

The background of the slide features a dark blue color scheme with various financial data visualizations. At the top, there are several line graphs with fluctuating lines, some marked with small '+' symbols. Below these, a table of percentage changes for specific dates is visible. In the lower right, there is a white silhouette of a city skyline. A silver and black pen is positioned diagonally across the bottom center, pointing towards the top left. The overall aesthetic is professional and data-oriented.

KONJUNKTURANALYSE

-0.78%
22 Dec

-0.02%
23 Dec

+1.77%
29 Dec

+2.33%
30 Dec

Indhold

SILKEBORG BUSINESS OVERBLIK – FORVENTNINGER TIL 2025	3
LOKALE KONJUNKTURER	4
VIRKSOMHEDERNES OMSÆTNING	5
VIRKSOMHEDERNES INVESTERINGER	5
VIRKSOMHEDERNES RESULTAT	6
UDVIKLING DE KOMMENDE 12 MÅNEDER	6
MEDARBEJDERE	7
FORVENTER VIRKSOMHEDERNE AT SKULLE OPSIGE MEDARBEJDERE SENERE PÅ ÅRET?	8
GRØN OMSTILLING	9
ARBEJDER VIRKSOMHEDERNE MED GRØN OMSTILLING?	10
INVESTERER VIRKSOMHEDERNE I GRØN OMSTILLING?	10
TEMAER TIL ARRANGEMENTER	11
HVLKE TEMAER INTERESSERER VIRKSOMHEDERNE?	12
TEMAER TIL LEDERSPARRINGSGRUPPER	13
METODE	14
HVAD HAR VI GJORT, OG HVOR MANGE HAR SVARET?	15
MÅLGRUPPEUDVÆLGELSE	15
ANALYSENS GYLDIGHED OG KVALITET	15
<i>Validitet</i>	15
<i>Reliabilitet</i>	16
<i>Kontrollerbarhed</i>	17

SILKEBORG BUSINESS OVERBLIK – FORVENTNINGER TIL 2025



RESULTAT

92 %

forventer et positivt resultat i deres virksomhed

2 %

forventer et livstruende resultat



ANTAL MEDARBEJDERE ULTIMO 2025

64 %

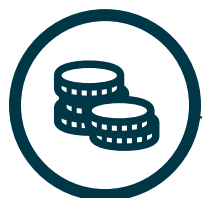
forventer at de er det samme antal medarbejdere

30 %

forventer flere medarbejdere

6 %

forventer færre medarbejdere



UDVIKLING DE KOMMENDE 12 MDR.

86 %

forventer stabil udvikling eller vækst

5 %

forventer tilbagegang



INVESTERINGER

77 %

forventer at investere som planlagt - eller mere

12 %

forventer at investere mindre end planlagt

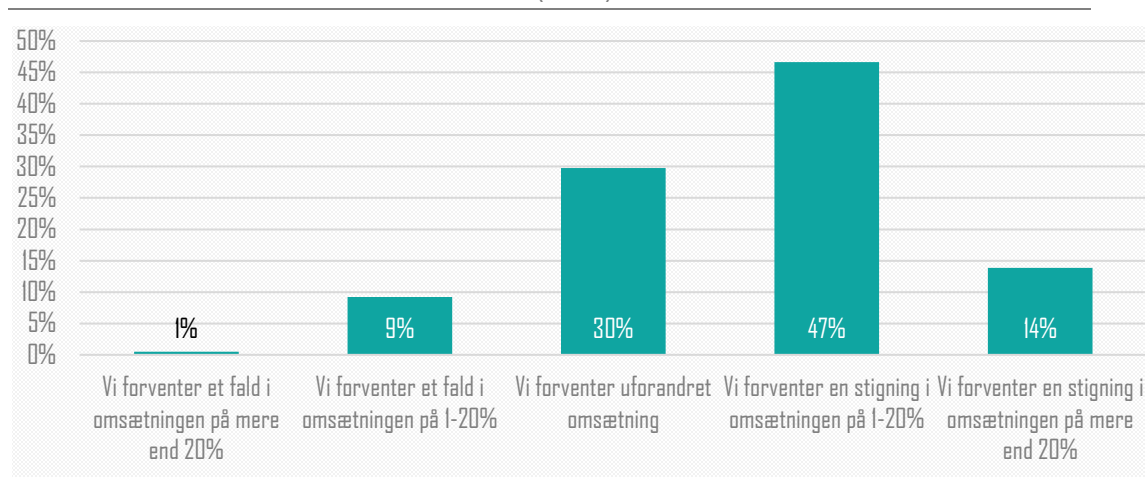


LOKALE KONJUNKTURER

Virksomhedernes omsætning

Der er generelt en positiv udvikling i virksomhedernes omsætning sammenlignet med sidste år. 61% forventer en stigning, 30% oplever uforandret omsætning, 10% oplever et fald.

