

# Den fremtidssikrede digitale arbejdsplads

## **Teknologi skaber ikke værdi alene**

Indsigter fra 408 danske it-beslutningstagere om AI, cybersikkerhed, data og den digitale arbejdsplads.



Erhverv



# Indholdsfortegnelse

**03**

Executive summary

**06**

Digitalisering er rykket fra ambition til handling

- AI er blevet hverdag
- Kompetencer bliver næste udfordring
- AI i kundeservice

**16**

Ingen fremtidssikring uden cybersikkerhed

- Hjemmearbejde og digitale trusler
- Fra sikkerhed til digital robusthed

**21**

Datasuverænitet tages mere alvorligt, men følges ikke helt til dørs

- Kontrol over data og adgang
- Data som fundament for AI

**24**

Fremtidssikring med færre leverandører

- Teknologisk kompleksitet vokser
- Flere ønsker én samlet partner

**27**

Konklusion

# Executive Summary

**Ser man på virksomheders evne til at fremtidssikre den digitale arbejdsplads, er det tydeligt, at de på mange måder er kommet længere, end de var for bare ét år siden. Men der er stadig langt mellem ambition og handling.**

Årets undersøgelse viser, at virksomhederne ikke længere diskuterer, om digitalisering er vigtig. De fleste er allerede i gang. Der bliver investeret i AI. Der bliver arbejdet med digitale strategier. Cybersikkerhed fylder mere end tidligere. Data er rykket fra serverrummet til direktionsgangen.

Udfordringen er nu blevet en anden, og virksomheder tænker anderledes end hidtil. Hvordan skaber man reel værdi af teknologien, man har til rådighed? Hvordan sikrer man de rette kompetencer, der kan udforske mulighederne, uden at miste blikket for drift og sikkerhed? Og hvordan reducerer man kompleksiteten i et it-landskab, der bliver stadig mere avanceret?

For andet år i træk stiller TDC Erhverv skarpt på den fremtidssikrede arbejdsplads: virksomhedernes syn på potentialer og barrierer og på mulighederne for at omsætte ambitioner til virkelighed.

Rapporten bygger på en analyse gennemført af Wilke for TDC Erhverv og Cisco blandt 408 beslutningstagere i danske virksomheder på tværs af brancher og virksomhedsstørrelser. Respondenterne har alle ansvar for eller indflydelse på valg inden for it og digitalisering.

## **Der er tydelige tegn på fremgang – men også udfordringer**

Andelen af virksomheder, der arbejder med en klar plan for at fremtidssikre arbejdspladsen digitalt, er steget markant. 47 % af virksomheder i Danmark har i dag en strategi eller er i gang med at udvikle en strategi for at fremtidssikre arbejdspladsen digitalt mod 32 % sidste år.

AI og automatisering har samtidig taget et markant spring fremad. I 2025 svarede 12 %, at de arbejdede med AI flere steder i organisationen. I dag er tallet 26 %. Dertil ser vi, at over halvdelen af virksomhederne, der er åbne over for AI, enten er i gang med, planlægger eller overvejer at implementere AI i kundeservice inden for de næste 24 måneder. Kundeservice ser dermed ud til at blive et af de vigtigste vækstområder i næste fase af AI-udviklingen.

# 1 ud af 2

virksomheder har i 2026  
en digital strategi eller under udvikling  
mod blot 1 ud af 3 i 2025

Men hvor 38 % peger på AI og automatisering som et centralt fokusområde for den digitale arbejdsplads, svarer kun 28 %, at de i høj eller meget høj grad prioriterer AI-træning af medarbejderne. Næsten halvdelen gør det slet ikke eller kun i begrænset omfang.

Virksomhederne investerer med andre ord hurtigere i teknologien, end i de mennesker, der skal skabe værdien med den.

### Stort fokus på sikkerhed og datasuverænitet

Samtidig vokser fokus og bekymring omkring beskyttelsen af virksomhedernes data og netværk. 77 % mener, at det er vigtigt at have kontrol over, hvor virksomhedens data er placeret, og hvem der har adgang til dem.

39 % peger på sikkerhed og kryptering som det vigtigste krav til fremtidige it-løsninger, mens næsten tre ud af ti ønsker data placeret i EU.

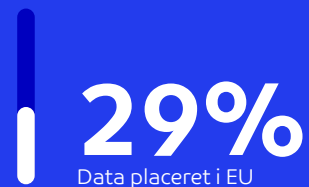
Data er ikke længere alene et teknisk spørgsmål, men et ledelsesansvar. Men ønsket om kontrol matcher ikke altid virkeligheden. 1 ud af 8 virksomheder har begrænset indsigt eller ingen indsigt i, hvem der faktisk kan tilgå virksomhedens data.

Når det kommer til beskyttelse via hjemmearbejdspladsen, er der sket fremskridt. 71 % har implementeret sikre forbindelser eller arbejder aktivt på at forbedre dem. Sidste år gjaldt det blot 52 %. Samtidig er phishing fortsat virksomhedernes største bekymring i relation til hjemmearbejde.

Mere end dobbelt så mange virksomheder arbejder med AI på tværs af organisationen sammenlignet med sidste år.

**2025: 12%    2026: 26%**

### Virksomheders vigtigste krav til håndtering af deres data i fremtidige it-løsninger





## Kompleksitet er fortsat en central barriere

Efterhånden som virksomhederne implementerer flere digitale løsninger, stiger behovet for sammenhæng. Teknologisk kompleksitet er vokset som barriere siden sidste år, og samtidig ønsker flere virksomheder én samlet teknologipartner frem for mange forskellige leverandører. Andelen er steget fra 44 % til 53 % på blot ét år.

Udviklingen tyder på, at virksomhederne i stigende grad efterspørger hjælp til at navigere i et mere komplekst teknologilandskab. AI, cybersikkerhed, data, cloud og samarbejds-værktøjer hænger tættere sammen end tidligere, og mange virksomheder oplever, at værdien ikke længere ligger i den enkelte løsning, men i samspillet mellem dem.

