tidligere, mens andelen med begrænset indhold oplever en stigning fra 2-3 år siden.

Andelen med en strategi er markant højere hos de større virksomheder, hvor næsten tre fjerdedele arbejder strategisk med eksport (73 pct.).

En eksportstrategi kan styrke virksomhedernes arbejde med internationalisering.

En eksportstrategi bidrager markant til bedre forudsætning for høj eksportandel



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

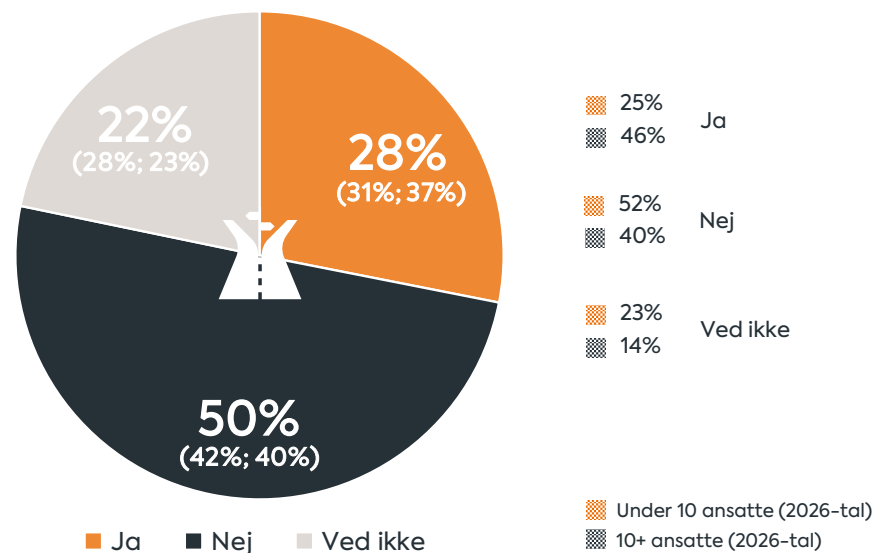
Note: Figuren viser forskellen på eksportvirksomheder med og uden en eksportstrategi, og om de har en høj eller lav eksportandel (over/under 50 pct.).

Antal svar: 331

Virksomhedernes fokus på at formalisere deres eksportstrategi har også indflydelse på, hvor internationale de er. Jo mere strategisk en eksportvirksomhed fokuserer, jo mere eksportintensiv er virksomheden.

56 pct. af eksportvirksomheder med en eksportstrategi har også en høj eksportgrad, dvs. over 50 pct. For eksportvirksomheder uden en strategi er det noget mindre med 44 pct.

28 pct. forventer at starte på nye eksportmarkeder, men andelen falder



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

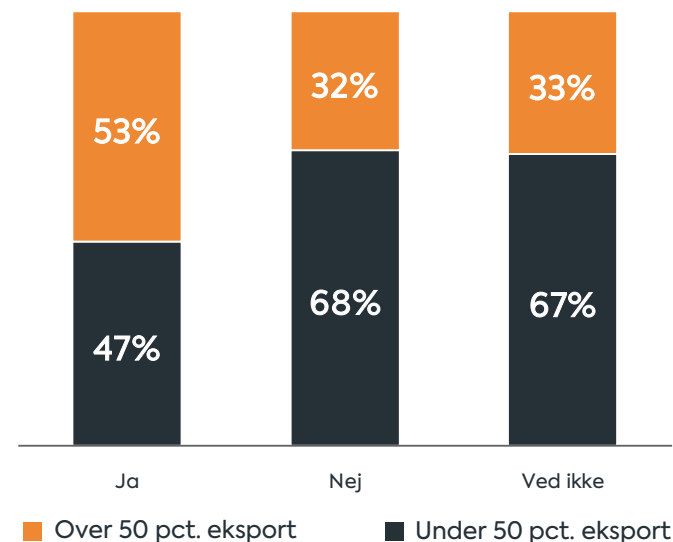
Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne forventer at starte op på nye eksportmarkeder i år eller næste år. Tal i parentes er først fra 2024 dernæst 2023.