FIGUR 1: OMSÆTNING SAMMENLIGNET MED SIDSTE ÅR (N=195)

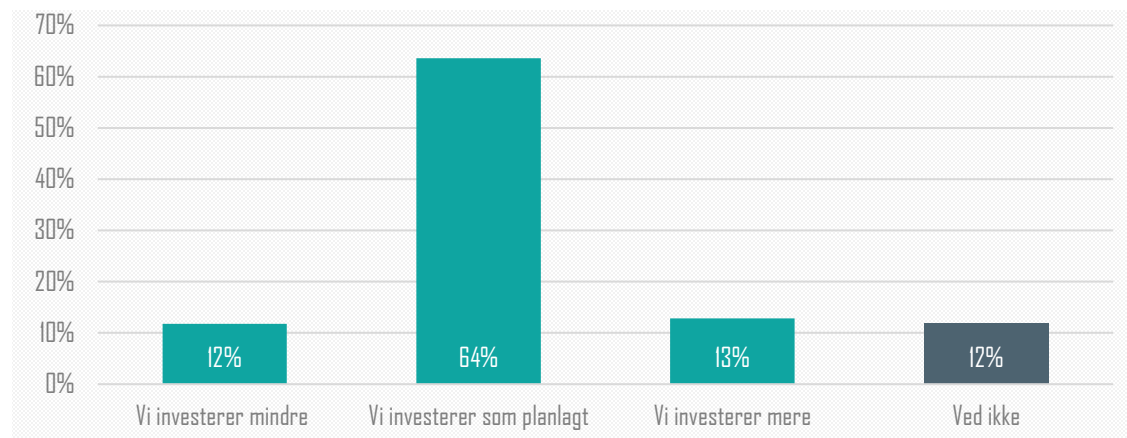


Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvilket af følgende udsagn, vurderer du, passer bedst på din virksomheds omsætning, når du ser på 2025 sammenlignet med sidste år?"

Virksomhedernes investeringer

64% af virksomhederne forventer at investere som planlagt, 13% forventer at investere mere, 12% forventer at investere mindre.

FIGUR 2: INVESTERINGER SAMMENLIGNET MED SIDSTE ÅR (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvad er dine forventninger til nye investeringer i virksomheden (maskiner, udstyr, arbejdskraft mm.) sammenlignet med sidste år?"

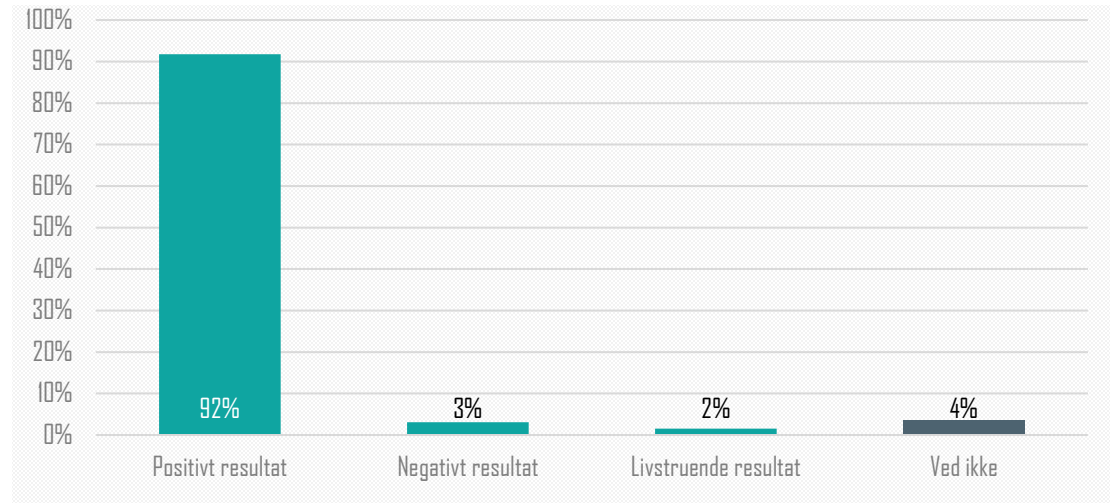
Virksomhedernes resultat

92% af virksomhederne forventer et positivt resultat for året. 2% forventer et livstruende resultat.