Årets undersøgelse efterlader derfor et klart billede: Virksomheder i Danmark er kommet længere. De er mere digitaliserede, arbejder mere med AI og har fokus på vigtige emner som datasikkerhed. Men næste fase af den digitale udvikling bliver ikke afgjort af, hvem der køber mest teknologi. Den bliver afgjort af, hvem der formår at omsætte teknologien til reel værdi. Det kræver særlige kompetencer, datakontrol, intelligent cybersikkerhed og evnen til at skabe sammenhæng i en stadig mere kompleks digital virkelighed.

Ønsket om én samlet  
teknologipartner er vokset blandt  
virksomheder i Danmark  
**2025: 44%    2026: 53%**



# Digitalisering er rykket fra ambition til handling

**For få år siden handlede udfordringen om at komme i gang med digitalisering. I dag er situationen en anden. Flere virksomheder arbejder med digitale strategier, flere bruger AI, og flere investerer i cybersikkerhed og moderne arbejdsformer.**

**Den nye udfordring er derfor ikke adgang til teknologi. Den handler om at omsætte teknologien til værdi. For selv om virksomhederne er kommet længere digitalt, kæmper mange fortsat med kompetencer, kompleksitet og evnen til at få forskellige teknologier til at spille sammen.**

Det afspejler sig i virksomhedernes besvarelse af undersøgelsen. Andelen af virksomheder, der arbejder med en klar plan for at fremtidssikre arbejdspladsen digitalt, er steget markant. I dag har 47 % af virksomheder i Danmark en digital strategi på plads eller under udvikling mod 32 % sidste år. Altså næsten halvdelen i år, sammenlignet med knap en tredjedel sidste år. Andelen af virksomheder, der slet ikke overvejer det, er også faldet markant fra 48 % sidste år til 31 % i år.

Men bag gennemsnittet gemmer der sig markante forskelle. Digitale strategier er især udbredte blandt mellemstore og store virksomheder. Mens blot 46 % af små virksomheder (2-50 medarbejdere) har en

strategi på plads eller under udvikling, gælder det 85 % af mellemstore (51-249 medarbejdere) og 92 % af store virksomheder (over 250 medarbejdere).

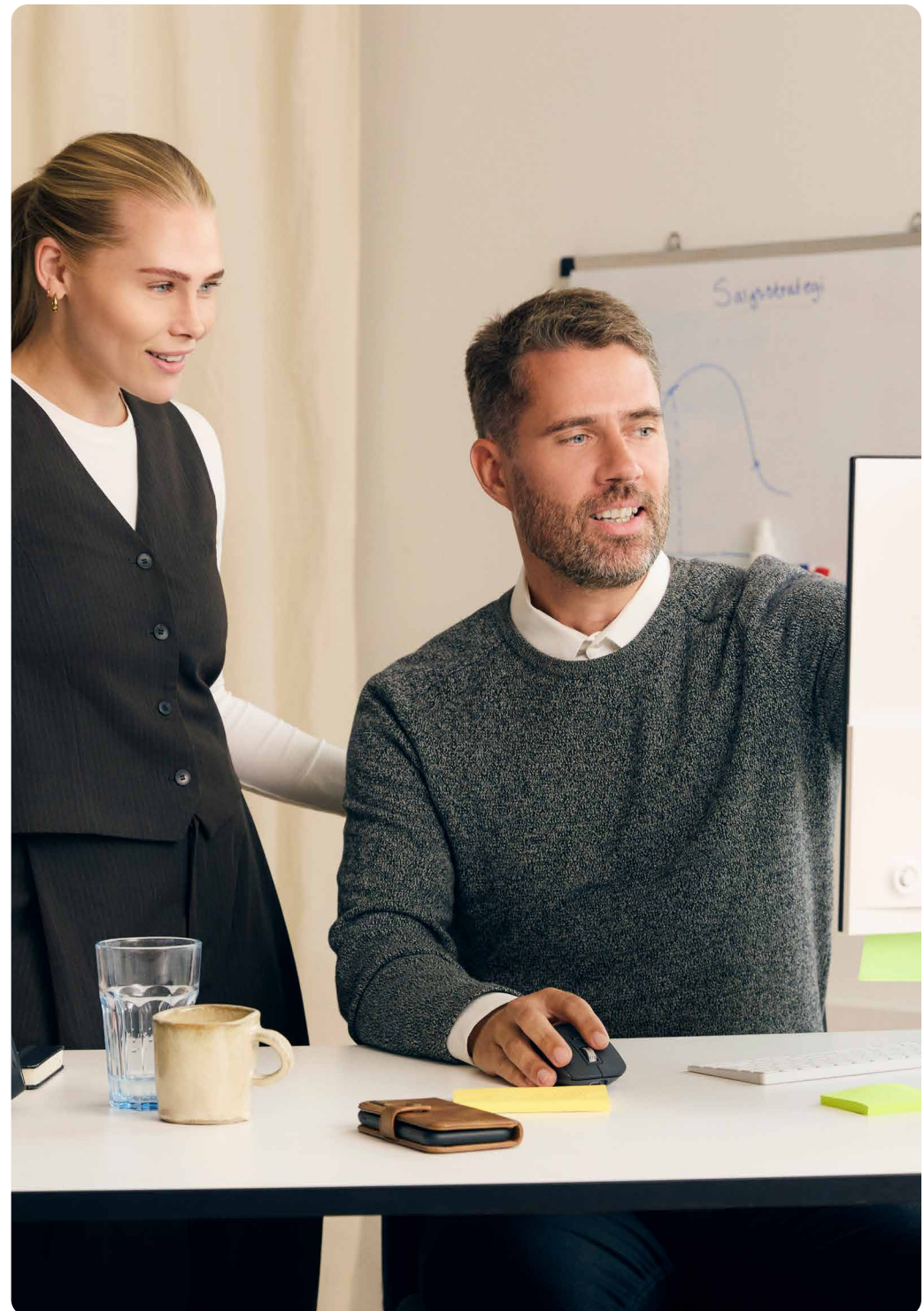
Samtidig tyder resultaterne på, at større virksomheder generelt er længere i deres digitale modningsrejse. Hvor mange små virksomheder fortsat befinder sig i planlægningsfasen eller endnu ikke har taget de første skridt, har store virksomheder i langt højere grad allerede implementeret strategien og koblet den til konkrete forretningsmål. Det tyder på, at små virksomheder står tidligere i processen, hvor digitalisering endnu ikke er omsat til en samlet strategisk retning.