Antal svar: 331 (2024: 304; 2023: 224)

Interessen for at starte nye eksporteventyr falder for tredje år i træk. Fra 37 pct. i 2023 til 28 pct. i 2026. Samtidig stiger andelen, der svarer blankt nej, mens andelen af tvivlere tilsvarende falder.

Blandt gruppen, der svarer ja, er der markant forskel på små og større virksomheder: 25 pct. hos små hhv. 46 pct. hos større med 10+ ansatte. Det er altså de mindre virksomheder, der trækker det samlede tal ned i 2026.

Eksport avler mere eksport hos dem, som allerede har en høj eksportandel



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: 304

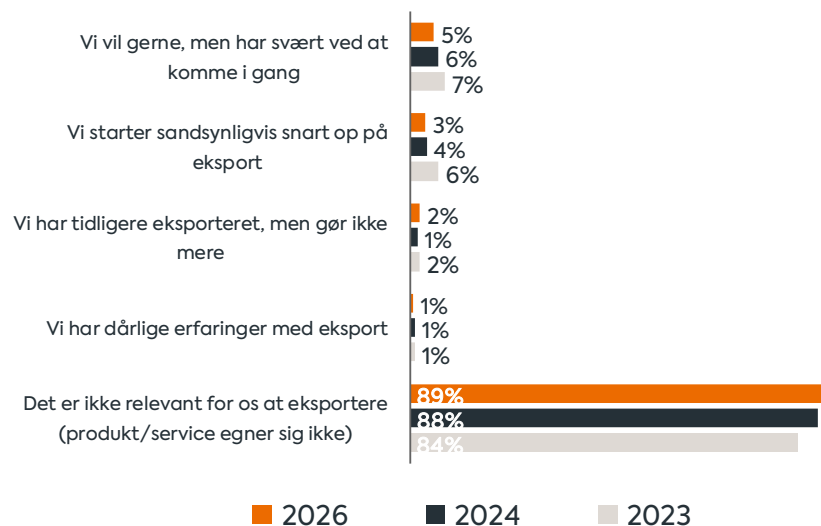
Når virksomhederne er mere åbne for nye eksportmarkeder, så har flere af dem i forvejen en høj eksportandel i forhold til de virksomheder, som ikke forventer nye markeder. En i forvejen høj eksportandel øger derfor sandsynligheden for mere eksport.

53 pct. af dem, som forventer at starte på nye markeder, har allerede også en høj eksportgrad på over 50 pct. sammenlignet med dem, som ikke forventer at udvide eller ikke ved (32 pct. hhv. 33 pct.).

Virksomheder uden eksport



Flere uden eksport vurderer, at eksport ikke er relevant for dem



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Antal svar: 891 (2024: 912; 2023: 891)

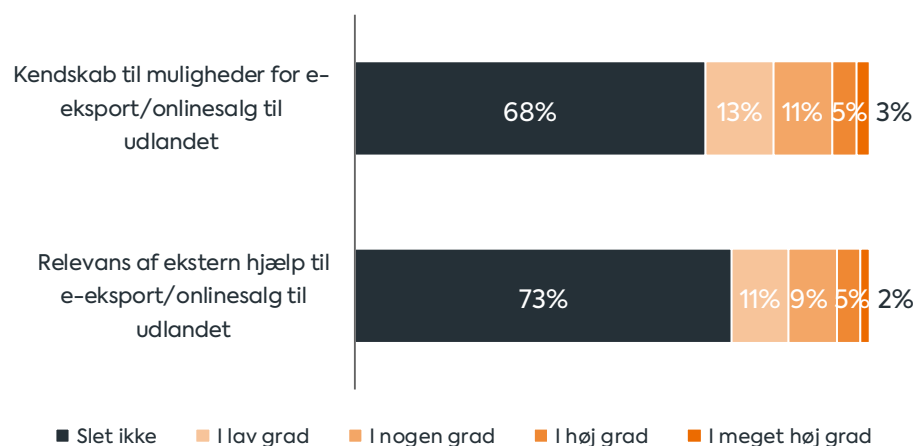
8 pct. af de ikke-eksporterende virksomheder vil gerne i gang eller er på vej med eksport. Det er fortsat et fald fra tidligere, hvor det var 10 pct. i 2024 hhv. 13 pct. i 2023. Men ca. 6.000 virksomheder¹ i hovedstadsregionen kan altså potentielt bidrage til Danmarks velstand ved at skalere deres forretning ud over Danmarks grænser.