Udvikling de kommende 12 måneder

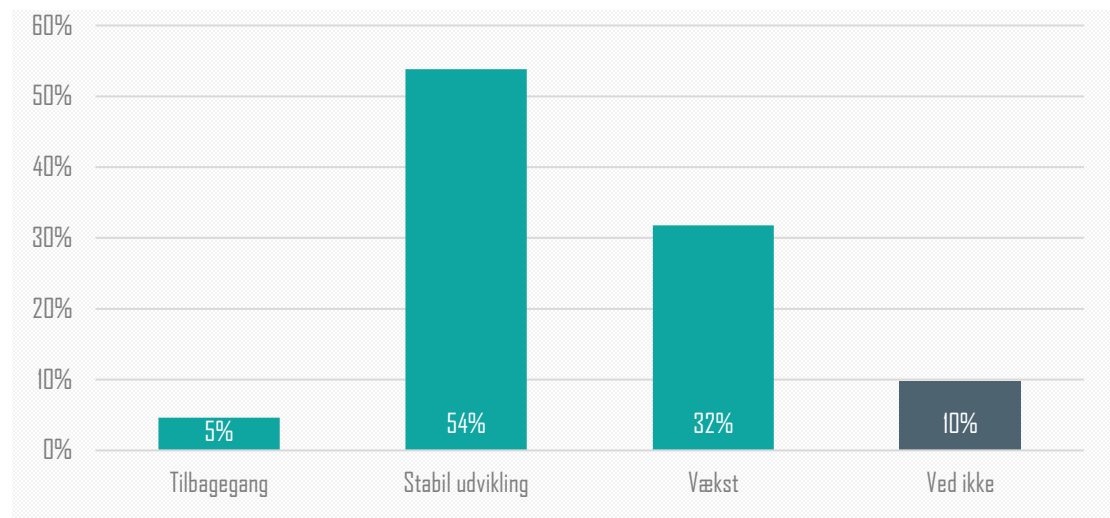
54% af virksomhederne forventer en stabil udvikling de kommende 12 måneder. 32% forventer vækst, mens 5% forventer tilbagegang.

FIGUR 3: VIRKSOMHEDENS RESULTAT (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvad er din forventning til virksomhedens resultat for året?"

FIGUR 4: VIRKSOMHEDERNES FORVENTNING TIL UDVIKLINGEN (N=285)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvad er den mest sandsynlige økonomiske udsigt for din virksomhed i de kommende 12 måneder?"



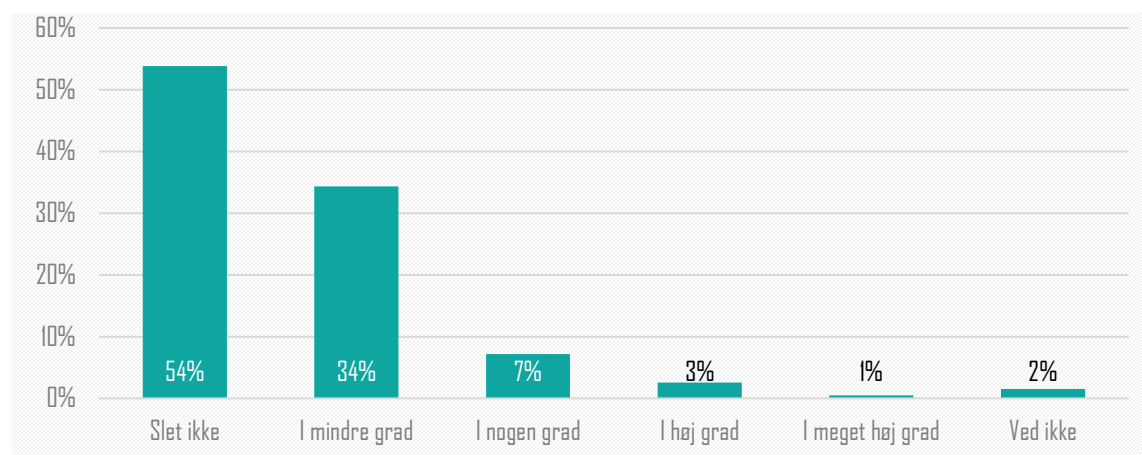
MEDARBEJDERE

Forventer virksomhederne at skulle opsig medarbejdere senere på året?

