

Store virksomheder satser fortsat på USA – de små holder igen

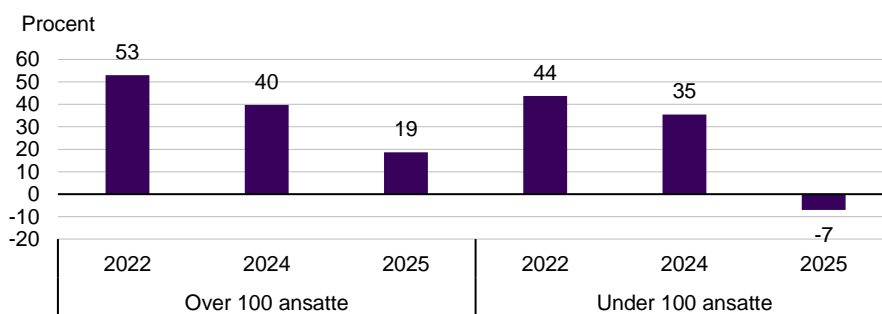
Som følge af internationale kriser planlægger danske virksomheder fortsat at øge engagementet i USA – men i langt mindre grad end tidligere. Og små virksomheder forventer faktisk at mindske deres engagement. Flere vil investere i EU, men det forudsætter EU-tiltag. Otte ud af ti foretager strategiske ændringer.

Internationale konflikter og geopolitiske spændinger er blevet mere hyppige det seneste år...

Usikkerheden for danske virksomheder med internationalt engagement er steget markant med Trump i Det Hvide Hus. Der lægges blandt andet op til massive stigninger i toldsatser, hvilket kan gøre det sværere for virksomheder med engagement i USA at købe varer. Omvendt kan et engagement i

Store virksomheder øger fortsat engagementet i USA

Nettoændring i USA-engagement som følge af internationale kriser



Anm.: Svar på spørgsmålet: Hvordan vil din virksomhed ændre sit økonomiske engagement (underleverandører, datterselskaber og investeringer) i et eller flere af disse lande/regioner som følge af de store internationale konflikter og geopolitiske spændinger? Figuren viser nettoændringen i USA-engagement, dvs. virksomheder, der vil øge engagement, fratrukket virksomheder, der vil mindske. Tallene er beskæftigelsesvægtet inden for hver gruppe.

Kilde: DI's virksomhedspanel september 2022 (635 svar), marts 2024 (562 svar) og marts 2025 (544 svar).

... Og får virksomhederne til at justere deres internationale engagement

Store virksomheder øger fortsat engagement i USA mens SMV'er nedjusterer

USA er nu ikke længere det mest populære marked at udvide engagementet på

Stadig flere, der vil etablere sig i USA, end forlade markedet

USA også sikre, at man kommer inden for toldmurene. Samtidigt kan en usikker politisk linje i USA gøre det sværere for virksomheder at planlægge langsigtet. Det er derfor ikke entydigt, hvordan danske virksomheder reagerer.

En ny rundspørge fra marts 2025 blandt 544 af DI's medlemmer viser, hvordan virksomhederne planlægger at ændre deres økonomiske engagement – underleverandører, datterselskaber og investeringer – i takt med den seneste tids geopolitiske spændinger og internationale konflikter. Resultaterne er markante: Konflikterne har sat tydelige spor i virksomhedernes svar sammenlignet med for et år siden.

Store virksomheder med over 100 ansatte planlægger i højere grad at øge engagement i USA end SMV'er med under 100 ansatte, som forventer at mindske deres engagement. Blandt de større virksomheder vil 19 procent flere øge end mindske deres engagement, mens andelen af SMV'er, der vil reducere deres engagement, overgår andelen, der vil øge, med syv procentpoint.

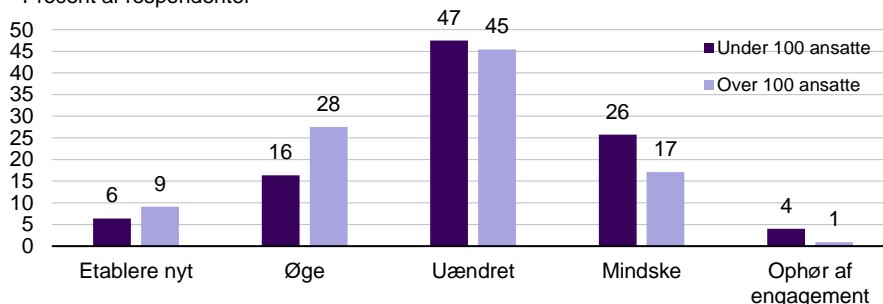
I 2024 var USA det foretrukne marked for virksomheder, der ønskede at øge deres økonomiske engagement. Selvom de store virksomheder stadig planlægger at udvide deres tilstedeværelse, sker det i et lavere tempo end året før, hvor væksten var hele 40 procent. De har derfor en mere tilbageholdende tilgang sammenlignet med 2024.