Det store flertal øges marginalt fra 88 pct. til 89 pct., som mener, at eksport ikke er relevant for dem pga. deres produkts eller services egenskaber.

¹ Andelen er baseret på følgende antagelse: Ca. 100.000 private/kommercielle virksomheder i Hovedstadsregionen x 76 pct. (uden eksport) = 76.000 x 8 pct. (som gerne vil eksportere) = 6.000.



E-eksport er interessant for mere end en fjerdedel til at starte eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

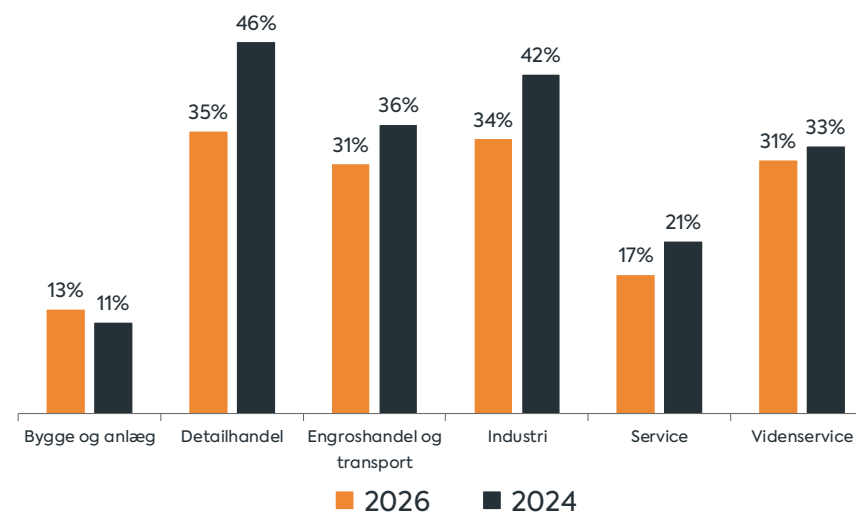
Note: Figuren viser dels kendskabet til og relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, kvalificeret arbejdskraft osv.) til e-eksport/onlinesalg til udlandet for virksomheder uden eksport.

Antal svar: 891

Knap en tredjedel af ikke-eksporterende virksomheder kender i mere eller mindre grad til mulighederne for e-eksport eller onlinesalg til udlandet (32 pct.). Det kan synes som en nemmere vej til eksport, da det i mindre grad kræver lokal tilstedeværelse, indre fysisk håndtering m.v. Dog har mange fortsat ikke tilstrækkeligt kendskab til mulighederne.

Dertil kommer, at lidt mere end en fjerdedel uden eksport efterspørger ekstern hjælp til at etablere forretning med e-eksport eller onlinesalg til udlandet, hvilket understreger potentialet omtalt på forrige side.

Interessen falder på tværs af brancher for ekstern hjælp til e-eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport fordelt på brancher for de 27 pct. (2026) hhv. 29 pct. (2024), som har angivet, at ekstern hjælp til e-eksport/onlinesalg til udlandet er relevant (jf. diagrammet til venstre). Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 891 (2024: 912)

Der er tydelige branchemæssige forskelle i forhold til efterspørgslen efter ekstern hjælp, som også generelt aftager en smule fra 2024.

Detailhandelsbranchen aftager mest i interesse, men har ikke desto mindre den største interesse på tværs af brancherne.

Bygge- og anlægsbranchen har mindst interesse - selvom det er den eneste branche med en (lille) stigning.