54% af virksomhederne forventer ikke at skulle opsig medarbejdere senere på året. 4% forventer i høj eller meget høj grad at skulle opsig medarbejdere.

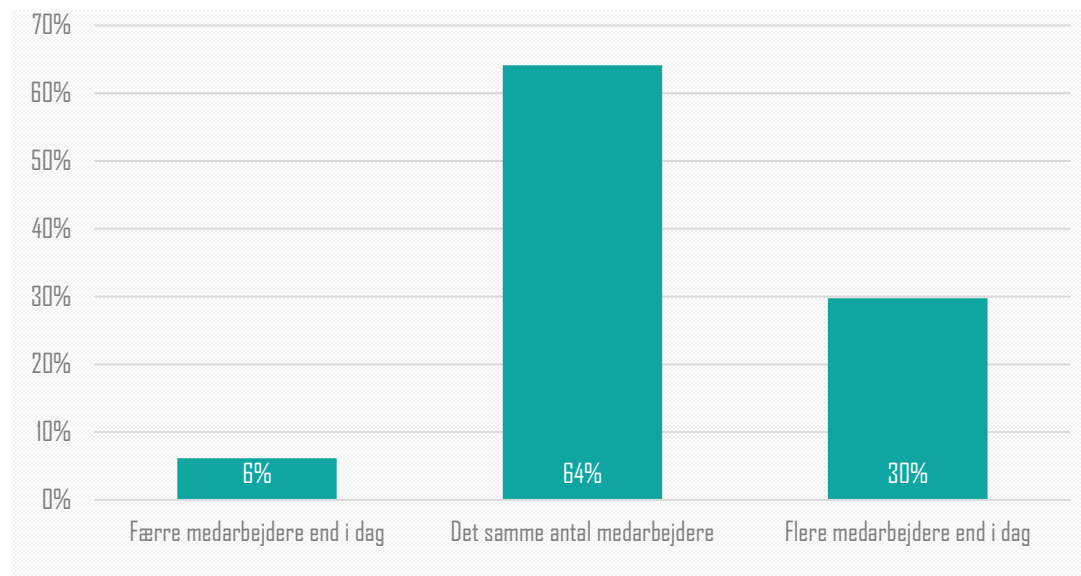
6% af virksomhederne forventer færre medarbejdere ultimo 2025 end i dag. 64% forventer det samme antal medarbejdere. 30% forventer flere medarbejdere end i dag.

FIGUR 5: FORVENTNING TIL OPSIGELSE AF MEDARBEJDERE (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "I hvilken grad frygter du at skulle opsig medarbejdere senere på året?"

FIGUR 6: FORVENTNINGER TIL ANTAL MEDARBEJDERE (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "I slutningen af 2025 – forventer du at I er:

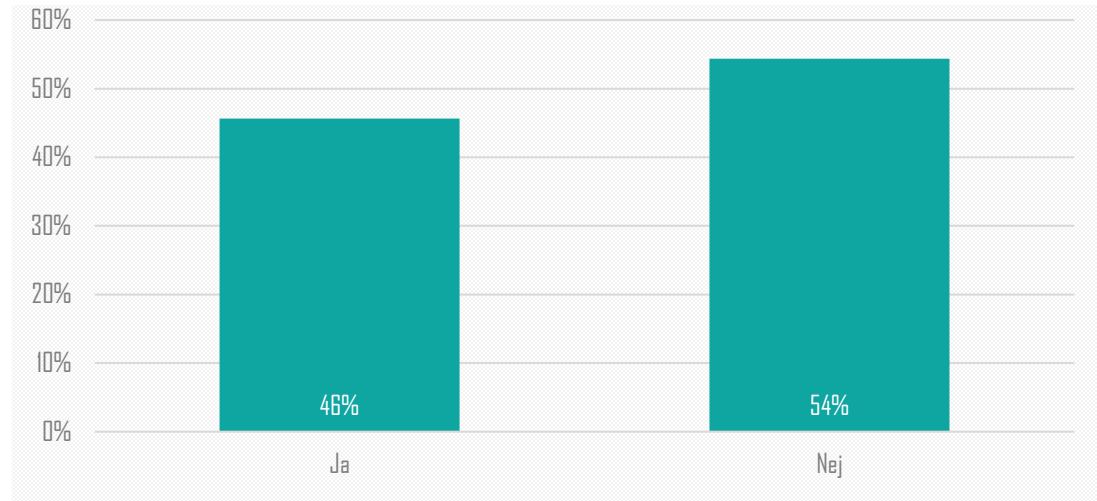
A photograph of a metal wheelbarrow filled with several heads of harvested cauliflower. The wheelbarrow is positioned in a field of cauliflower plants, with the large, textured heads of the vegetable clearly visible. The background shows rows of similar plants stretching into the distance. The entire image has a dark, monochromatic teal tint. A dark teal horizontal band is overlaid across the lower portion of the image, containing the text.