Det er dog langt fra tilfældet, at virksomhederne vender ryggen til USA. Flere planlægger at øge deres engagement i det kommende år, end der overvejer at forlade markedet. En betydelig andel ser altså fortsat store fordele ved at være til stede i USA.

Stadig en overvægt, der vil øge engagementet i USA

Ændring i økonomisk engagement som følge af internationale kriser

Procent af respondenter



Anm.: Svar på spørgsmålet: Hvordan vil din virksomhed ændre sit økonomiske engagement (underleverandører, datterselskaber og investeringer) i et eller flere af disse lande/regioner som følge af de store internationale konflikter og geopolitiske spændinger? Tallene er beskæftigelsesvægtet.

Kilde: DI's virksomhedspanel marts 2025 (544 respondenter).

På tværs af alle regioner øger virksomheder i gennemsnit deres engagement...

... men i mindre grad end i 2024

Engagementet i Kina falder med hele 15 procent...

... og indikerer en China+1-strategi

Virksomhederne øger fortsat deres globale engagement

På trods af stigende usikkerhed, internationale kriser og geopolitiske konflikter forbliver virksomhederne positive over for at øge deres internationale engagement. På tværs af regioner vokser engagementet i gennemsnit med 13 procent.

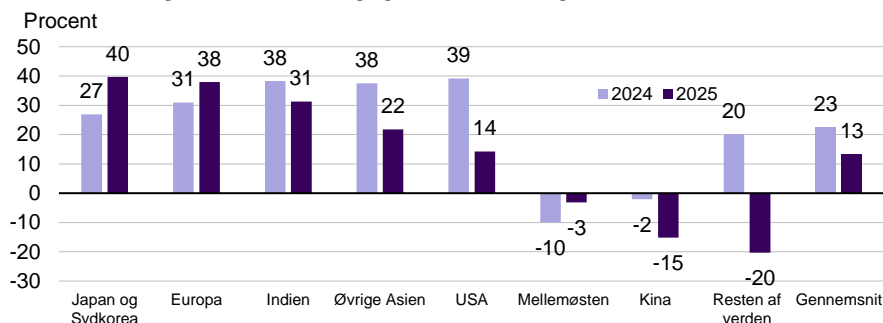
Virksomhederne er dog mere tilbageholdende end i marts 2024, hvor der i gennemsnit på tværs af regioner var en forventet 23 procent nettofremgang i deres internationale engagementer. Der tegner sig således en tendens til, at virksomhederne udviser større forsigtighed end for et år siden.

Virksomhederne er blevet endnu mere tilbageholdende med at øge deres engagement i Kina end tidligere, hvor nettoændringen i forventningen viser et fald på 15 procent. Det betyder dog ikke, at de forlader markedet. Kun fem procent forventer at trække sig helt, mens 23 procent forventer at reducere deres tilstedeværelse.

Dette peger på en China+1-strategi, hvor virksomheder undgår at øge engagementet i Kina og i stedet investerer mere i andre regioner, herunder Sydøstasien. Siden 2015 er andelen af virksomheder med Kina-engagement, der samtidigt har engagement i Sydøstasien, også steget fra 25 til 31 procent.¹

Virksomheder øger fortsat deres internationale engagement

Nettoændring i økonomisk engagement som følge af de internationale kriser



Anm.: Svar på spørgsmålet: Hvordan vil din virksomhed ændre sit økonomiske engagement (underleverandører, datterselskaber og investeringer) i et eller flere af disse lande/regioner som følge af de store internationale konflikter og geopolitiske spændinger? Figuren viser andelen af virksomheder, der vil øge engagementet relativt til mindsket engagement. Tallene er beskæftigelsesvægtet

Kilde: DI's virksomhedspanel marts 2024 (562 respondenter) og marts 2025 (544 respondenter).

EU er nu den mest populære destination at øge engagementet på...

Til gengæld er virksomhederne markant mere positive over for at øge deres engagement i Europa, hvor engagementet øges med 38 procent.² Især i EU

¹ Se DI-analysen fra 2024 "Danske virksomheder er vilde med Sydøstasien". Sydøstasien defineres i analysen som Filippinerne, Indonesien, Malaysia, Singapore, Thailand og Vietnam.

² Europa er i 2024 beregnet som et vægtet gennemsnit af virksomheder med engagement i Vesteuropa og virksomheder i Østeuropa. I 2025 er kategorierne i stedet EU og Øvrige Europa.

planlægger flere nu at øge deres engagement. Hele 47 procent forventet nettofremgang i engagementet, hvilket gør EU til den foretrukne region.