Knap **halvdelen**  
af små virksomheder

Mere end **8 ud af 10**  
mellemstore virksomheder

Mere end **9 ud af 10**  
store virksomheder

har en strategi på plads  
eller under udvikling



Der er også forskelle mellem brancherne i, hvor langt virksomhederne er kommet med deres digitale planer. Finans- og forsikringsbranchen fremstår som den mest modne branche. Her har 65 % af virksomhederne allerede implementeret en digital plan eller er i gang med at udarbejde en, mens tallene blandt detailvirksomheder, transport- og logistikvirksomheder samt produktionsvirksomheder er mere beskedne.

Resultaterne peger på en sammenhæng mellem arbejdsform og digital modenhed. Virksomheder med et større element af vidensarbejde arbejder markant oftere med digitale planer end virksomheder, hvor arbejdet primært er fysisk orienteret.

Vi ser også, at 60 % af finans- og forsikringsvirksomheder forventer at prioritere automatisering og AI som en del af digitaliseringen af arbejdspladsen, mens andelen blandt detail-, transport- og logistikvirksomheder er blot 23 %.

Forskellen afspejler sandsynligvis, at digitaliseringsens gevinster ofte er mere synlige og lettere at omsætte til konkrete initiativer i virksomheder, hvor en stor del af værdiskabelsen sker gennem data, kommunikation, analyse og administrative processer. Her kan medarbejdere relativt hurtigt tage nye digitale værktøjer og AI-løsninger i brug som støtte til eksisterende arbejdsopgaver, og gevinsterne kan ofte realiseres uden større ændringer af processer eller systemer.

60 % af finans- og forsikringsvirksomheder prioriterer automatisering og AI

For virksomheder med primært fysisk arbejde ser digitaliseringsrejsen ofte anderledes ud. Her ligger potentialet eksempelvis i planlægning, kvalitetskontrol, lagerstyring, vedligeholdelse, dokumentation eller optimering af driftsprocesser. Men disse anvendelser kræver ofte

mere end adgang til et generativt AI-værktøj. De forudsætter typisk integration til eksisterende systemer, adgang til driftsdata og implementering af mere specialiserede løsninger. Potentialet kan være mindst lige så stort. Men vejen fra idé til gevinst er ofte længere og mere

Andel af virksomheder i Danmark, der arbejder med en klar plan for at fremtidssikre jeres arbejdsplads digitalt

|                                          | Alle virksomheder | Detailhandel | Finans og forsikring | Produktion | Transport og logistik |
|------------------------------------------|-------------------|--------------|----------------------|------------|-----------------------|
| Ja – den er implementeret                | 17 %              | 23 %         | 52 %                 | 14 %       | 14 %                  |
| Ja – den er under udarbejdelse           | 25 %              | 24 %         | 10 %                 | 29 %       | 9 %                   |
| Ja – og den er koblet til forretningsmål | 5 %               | 7 %          | 3 %                  | 2 %        | 18 %                  |
| Nej, men det planlægges                  | 22 %              | 20 %         | 18 %                 | 20 %       | 17 %                  |
| Nej                                      | 31 %              | 27 %         | 16 %                 | 35 %       | 42 %                  |

kompleks. Det stiller samtidig større krav til både kompetencer og organisering. For hvor mange videnstunge virksomheder relativt hurtigt kan afprøve nye AI-værktøjer i eksisterende arbejdsgange, kræver mere driftsnære og produktionsorienterede anvendelser ofte specialiseret viden, adgang til de rette data og tæt samspil mellem forretning, drift og teknologi.

Netop derfor er det interessant, at 25 % af virksomhederne peger på manglende kompetencer som en af de største barrierer for digital udvikling, mens 23 % oplever teknologisk kompleksitet som en udfordring. Det tyder på, at udfordringen mange steder, ikke længere er manglen på teknologi, men evnen til at omsætte teknologien til konkrete løsninger, der skaber værdi i hverdagen.

Forskellen mellem virksomheder med vidensarbejde og virksomheder med fysisk arbejde handler derfor ikke nødvendigvis om ambitioner. Den handler i høj grad om, hvor komplekst det er at omsætte digitale muligheder til konkrete resultater, og hvilke kompetencer der skal til for at lykkes.

Uanset om vi kigger på virksomheder med primært vidensarbejde, blandede arbejdsformer eller fysisk arbejde, står en ting klart: Der er fortsat et betydeligt uudnyttet potentiale blandt mange virksomheder, hvor digitalisering endnu ikke er blevet en integreret del af den strategiske planlægning.

For virksomhederne rejser det et vigtigt spørgsmål: **Har I en digital retning, der er tydelig nok til at kunne omsættes til konkrete prioriteringer?**

For jo mere kompleks teknologien bliver, desto vigtigere bliver det at vælge til og fra. AI, cybersikkerhed, data, cloud, hybride arbejdsformer og kundeoplevelser konkurrerer alle om tid, budget og ledelsesopmærksomhed.

Uden en klar retning risikerer virksomheder at investere i enkeltstående løsninger, der ikke skaber den nødvendige sammenhæng eller den ønskede forretningsværdi.

AI er et af de områder, hvor udviklingen går hurtigst. Men selv om teknologien er blevet hverdag i mange virksomheder, viser årets undersøgelse, at der fortsat er et stykke vej fra adgang til teknologi til reel værdiskabelse.