GRÖN OMSTILLING

Arbejder virksomhederne med grøn omstilling?

46% af virksomhederne arbejder struktureret med grøn omstilling i dag. 54% gør ikke.

FIGUR 7: ARBEJDE MED GRØN OMSTILLING (N=195)

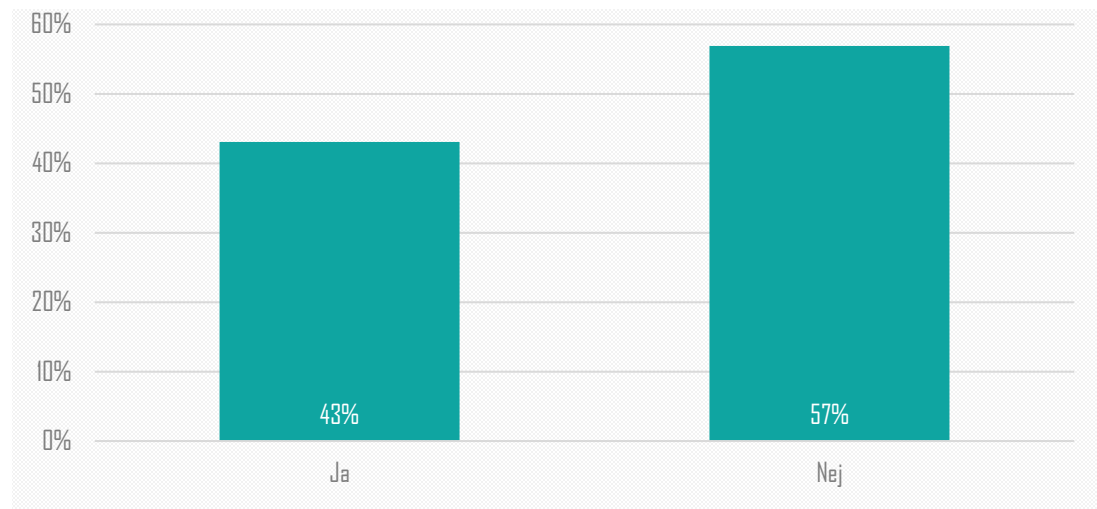


Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Arbejder du struktureret med grøn omstilling i din virksomhed i dag?"

Investerer virksomhederne i grøn omstilling?

43% af virksomhederne forventer at investere i grøn omstilling i 2025. 57% gør ikke.

FIGUR 8: INVESTERING I GRØN OMSTILLING (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Forventer du at investere i den grønne omstilling i 2025?"