Flere barrierer fylder mere for at kunne igangsætte eksport

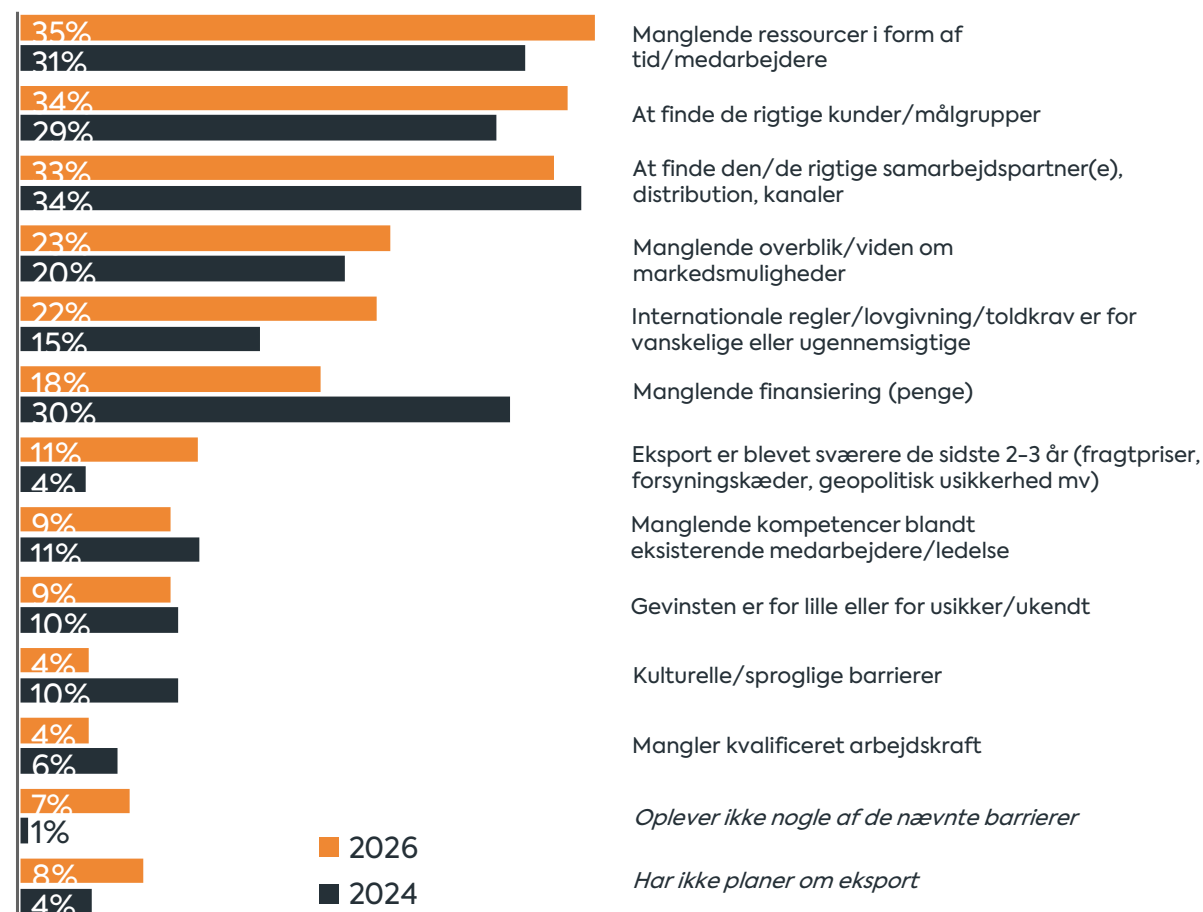
– men finansiering fylder mindre end før

Ikke-eksporterende virksomheder, som gerne vil eksportere, angiver fortsat op mod tre barrierer, som de tungest vejende for at kunne igangsætte eksport.

Yderligere to barrierer fremstår ikke overraskende med iøjnefaldende stigninger og handler dels de aktuelle vanskelige eller ugenomsigtige internationale regler, lovgivning eller toldkrav, og dels om den geopolitiske usikkerhed.