# 25%

af virksomhederne peger på manglende kompetencer som en af de største barrierer for digital udvikling



## De vigtigste forudsætninger for at øge effektivitet og produktivitet over de næste 2-3 år ifølge virksomheder i Danmark

|                                                                                      | Alle virksomheder | Detailhandel | Finans og forsikring | Produktion | Transport og logistik |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|----------------------|------------|-----------------------|
| Øget automatisering og AI-understøttelse                                             | 33 %              | 32 %         | 69 %                 | 32 %       | 23 %                  |
| Bedre digitale samarbejdsværktøjer                                                   | 26 %              | 30 %         | 6 %                  | 42 %       | 19 %                  |
| Sikker og enkel it-løsning til både hjemmearbejde og kontor                          | 38 %              | 23 %         | 60 %                 | 36 %       | 23 %                  |
| Målrettet kompetenceudvikling inden for digitale løsninger og AI                     | 16 %              | 20 %         | 35 %                 | 12 %       | 5 %                   |
| Øget cybersikkerhed                                                                  | 28 %              | 17 %         | 43 %                 | 35 %       | 6 %                   |
| Bedre integration af it-løsninger                                                    | 8 %               | 19 %         | 2 %                  | 8 %        | 1 %                   |
| Øget brug af eksterne teknologi-partnere til drift (managed services / as a Service) | 21 %              | 30 %         | 17 %                 | 29 %       | 4 %                   |
| Andet                                                                                | 3 %               | 0 %          | 0 %                  | 8 %        | 2 %                   |
| Ved ikke                                                                             | 15 %              | 14 %         | 2 %                  | 10 %       | 40 %                  |

### AI er blevet hverdag – men vi udnytter det ikke til fulde

Hvis 2025 handlede om at forstå AI, handler 2026 om at bruge det. Hvor 12 % sidste år arbejdede med AI flere steder i organisationen, gælder det nu 26 %. Det er mere end en fordobling på ét år. Samtidig arbejder 27 % med AI i enkelte afdelinger. Kun 28 % arbejder ikke aktivt med AI i dag, mod 43 % året før.

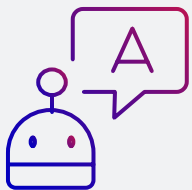
Tallene viser, at adoptionen af AI bevæger sig i forskellige tempi – hvor nogle virksomheder allerede er i gang på tværs af organisationen, bruges det i andre virksomheder kun i enkelte afdelinger. Og en mindre gruppe holder sig fortsat helt tilbage.

Men skiftet er tydeligt. Virksomhederne er ligeledes blevet spurgt om, hvilke forudsætninger de ser som de vigtigste for at øge effektivitet og produktivitet de kommende 2-3 år. Her blev øget automatisering og AI-understøttelse det mest valgte svar. 29 % peger på AI og automatisering som en af de vigtigste løftestænger for fremtidig produktivitet.

Ligeledes, når adspurgt om, hvilke områder virksomhederne vil prioritere for at digitalisere deres arbejdsplads, peger hele 38 % på automatisering og AI, fx i kundeservice og andre processer. Det indikerer, at virksomhederne ikke kun betragter AI som et værktøj til effektivisering. For mange er teknologien blevet et strategisk fokusområde, som forventes at få betydning på tværs af både arbejdsprocesser, kundeoplevelser og forretningsudvikling.

AI er altså ikke længere et eksperiment for de få. Det er blevet et arbejdsværktøj for de mange. For virksomhederne betyder det, at AI er rykket fra innovationsafdelingen og ind i den daglige drift. Flere har bevæget sig fra testprojekter og afprøvninger til konkret anvendelse på tværs af forretningen.

At flere virksomheder tager AI i brug skyldes ikke blot, at teknologien er blevet mere tilgængelig. Det skyldes også, at gevinsterne er blevet mere konkrete. Det er et vigtigt tegn på fremskridt, og spørgsmålet er ikke længere, om AI bliver relevant. Spørgsmålet er, hvordan teknologien skal anvendes for at skabe reel værdi.



### AI bruges stadig mest til de nære opgaver

Selvom AI fylder mere end nogensinde, viser undersøgelsen også, at virksomhedernes anvendelse fortsat er koncentreret omkring de områder, hvor gevinsterne er lettest at realisere.

Mere avancerede anvendelser, såsom proaktiv support, softwareudvikling og automatiserede workflows, ligger fortsat længere nede på listen. Det tegner et interessant billede. Virksomhederne bruger i høj grad AI som en digital assistent. En teknologi, der hjælper medarbejdere med eksisterende opgaver og arbejdsgange – informationsbehandling, kommunikation, analyse og vidensarbejde – og i mindre grad bruges til at ændre processer eller måden, virksomheden skaber værdi på.

Det betyder ikke nødvendigvis, at virksomhederne mangler ambitioner. Tværtimod. Men det peger på, at mange fortsat befinder sig i den første fase af AI-udviklingen, hvor teknologien primært bruges til at effektivisere eksisterende arbejdsgange frem for at transformere dem.

## AI bruges fortsat primært dér, hvor gevinsterne er lettest at realisere

69%

bruger eller kunne forestille sig at bruge AI til tekstproduktion såsom mails, rapporter, markedsføring og indhold

50%

peger på oversættelse og sproglig tilpasning

45%

anvender AI til dataanalyse, rapportering og indsigt

40%

bruger teknologien til mødeopsummeringer og notetagning

Næsten **halvdelen** af virksomheder prioriterer kun i lav grad eller slet ikke AI-træning. Kun **1 ud af 4** virksomheder prioriterer AI-træning højt

### Prioritering af træning af medarbejderne inden for AI blandt virksomheder i Danmark

|                      | Små virksomheder | Mellemstore virksomheder | Store virksomheder |
|----------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| 1 - Slet ikke        | 33 %             | 13 %                     | 8 %                |
| 2                    | 16 %             | 21 %                     | 10 %               |
| 3                    | 23 %             | 26 %                     | 24 %               |
| 4                    | 16 %             | 23 %                     | 33 %               |
| 5 - I meget høj grad | 12 %             | 17 %                     | 24 %               |

### Teknologien er på plads – kompetencerne halter efter

Forklaringen kan blandt andet findes i undersøgelsens måske mest markante paradoks. Selvom AI bruges aktivt i næsten 2 ud af 3 virksomheder og anses som et vigtigt område at prioritere i den digitale udvikling, svarer kun 28 %, at de i høj eller meget høj grad prioriterer AI-træning af deres medarbejdere.