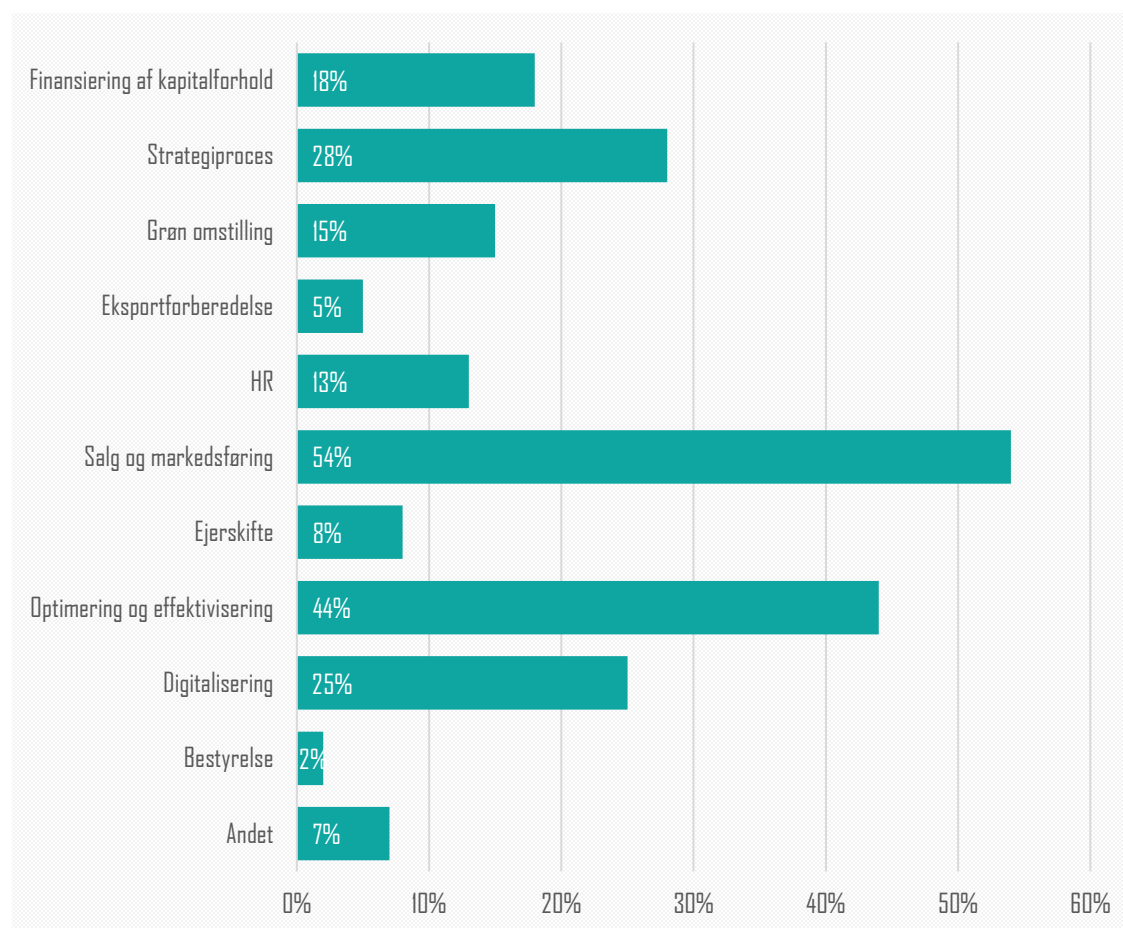


TEMAER TIL ARRANGEMENTER

Hvilke temaer interesserer virksomhederne?

54% af virksomhederne er interesseret i *salg og markedsføring*. Kun 2% interesserer sig for etablering af bestyrelse.

FIGUR 9: HVAD ER VIRKSOMHEDERNE OPTAGEDE AF (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvad er du mest optaget af i din virksomhed lige nu?"