Omvendt aftager to barrierer, hvor det største fald handler om manglende finansiering, som ikke ses som lige så stor en hindring som tidligere. Dernæst aftager kulturelle og sproglige barrierer også, men det fylder mindre i det samlede billede.

Det er desuden værd at bemærke, at barrieren ”vanskelige eller ugenomsigtige internationale regler, lovgivning og toldkrav” i 2023 kun blev angivet af 5 pct, mens andelen i 2026 er steget til 22 pct. Det viser, hvor markant denne hindring er vokset på blot tre år.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Antal svar: 119 (2024: 110)

Om undersøgelsen

Internationalisering

I Internationaliseringsbarometer 2026 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 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?

Barometeret siger dermed ikke noget om eksportens størrelse i kroner og øre.

Metode

Internationaliseringsbarometer 2026 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse med 1.222 besvarelser fra små og mellemstore virksomheder i hovedstadsregionen.

Den statistiske usikkerhed er +/- 2,8 procentpoint. Et stort antal svar bidrager til bred brancherepræsentativitet og høj validitet i resultaterne.

Dataindsamling

Barometeret er gennemført af Erhvervshus Hovedstaden som en onlineundersøgelse udsendt til et repræsentativt udsnit af hovedstadsregionens virksomheder.

Indsamlingen er foregået i november og december 2025.

Stratificering af data

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

Hovedstadsregionens erhvervsstruktur

Bygge og anlæg	10.613	9%
Detailhandel	5.961	5%
Engroshandel og transport	11.813	9%
Industri	4.588	4%
Information og kommunikation	11.880	10%
Service	58.592	47%
Videnservice	20.349	16%
Ingen ansatte	69.959	56%
Under 10 ansatte	46.558	38%
10+ ansatte	7.878	6%

Kilde: Danmarks Statistik, tabel GF12/14 (seneste tal: 2023), bearbejdet af Erhvervshus Hovedstaden.

Note: Landbrug, offentlig administration, undervisning, sundhed og forsyning indgår ikke i opgørelsen.

Dog er visse af de mindre brancher bevidst overrepræsenteret (fx industri og detailhandel) for at opnå tyngde. Det samme gælder virksomheder med ansatte, som er overrepræsenteret i forhold til virksomheder uden ansatte.

Vægtning af data

På baggrund af sammensætningen af de indkomne svar og antallet af virksomheder samlet set, er det nødvendigt at foretage vejning af data.

Vejningen er udført på baggrund af de deltagende virksomheders branche-tilhørsforhold holdt imod, hvordan brancherne i alt fordeler sig.

Det betyder, at fordelingen af brancher blandt virksomhederne i undersøgelsen svarer til fordelingen blandt virksomheder generelt i hovedstadsregionen.

Fordeling af besvarelser i barometeret (uvejet antal)

Bygge og anlæg	96	8%
Detailhandel	133	11%
Engroshandel og transport	180	15%
Industri	77	6%
Information og kommunikation	162	13%
Service	234	19%
Videnservice	340	28%
Ingen ansatte	394	32%
1-2 ansatte	414	34%
3-9 ansatte	270	22%
10+ ansatte	144	12%
Eksportvirksomheder	331	27%
Virksomheder uden eksport	891	73%

Internationaliseringsbarometer for hovedstadsregionen 2026

Internationaliseringsbarometer 2026 giver et samlet overblik over, hvor internationale virksomhederne i hovedstadsregionen er, og hvordan de arbejder med salg til udlandet.

Barometeret stiller skarpt på:

- udviklingen i eksport og hvilke markeder virksomhederne sælger til
- brugen af e-handel, partnerskaber og sourcing
- geopolitiske, regulatoriske og finansielle udfordringer
- hvorfor nogle virksomheder ikke eksporterer
- hvor relevant ekstern hjælp er for at komme i gang eller øge eksporten.



Erhvervshus
HOVEDSTADEN