... Men det forudsætter EU-tiltag på flere centrale parametre

Før at virksomhederne realiserer deres planer kræver det dog EU-tiltag på flere centrale parametre. I en nylig rundspørge fra februar 2025 blandt DI's medlemmer svarer hele 80 procent af virksomhederne, at færre administrative byrder er blandt de vigtigste tiltag for at forbedre konkurrenceevnen i EU. Yderligere 45 procent svarer, at EU skal indgå flere handelsaftaler.

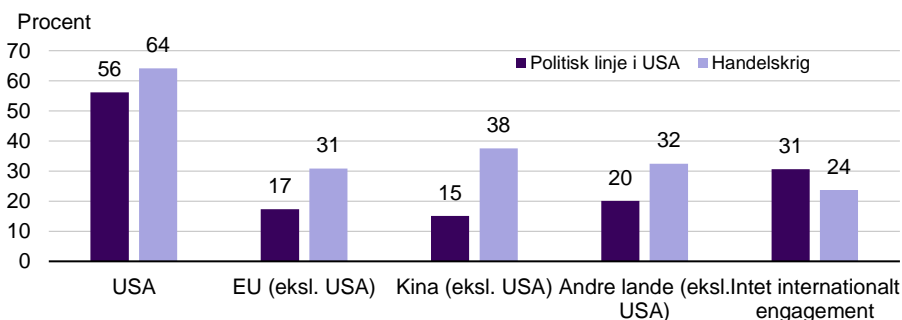
Usikkerhed om handelskrig er sandsynligvis en medvirkende faktor bag tilbageholdenheden i USA

Ny politisk linje i USA influerer virksomhedernes engagement

Den voksende usikkerhed med Trump i Det Hvide Hus har sandsynligvis påvirket virksomhedernes strategiske overvejelser om internationalt engagement. Blandt virksomheder med engagement i EU (men ikke i USA) ser 31 procent en mulig eskalering af handelskrigen som en af de største usikkerhedsfaktorer. For virksomheder med engagement i USA er tallet markant højere – hele 64 procent – hvilket gør det til den suverænt største bekymring.³

Virksomheder med USA-engagement mere bekymret for handelskrig og politisk linje i USA

Virksomheder, der angiver eskalering af handelskrig eller politisk linje i USA blandt de største usikkerhedsfaktorer for deres virksomhed i de kommende år



Anm.: Svar til spørgsmålet: Hvilke usikkerhedsfaktorer vurderer du som værende de største for din virksomhed de kommende år? Figuren viser andel virksomheder, der svarer eskalering af handelskrig og politisk linje i USA blandt i alt 10 svarmuligheder. Tallene er beskæftigelsesvægtet. Øvrige regioner end USA er opgjøret eksklusiv virksomheder, der har engagement i USA. Kilde: DI's virksomhedspanel marts 2025 (544 respondenter).

Usikker politisk linje i USA skaber bekymring blandt USA-engagement virksomheder

En usikker politisk linje i USA vækker stor bekymring blandt virksomheder med engagement i landet. 56 procent af disse virksomheder anser politisk

³ Store globale virksomheder med engagement i alle regioner, herunder USA, er generelt mere bekymrede for en handelskrig. Da tallene for andre regioner er opgjøret uden virksomheder med engagement i USA, er de lavere, end hvis USA-virksomhederne var inkluderet. Hvis USA-virksomhederne medregnes, anser 52 procent af virksomhederne med engagement i EU handelskrig som en af de største usikkerhedsfaktorer. Dette tal kan dog være kunstigt højt, da USA-virksomhederne trækker gennemsnittet op. Det reelle billede ligger sandsynligvis mellem 31 procent (uden USA-virksomheder) og 52 procent (med USA-virksomheder).

usikkerhed som en af de største usikkerhedsfaktorer. For virksomheder med engagement i EU (ekskl. USA) er tallet langt lavere, blot 17 procent.

Virksomheder foretager øvrige justeringer end kun ændringer af engagement

Otte ud af ti virksomheder foretager strategiske ændringer

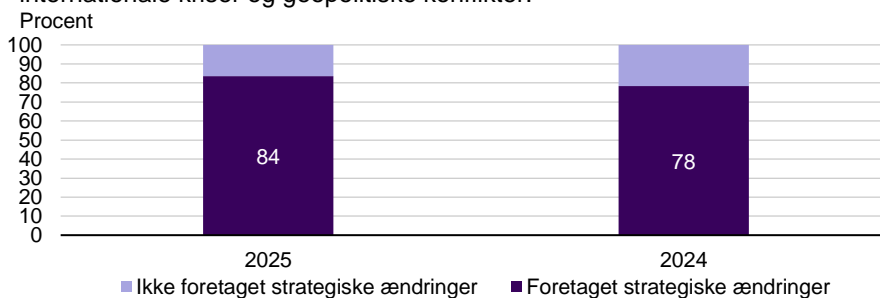
Konflikter får otte ud af ti til at foretage strategiske ændringer

En justering af det internationale engagement er ikke den eneste måde, hvormed virksomhederne kan foretage strategiske ændringer som reaktion på internationale kriser. De kan f.eks. også vælge at sprede risikoen ved at udvide kundebasen, etablere et større leverandørnetværk, eller flytte produktion tættere på kunden - eller alternativt hjem til Danmark.