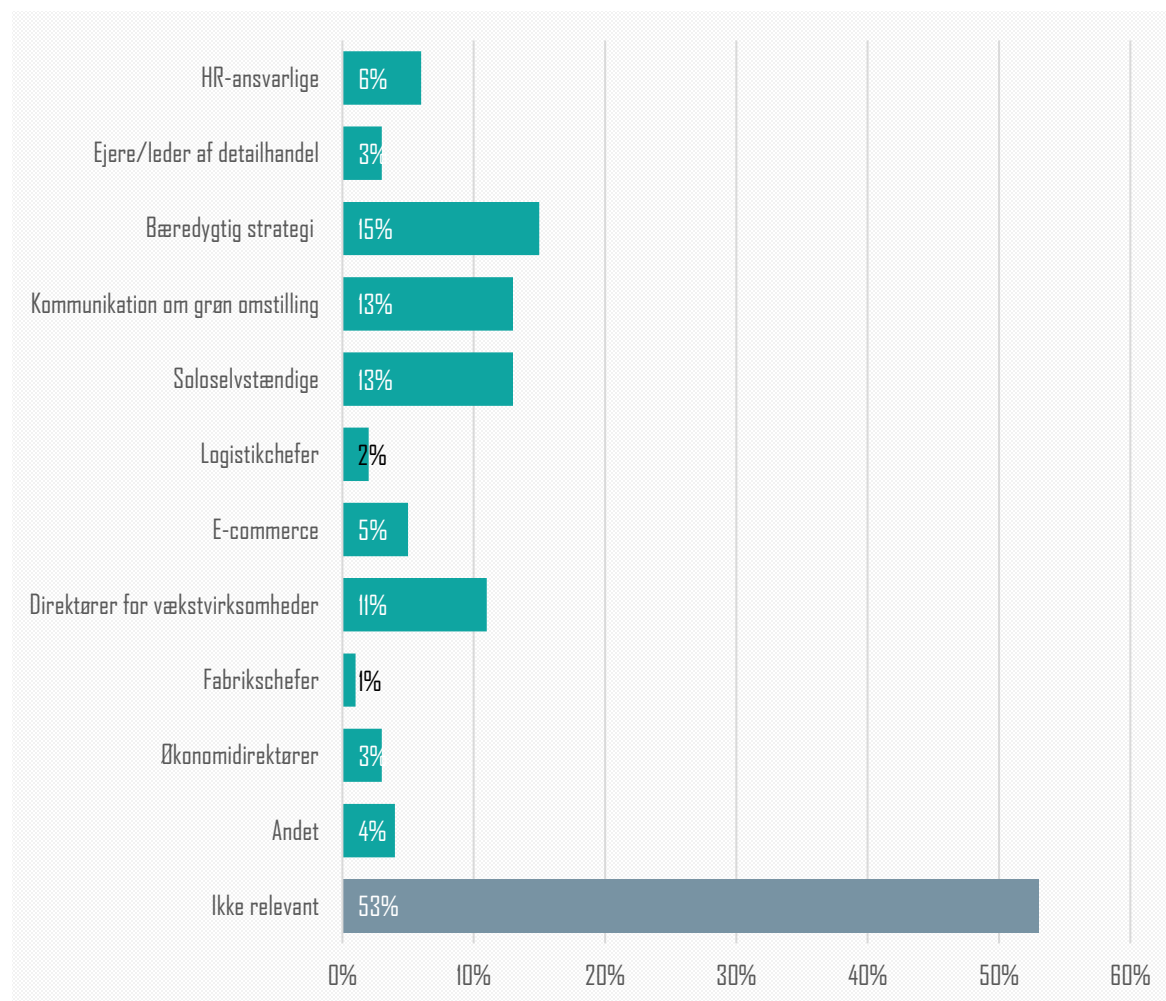
Temaer til ledersparringsgrupper

15% er interesseret i *Direktørnetværk om bæredygtig strategi og forretningsudvikling.*

13% er interesseret i henholdsvis *Kommunikation om ESG'er og grøn omstilling* og *Netværk for soloselvstændige (én eller få medarbejdere)*

Kun 1% interesserer sig for *netværk for fabrikschefer*

FIGUR 10: TEMAER TIL LEDERSPARRINGSGRUPPER (N=195)



Note: Følgende spørgsmål er lagt til grund for analysen: "Hvad er du mest optaget af i din virksomhed lige nu?"



METODE

Hvad har vi gjort, og hvor mange har svaret?

Dansk Erhvervsfremme har gennemført en survey-undersøgelse blandt Silkeborg Business' medlemmer i perioden 20.01. – 03.02.2025. Data er indsamlet via e-mail.

TABEL 1: GENNEMFØRELSESSTATISTIK

	<i>Antal</i>	<i>Andel</i>
<i>Antal deltagere (Total)</i>	817	100%
<i>Ikke svaret</i>	501	71%
<i>Ønsker ikke at svare</i>	40	5%
<i>Gennemførte</i>	195	24%
<i>Bounce</i>	68	

Målgruppeudvælgelse

Medlemsliste

Undersøgelsen er sendt ud til alle medlemmer af Silkeborg Business.

Analysens gyldighed og kvalitet

I det følgende gennemgås en række metodiske begreber, og hvad de fortæller om den analyse, vi har foretaget for jer.

Validitet

Validiteten af en undersøgelse fortæller os noget om gyldigheden af analysens resultater. I det følgende forklares de to vigtigste begreber inden for validitet og målingsvaliditet for den type undersøgelse, vi har foretaget.

Målingsvaliditet

Et vigtigt parameter for gyldigheden af analysen er målingsvaliditet, dvs. et udtryk for, om vi måler vi det, vi har intention om at undersøge. Målingsvaliditeten afhænger af, om man er i stand til at "oversætte" det koncept/emne, vi gerne vil undersøge til items/spørgsmål, der præcist indfanger essensen af pågældende koncept.