Næsten halvdelen (49 %) prioriterer AI-træning i lav grad eller slet ikke. Det peger på et voksende gab mellem teknologi og kompetencer, når det kommer til AI.

Hertil kommer, at prioriteringen af AI-kompetencer ser ud til at være tæt forbundet med virksomhedsstørrelse. Mens over halvdelen af store virksomheder prioriterer AI-træning i høj eller meget høj grad, er det under hver tredje lille virksomhed, der prioriterer det. Det peger på, at kompetencegabet er særligt udtalt blandt de mindre virksomheder, som samtidig udgør størstedelen af dansk erhvervsliv.

Det interessante er samtidig, at virksomhederne ikke ser AI som en isoleret løsning på produktivitsudfordringerne. Når de bliver spurgt, om de vigtigste forudsætninger for at øge produktivitet og effektivitet, peger de også på bedre digitale samarbejdsværktøjer (26 %), sikre og enkle it-løsninger til hjemmearbejde og kontor (19 %) samt bedre integration af it-løsninger (17 %).

Det tyder på, at virksomhederne godt er klar over, at værdien af AI afhænger af de øvrige elementer i den digitale arbejdsplads. AI skaber sjældent værdi alene. Teknologien fungerer bedst, når den er integreret i medarbejdernes arbejdsgange, understøttes af de rette systemer og anvendes af medarbejdere, der forstår mulighederne og begrænsningerne.

For adgang til AI skaber ikke i sig selv værdi. Værdien opstår først, når medarbejdere forstår, hvordan teknologien kan indgå i arbejdsprocesser, beslutninger og kundeinteraktioner. Uden de nødvendige kompetencer risikerer AI at blive et værktøj til enkeltstående effektiviseringer frem for en drivkraft for reel forretningsudvikling.

Samtidig handler kompetencer ikke kun om at lære medarbejdere at skrive bedre prompts. Det handler også om digital dømmekraft, forståelse for datasikkerhed og compliance, evnen til at anvende digitale samarbejdsværktøjer effektivt og forståelsen af, hvordan nye teknologier omsættes til bedre arbejdsprocesser.

Netop derfor bliver kompetenceudvikling en afgørende faktor i virksomhedernes evne til at omsætte AI fra værktøj til værdiskabelse.

### **Kundeservice står foran næste fase af AI-anvendelsen**

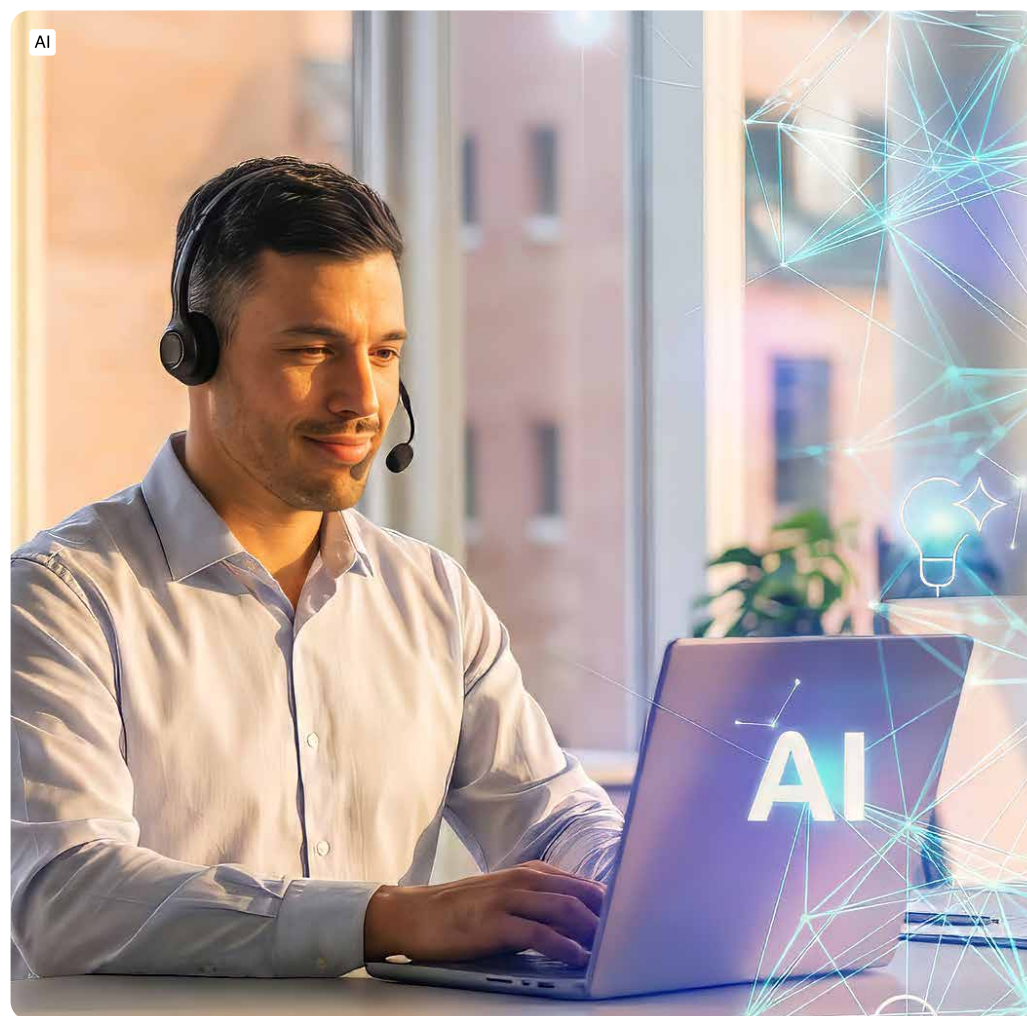
Kundeservice har længe været et område med høje forventninger og begrænsede ressourcer. Kunder forventer hurtige svar, personlig service og sammenhæng på tværs af kanaler. Samtidig står mange virksomheder over for stigende krav til dokumentation, kvalitet og effektivitet. Netop derfor er kundeservice et af de mest interessante områder at holde øje med i takt med, at AI bliver mere udbredt.