Det seneste års internationale kriser og geopolitiske konflikter har fået otte ud af ti virksomheder til at foretage strategiske ændringer. Virksomhederne har således ikke blot ændret deres internationale engagement i forhold til hvilke lande, de har engagement i, men også taget andre foranstaltninger.

Otte ud af ti virksomheder foretager strategiske ændringer

Andel af virksomheder, der foretager strategiske ændringer som reaktion på internationale kriser og geopolitiske konflikter.



Anm.: Svar på spørgsmålet: Har din virksomhed foretaget eller overvejer I at foretage strategiske ændringer i kølvandet på det seneste års internationale konflikter og geopolitiske spændinger?

Tallene er beskæftigelsesvægtet.

Kilde: DI's virksomhedspanel marts 2024 (562 svar) og marts 2025 (544 svar).

Virksomheder finder flere underleverandører og sælger til flere markeder

54 procent af SMV'er finder nye markeder

Virksomhederne flytter aktiviteter tættere på kunderne

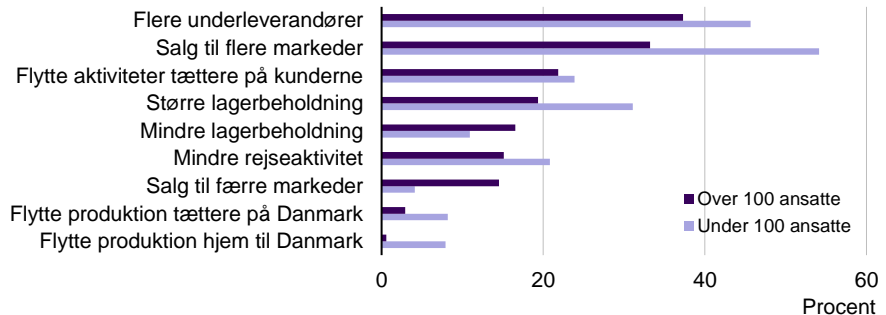
Virksomhedernes strategiske ændringer peger på øget globalisering frem for mindre. En overvægt af virksomhederne har diversificeret deres værdikæder ved at tilføje flere underleverandører og etablere salg på flere markeder. Dette tyder på en de-risking-strategi, hvor virksomhederne søger at gøre deres værdikæde mere robust og udvide deres kundebase.

Særligt SMV'er har fokuseret på at etablere salg på flere markeder. 54 procent af disse virksomheder angiver, at de har eller vil etablere salg på nye markeder, mens det kun gælder 33 procent af de store virksomheder.

Kun en meget lille andel af virksomhederne overvejer at flytte aktiviteter tættere på Danmark. Tværtimod vil ca. 20 procent af virksomhederne flytte aktiviteter tættere på deres kunder, hvilket er den tredje mest populære strategiske ændring.

Virksomheder spredde risiko med flere leverandører og kunder

Strategiske ændringer som følge af internationale konflikter



Anm.: Svar på spørgsmålet: Har din virksomhed foretaget eller overvejer I at foretage strategiske ændringer i kølvandet på det seneste års internationale konflikter og geopolitiske spændinger?

Tallene er beskæftigelsesvægtet

Kilde: DI's virksomhedspanel marts 2025 (544 respondenter).

Sådan har vi gjort

Analysen bygger på en spørgeundersøgelse blandt DI's medlemmer foretaget mellem den 11. og den 20. marts 2025. 544 virksomheder, der til sammen repræsenterer 58.000 ansatte i Danmark, har svaret på undersøgelsen.

Denne analyse bygger på spørgsmål om virksomhedernes justering af deres internationale engagement og strategiske ændringer som følge af internationale konflikter og geopolitiske spændinger. Relativt til samme undersøgelse sidste år er der dog justeret i svarmulighederne, hvor det nu også er muligt at svare "Etablere nyt engagement" samt "Forlade markedet", mens det tidligere kun var muligt at angive "Øge engagement", "Uændret" eller "Mindske engagement".

Samtidigt er der ændret i landekategorierne. I 2022 og 2024 undersøgelserne kunne virksomhederne vælge "Nordamerika" og "Vesteuropa" samt "Østeuropa". Det er nu erstattet af "USA", "EU", "Øvrige Europa". Det antages i figurerne at svarene for Nordamerika i 2022 og 2024 undersøgelserne primært afspejler ændringer i engagementet i USA.