Illustrationen med de tre skydeskiver nedenfor viser tre forskellige scenarier for en given analyse. Skydeskiven til venstre illustrerer problemer med målingsvaliditet. I dette tilfælde giver gentagende målinger et ret nøjagtigt, ensartet resultat, da prikkerne ligger oveni hinanden, men samtidig er målingerne *ikke* i stand til rent faktisk at måle det, som var intentionen at måle. Dette illustreres ved, at prikkerne har placeret sig langt væk fra centrum, der indikerer den sande værdi. Det vil sige, at vi "oversætter" vores koncept forkert og benytter items/spørgsmål, der *ikke* indfanger essensen af det, vi gerne vil måle

på. Når dette er tilfældet, vil undersøgelsens resultat være drevet af *systematiske fejl* og derfor ikke gyldigt.

FIGUR 11: FORSKELLEN MELLEM RELIABILITET OG MÅLINGSVALIDITET



I denne analyse har vi undersøgt virksomhedernes opfattelse af konjunktursituationen og har til det benyttet en spørgeramme, der er bredt anerkendt og velafprøvet til netop subjektive konjunkturmålinger. Derfor vurderes målingsvaliditeten for analysen generelt at være høj.

Reliabilitet

Kvaliteten af analysen, afhænger af resultaternes nøjagtighed og kan med andre ord fortælle os, hvor pålidelige vores analyseresultater er. Dette kaldes reliabilitet og defineres som den grad, hvormed man ved gentagne målinger af det samme koncept eller begreb får samme resultat. Målingen skal altså være stabil, dvs. at man skal opnå samme resultat ved at foretage analysen på en senere tidspunkt (under forudsætning af uændrede vilkår). Konsistente resultater ved gentagne målinger fortæller dermed, at resultaterne er præcise.

I den midterste figur i illustrationen illustreres et problem med reliabiliteten. Målingerne vil samlet set ramme rigtigt, det vil sige at vi får et korrekt billede af det, vi gerne vil måle. Dog varierer målingerne markant, og der er således problemer med målingernes nøjagtighed. Dette skyldes inkonsistens i besvarelserne, der ikke kan tilskrives reelle variationer i respondenternes opfattelser, men nærmere skyldes "støj" fra dårligt formulerede spørgsmål eller tvetydige svarmuligheder, der efterlader for store fortolkningsmuligheder hos respondenterne.

Reliabilitet drejer sig derfor grundlæggende om kvaliteten af besvarelserne i de spørgeskemaer, der sendes ud til respondenterne i målgruppevirksomhederne. Her er det afgørende, at respondenterne forstår spørgsmålene og på den baggrund giver svar, der reelt udtrykker deres holdning til det, der spørges til. Hvis spørgsmålene er uklare, vil respondenter tolke dem forskelligt, hvorved besvarelserne kommer til at stikke i øst og vest, som den midterste skydeskive illustrerer. Det samme er tilfældet, hvis svarkategorierne i spørgeskemaet er tvetydige og efterlader for mange fortolkningsmuligheder. Begge dele kan give *tilfældige fejl* i data. Tilfældige fejl er netop tilfældige og burde derfor fordele sig proportionelt ud på hver kategori, hvorfor de ikke skævrider analysens resultater afgørende. Kvaliteten af data er dog altid vigtigt i spørgeskemaundersøgelser, som vores analyse bygger på, og denne sikres ved, at vores spørgerammer er gennemtestede. Desuden er vores spørgsmål enkle og præcise, ligesom vi anvender svarkategorier, der er entydige og simple – enten i ja/nej-udgave eller med en relativt kort, symmetrisk intervalskalering (fx fra 1 til 5 eller 1 til 7). Denne analyses spørgeramme og svarkategorier minimerer respondentens fortolkningsrum, og undersøgelsens datagrundlag er derfor behæftet med få eller ingen tilfældige fejl. Vi anvender således en metode og et analysedesign, der er både velegnet til jeres specifikke formål og velafprøvet. Dette sikrer en høj analysekvalitet.

Kontrollerbarhed

Vi har undervejs i rapporten gjort klart, hvilke spørgsmål, vi har stillet samt hvor mange respondenter, der har svaret på hvert spørgsmål.

Vi tilstræber transparens, så I kan føle jer sikre på analysens resultater. Derfor er de data, der ligger til grund for analysen tilgængelige for dataejeren ved kontakt til analysekonsulent Maria Kudahl Doohan via md@danskerhvervsfremme.dk



+45 62 22 75 50



info@danskerhvervsfremme.dk



Inge Lehmanns Gade 10, 8000 Aarhus



Find os på LinkedIn



www.danskerhvervsfremme.dk