I dag er anvendelsen fortsat begrænset. Kun 13 % bruger AI til proaktiv kundeservice og support, mens 21 % arbejder med automatiserede workflows i kundedialogen. Men vi ser også betydelige tegn på fremgang:

- 14 % er allerede i gang med at integrere AI i kundeservice.
- 14 % forventer at gøre det inden for de næste 24 måneder.
- 26 % overvejer det.

Samlet betyder det, at over halvdelen af virksomheder i Danmark enten er i gang med, planlægger eller overvejer at integrere AI i kundeservice. Det gør kundeservice til et af de områder, hvor den næste bølge af AI-adoption kan komme til at folde sig ud.

## Over halvdelen af virksomheder i Danmark er i gang med, planlægger eller overvejer at integrere AI i kundeservice





## AI skal ikke kun effektivisere – det skal også styrke medarbejdernes værdiskabelse for kunderne

28%

peger på manglende kompetencer som den største barriere for AI i kundeservice

25%

peger på usikkerhed om værdien

23%

peger på sikkerhed og compliance

Digitalisering er rykket fra ambition til handling

Og potentialet er betydeligt. AI kan blandt andet hjælpe medarbejdere med hurtigt at finde relevant viden på tværs af systemer, opsummere tidligere kundedialoger og foreslå svar baseret på virksomhedens egne retningslinjer og vidensbaser. Teknologien kan også automatisere rutineprægede opgaver såsom registrering af sager, opfølgning på standardhenvendelser og kategorisering af kundeforespørgsler.

Samtidig kan AI understøtte medarbejderne under kundedialogen ved at foreslå næste skridt, identificere relevante produkter eller løsninger og fremhæve vigtig information, som ellers kunne blive overset. Det kan bidrage til hurtigere svartider, mere ensartet service og en bedre kundeoplevelse.

På et mere strategisk niveau kan AI også hjælpe virksomheder med at identificere mønstre på tværs af tusindvis af kundedialoger. Det kan give indsigt i tilbagevendende problemer, nye kundebehov og muligheder for at forbedre produkter, tjenester eller arbejdsprocesser.

Men kundeservice handler ikke kun om kontaktcentret. I virksomheder med fysisk kundekontakt kan AI også bidrage til bedre serviceoplevelser på andre måder. Computer vision, intelligente kameraer og edge AI kan eksempelvis hjælpe med at identificere butikssvind, opdage sikkerhedshændelser eller registrere situationer, hvor kunder kan have brug for assistance. Teknologien kan samtidig bidrage til et tryggere arbejdsmiljø for medarbejderne og en mere sikker oplevelse for kunderne.

AI kan også skabe indsigt i kundeadfærd og bevægelsesmønstre i eksempelvis butikker, lufthavne eller servicecentre. Det kan hjælpe virksomheder med at optimere vareplacering, reducere ventetid og forbedre kundeoplevelsen på baggrund af faktiske data frem for antagelser<sup>1</sup>.

AI handler derfor ikke kun om effektivisering. Det handler også om at give medarbejderne bedre forudsætninger for at skabe værdi i mødet med kunderne. Men undersøgelsen viser også, hvorfor mange virksomheder endnu ikke er kommet videre.

AI kan effektivisere arbejdet,  
**styrke medarbejderne** og forbedre  
kundeoplevelsen

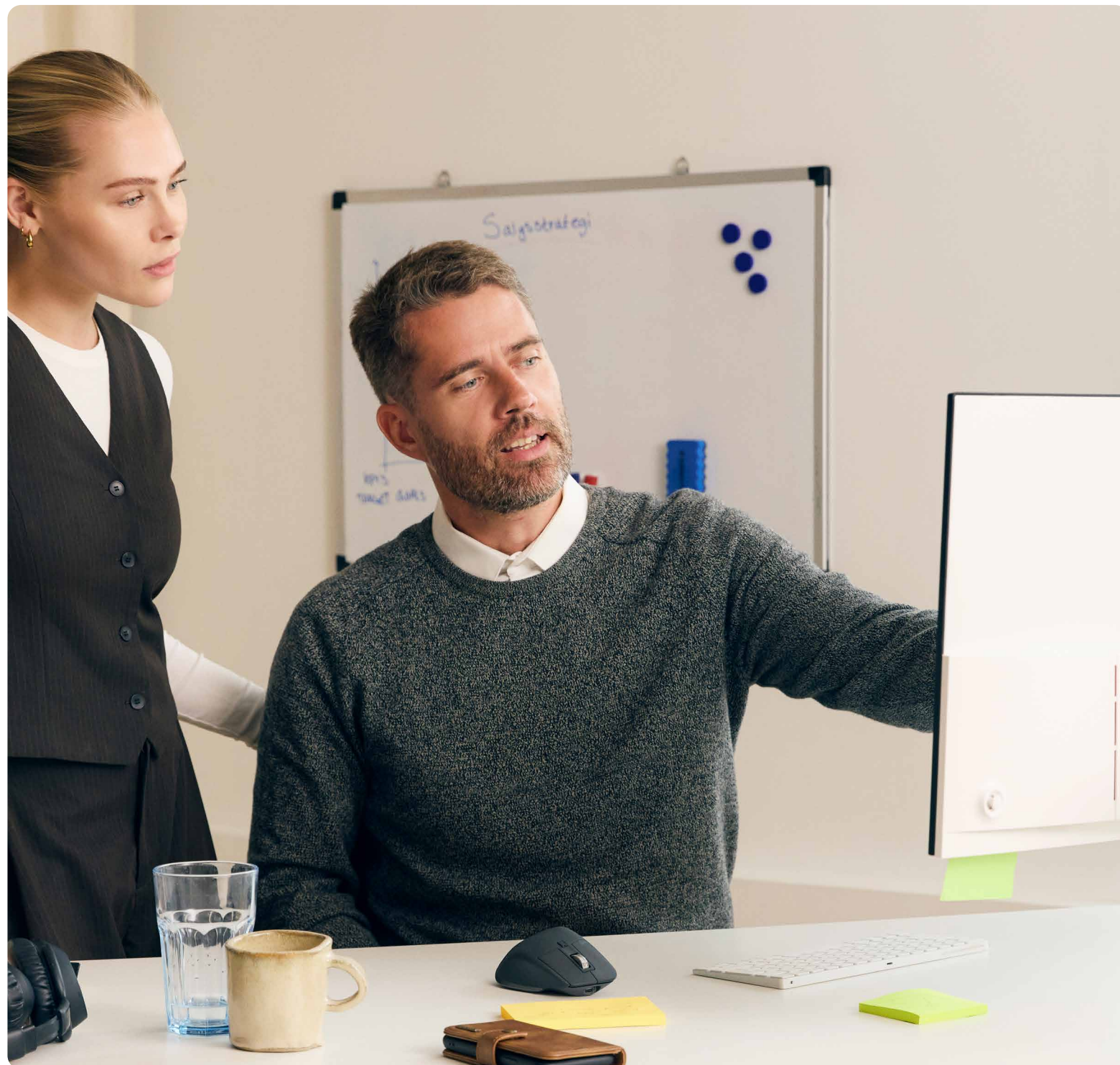
<sup>1</sup> ”Er I klar til at tage næste skridt på den digitale retail-rejse? af TDC Erhverv, 2025”



