



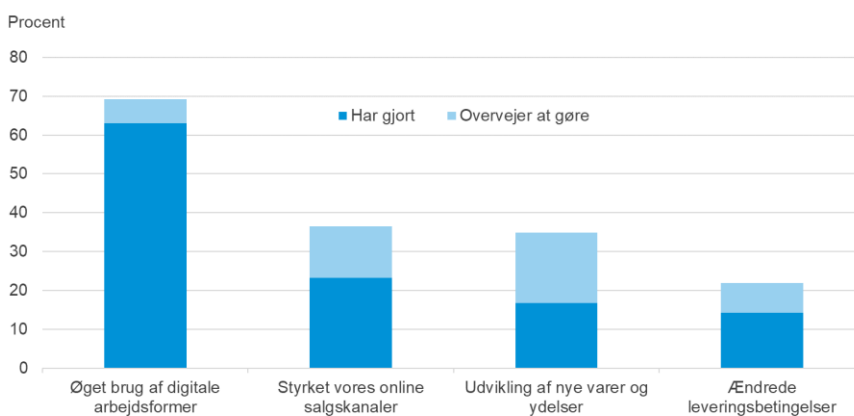
Coronakrise sætter digitalisering højt på dagsordenen

De mange restriktioner for at inddæmme coronavirus og det deraf følgende efterspørgselschok i mange forsyningskæder har ført til nytænkning i mange virksomheder. Især virksomheder, som oplever et stort fald i deres omsætning, forsøger at gå nye veje i deres måde at gøre forretning på, og digitalisering står først for.

Danske virksomheder har ikke før stået i en krise, der med samme hastighed og styrke har suget aktiviteten ud af dansk økonomi som

Coronakrise får virksomheder til at tænke i nye løsninger

Har coronakrisen ført til ændrede forretningsmetoder i din virksomhed?



Anm: På baggrund af svar fra 1.428 virksomheder
Kilde: DI's Virksomhedspanel

coronakrisen. I en tidligere analyse¹ fra d. 20 april har DI anslået, at coronakrisen kan få dansk økonomi til at dykke med hele 8,3 procent i år. Antallet af nytilmeldte ledige viser, at mange virksomheder allerede har vanskeligheder med at sikre nok ordrer til at holde skindet på næsen. Konkurrencen om ordrer er benhård, og restriktionerne for at hæmme smittespredningen vanskeliggør virksomhedernes produktion og salg.

Knap 1 ud af 5 virksomheder har udviklet nye varer eller tjenester som modsvar til coronakrise

Et sådant hårdt økonomisk miljø får flere virksomheder til at tænke i nye løsninger. Coronakrisen har fået 17 procent af virksomheder til at udvikle nye varer og tjenester, mens 18 procent overvejer at forny virksomhedens produkter. Det viser en rundspørge til DI's Virksomhedspanel, hvor der er indsamlet svar fra 1.428 mellem d. 28. og 29. april.

Restriktioner for forsamlinger nødvendiggør digitale arbejdsformer

Restriktioner for forsamlinger betyder dog først og fremmest, at mange virksomhederne skal tænke i nye måder at organisere deres forretning. Over 60 procent af virksomheder angiver, at coronakrisen har fået virksomheden til at øge dens brug af digitale arbejdsformer, og 6 procent af virksomhederne overvejer at gøre det.

Andre fokusområder er online salgskanaler og leveringsbetingelser

Øget brug af digitale arbejdsformer er ikke den eneste digitale ændring i danske virksomheders forretningsmodel. 331 virksomheder, svarende til 23 procent, har styrket deres online salgskanaler. Samtidig har 14 procent af virksomhederne også ændret deres leveringsbetingelser for at tilpasse sig et forretningsklima i coronavirusets tegn.

Især virksomheder med markant tilbagegang i omsætning overvejer sin forretningsmodel

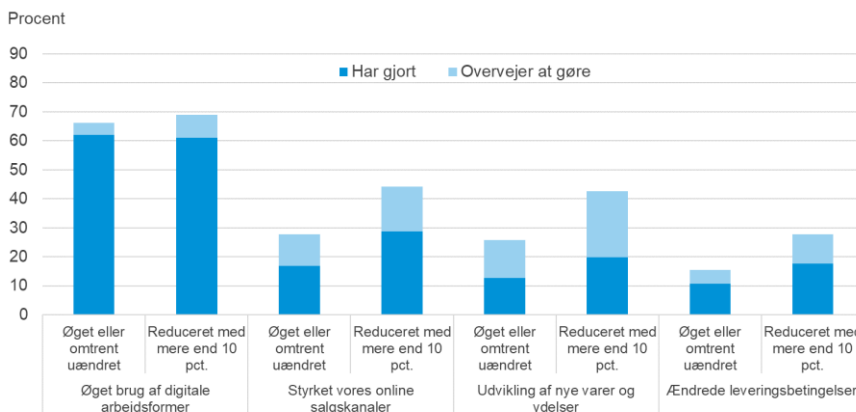
Virksomheder, der er hårdt ramt på omsætningen, har i højere grad givet deres forretningsmodel et eftersyn. Færre ordrer at konkurrere

¹ <https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2020/4/coronakrise-kan-koste-over-190-mia.-kr/>

om og de gennemgribende restriktioner har gjort online salgskanaler og produkter, der er tilpasset den nye virkelighed, centrale.