Samtidig adskiller AI i kundeservice sig fra mange af de AI-anvendelser, virksomheder allerede arbejder med i dag. Hvor tekstproduktion, oversættelse og mødeopsummeringer ofte kan tages i brug med begrænset implementering, kræver AI i kundeservice typisk integration til telefoni, CRM-systemer, vidensbaser og eksisterende arbejdsgange.

Dykker vi ned i diverse brancher, kan vi også se, at især virksomheder inden for detail, transport og logistik, hvor effektiv kommunikation med kunder, både B2B og B2C, er en essentiel del af forretningen, ser integration som en barriere. 22 % af virksomheder inden for detailhandel, og 27 % af virksomheder inden for transport og logistik angiver integration med eksisterende systemer som den største barriere for at arbejde med AI i kundeservice.

Udfordringen er altså ikke nødvendigvis et spørgsmål om mangel på vilje til at adoptere teknologien, men om viden, erfaring og evnen til at sikre organisatorisk forankring.



# Evnen til at omsætte AI til konkret **forretningsværdi** bliver afgørende



## Fra værktøjer til værdiskabelse

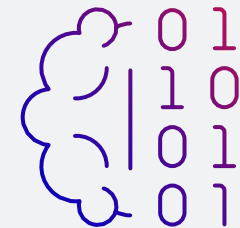
Virksomheder, der ønsker at skabe større værdi med AI, står altså over for en række nye krav.

For det første bliver evnen til at identificere de rette anvendelsesområder afgørende. AI skaber ikke værdi overalt, og gevinsterne er sjældent lige store på tværs af processer og funktioner.

For det andet vokser betydningen af kompetencer. Medarbejdere skal ikke blot kunne anvende teknologien, men også forstå dens muligheder, begrænsninger og betydning for kvalitet, datasikkerhed og compliance.

For det tredje bliver integration vigtigere. AI skaber størst værdi, når teknologien kan arbejde sammen med virksomhedens eksisterende systemer, data og arbejdsprocesser. Det øger samtidig kravene til governance, sikkerhed og organisatorisk koordinering.

Næste fase af AI-rejsen bliver dermed ikke nødvendigvis afgjort af indkøb af teknologi, men af evnen til at omsætte teknologien til konkrete forbedringer af kundeoplevelser, arbejdsprocesser og forretningsresultater.



At komme i gang med AI er nemlig blevet lettere – at skabe reel værdi er ikke. Når AI flytter fra individuelle værktøjer til strategiske forretningsprocesser, stiger kravene og kompleksiteten markant. Teknologien skal integreres med systemer, data og arbejdsgange og skal bruges ansvarligt. Og så skal medarbejderne vide, hvordan den skaber mest værdi i netop deres arbejde. For de virksomheder, der lykkes, kan gevinsterne være betydelige.

# Ingen fremtidssikring uden cybersikkerhed

**Virksomheder har aldrig haft flere muligheder for at arbejde digitalt. AI, cloudløsninger, hjemmearbejde og automatisering giver nye muligheder for at samarbejde og skabe værdi. Men de samme teknologier skaber også nye risici. For jo mere afhængige virksomheder bliver af digitale løsninger, desto større bliver konsekvenserne, når noget går galt.**

**Cybersikkerhed handler derfor ikke længere kun om at beskytte systemer mod angreb. Det handler om at skabe et fundament af tillid og robusthed, som gør det muligt at udvikle virksomheden digitalt.**

Med flere arbejdsprocesser og flere forretningskritiske data, der bliver digitale, vokser betydningen af cybersikkerhed tilsvarende. Uden den nødvendige sikkerhed står virksomheder åbne og sårbare over for angreb, der kan føre til driftsstop, tab af omsætning, datalæk og betydelige omkostninger til genopretning.

Konsekvenserne kan være omfattende. Rapporten viser, at knap halvdelen af de store virksomheder vurderer, at et cyberangreb vil koste mere end 500.000 kroner om dagen,

mens interviewede virksomheder inden for produktion og detailhandel peger på daglige tab på op til 20-40 millioner kroner ved fuld nedlukning<sup>2</sup>. Hertil kommer tabt produktivitet, mistet indtjening og de langsigtede konsekvenser af tabt kundetillid og omdømme blandt samarbejdspartnere og samfundet som helhed.

Cybersikkerhed er altså blevet en forudsætning for fremtidssikringen for mange virksomheder. Det afspejler sig også i undersøgelsen, der viser, at cybersikkerhed fortsat fylder højt på beslutningstagernes agenda, og ikke længere blot er en driftsopgave. 26 % peger på cybersikkerhed som et af de vigtigste fokusområder, de vil prioritere for at digitalisere arbejdspladsen.