Tilbagegangen er blevet et wake up call for flere virksomheder

Ændrede forretningsmetoder fordelt på ændring i omsætning



Anm: På baggrund af svar fra 1.385 virksomheder
Kilde: DI's Virksomhedspanel

Knap 17 pct. point flere hårdt ramte virksomheder viser interesse i at styrke online salgskanaler

Virksomheder med nedgang i omsætningen overvejer også i større grad deres produkter

6 ud af 10 virksomheder med markant nedgang i omsætning har taget flere tiltag

Serviceerhverv hårdt ramt af coronakrisen

Blandt virksomheder med en nedgang i omsætningen på over 10 procent har 29 procent styrket deres online salgskanaler, og 16 procent overvejer at gøre det. De samme andele for virksomheder med øget eller omtrent uændret omsætning er henholdsvis 11 – og 17 procent.

Som konsekvens af krisen har ilde stedte virksomheder i større grad taget deres portefølje af produkter til overvejelse. Over 40 procent af virksomhederne med markant nedgang i omsætningen har udviklet eller overvejer at udvikle nye varer eller tjenester. Hos virksomheder med øget eller omtrent uændret omsætning er det 25 procent, der gør det samme, hvilket logisk afspejler, at de virksomheder i mindre grad er udfordret med at afsætte deres produkter.

Virksomheder, hvis omsætning er presset, har taget coronakrisen som en blikende advarselsslampe om deres forretningsmodel, og som konsekvens har 6 ud af 10 virksomheder foretaget flere tiltag for at udvikle virksomhedens forretningsmodel.

En tidligere analyse² fra DI viser, at brancher i servicesektorien er særligt hårdt ramt af coronakrisen. Virksomheder i serviceerhverv

² <https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2020/4/virksomhedernes-omsatning-styrtdykker/>

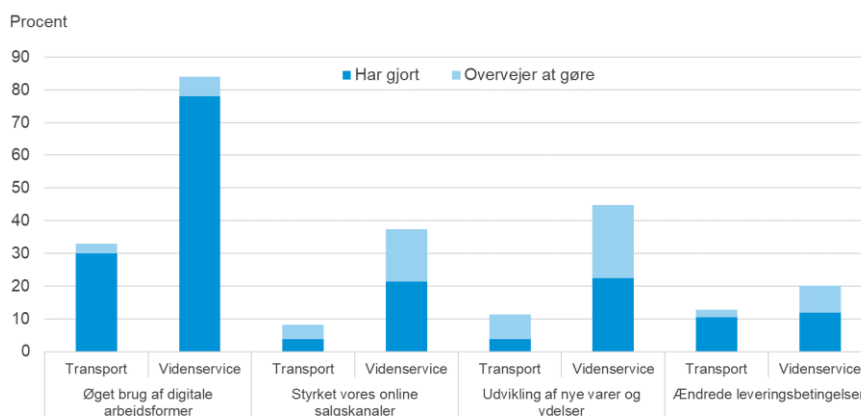
som vidensservice, transport, erhvervsservice samt hotel, restauranter og kultur har set deres omsætning falde meget kraftigt i de første uger af coronakrisen.

Forskellige muligheder for at omstille produktion

Ramte serviceerhverv kan i forskellig grad omstille deres produktion til de nye betingelser at gøre forretning i. Et revisionsfirma kan omlægge deres ressourcer til ydelser, der sikrer, at virksomheder kan gøre brug af hjælpepakker. Et fragtfirma har vanskeligere ved at tilbyde andre services end hovedtjenesten at fragte en vare fra A til B.

Hårdt ramte brancher har forskellige muligheder for at omstille sig

Ændrede forretningsmetoder fordelt på specifikke brancher



Anm: På baggrund af svar fra 352 virksomheder
Kilde: DI's Virksomhedspanel

Fakta om DI's Virksomhedspanel

- Resultaterne om konsekvenser af virksomhedernes manglende underleverancer bygger på svar fra 1.428 virksomheder ud af 6.785 adspurgte virksomheder.
- Virksomhederne har afgivet svar i perioden 28. april til 29. april 2020.
- Panelet dækker lige fra de mindste virksomheder til de allerstørstevirksomheder i Danmark og repræsenterer virksomheder, der tilsammen har mellem 95.000 – 230.000 ansatte i Danmark.