Samtidig ser vi, at 18 % ser sikkerhedsbekymringer som en af de største barrierer for digital udvikling. Tallene illustrerer et interessant dilemma. På den ene side ser virksomhederne cybersikkerhed som en nødvendig investering og et vigtigt fokusområde. På den anden side oplever næsten hver femte virksomhed sikkerhedsbekymringer som en barriere for digital udvikling.

# 18%

ser sikkerhedsbekymringer som en af de største barrierer for digital udvikling

Cybersikkerhed er dermed både en forudsætning for digitalisering og noget, der kan gøre digitale initiativer mere komplekse at gennemføre. Og med rette. Hvor brugen af nye teknologier som AI, cloudløsninger og automatisering åbner op for mange nye muligheder, åbner de også op for større angrebsflader. Flere systemer og teknologier forbindes, flere data flyttes mellem platforme, og flere medarbejdere får adgang til forretningskritiske informationer. Det stiller øgede krav til både adgangsstyring, databeskyttelse og løbende overvågning af trusler.

Virksomheder er derfor nødt til at opruste deres sikkerhed for at holde trit. Sikkerhed er altså ikke længere kun en beskyttelse mod angreb, men en forudsætning for at kunne udnytte de muligheder, nye teknologier skaber, og dermed udvikle virksomheden digitalt med tillid og kontrol. Eller, sagt med andre ord, er cybersikkerhed gået fra primært at være en defensiv disciplin til i stigende grad at være en muliggører for digital udvikling. Jo flere digitale værktøjer, data og arbejdsformer virksomheder tager i brug, desto vigtigere bliver det at have et sikkert fundament under dem.

**Hjemmearbejde er blevet hverdag**

En af de muligheder, som teknologi bl.a. åbner op for, er hybridt arbejde. Det fandt for alvor sin plads efter covid-19, og årets undersøgelse peger på, at udviklingen har fundet et mere stabilt leje i Danmark. 63 % af virksomhederne giver i dag medarbejderne fuld frihed til hjemmearbejde, mens yderligere 22 % arbejder med fleksible rammer.

Der er dog markante forskelle på tværs af brancher. 47 % af transport- og logistik-

virksomhederne gør slet ikke brug af hjemmearbejde, mens det samme kun gælder 17 % af virksomhederne inden for finans og forsikring.

Forskellen er ikke overraskende. Mange opgaver inden for produktion, lager, håndværk og andre driftsnære funktioner kræver fysisk tilstedeværelse, mens vidensarbejde i højere grad kan udføres digitalt og uafhængigt af lokation. Hybridarbejde er derfor ikke nødvendigvis et spørgsmål om virksomhedens ambitioner, men om arbejdets karakter.

| Så mange medarbejdere arbejder regelmæssigt hjemmefra blandt virksomheder i Danmark |            | Alle virksomheder | Detailhandel | Finans og forsikring | Produktion | Transport og logistik |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------|--------------|----------------------|------------|-----------------------|
|                                                                                     | Over 75 %  | 21 %              | 12 %         | 20 %                 | 14 %       | 0 %                   |
|                                                                                     | 50-75 %    | 14 %              | 2 %          | 53 %                 | 18 %       | 20 %                  |
|                                                                                     | 25-49 %    | 14 %              | 30 %         | 4 %                  | 14 %       | 17 %                  |
|                                                                                     | Under 25 % | 14 %              | 16 %         | 5 %                  | 19 %       | 16 %                  |
|                                                                                     | Ingen      | 37 %              | 40 %         | 17 %                 | 36 %       | 47 %                  |



Vi ser dog på tværs af brancher, at hybridarbejde ikke længere er en midlertidig løsning, men en integreret del af det danske arbejdsmarked. For virksomhederne skaber det en række fordele. 73 % peger på øget fleksibilitet og trivsel som den primære årsag til, at de benytter sig af hjemmearbejde, mens 35 % fremhæver øget produktivitet.

Også på tværs af brancher er der markante forskelle i synet på hjemmearbejde. I finans- og forsikringsbranchen fremhæver 75 % fleksibilitet og trivsel som en væsentlig årsag til at benytte sig af hjemmearbejde, mens næsten halvdelen (49 %) peger på rekruttering og fastholdelse. Samtidig angiver 85 %, at ønsket om at være en moderne virksomhed er en vigtig drivkraft. Hjemmearbejde fremstår dermed i høj grad som et strategisk redskab til at tiltrække og fastholde medarbejdere. I produktionsvirksomheder og transport- og logistikvirksomheder er begrundelserne mere afdæmpede og primært knyttet til fleksibilitet og trivsel.

Men fleksibiliteten stiller også nye krav til sikkerheden. Når medarbejdere gør brug af hjemmearbejdspladser, flyttes en del af virksomhedens digitale angrebsflade med ud af kontoret. Forbindelser, enheder, adgangsrettigheder og brugeradfærd bliver dermed endnu vigtigere at have styr på.

## Hjemmearbejde **er i høj grad** et strategisk redskab til at tiltrække og fastholde medarbejdere

### Virksomheder benytter sig af hjemmearbejde primært på grund af:

|                                      | Alle virksomheder | Detailhandel | Finans og forsikring | Produktion | Transport og logistik |
|--------------------------------------|-------------------|--------------|----------------------|------------|-----------------------|
| Øget fleksibilitet og trivsel        | 73 %              | 66 %         | 75 %                 | 57 %       | 60 %                  |
| Rekruttering og fastholdelse         | 17 %              | 23 %         | 49 %                 | 10 %       | 4 %                   |
| Øget produktivitet                   | 35 %              | 62 %         | 44 %                 | 33 %       | 4 %                   |
| Pladsmangel på kontoret              | 6 %               | 11 %         | 2 %                  | 14 %       | 2 %                   |
| Økonomiske besparelser               | 11 %              | 1 %          | 20 %                 | 26 %       | 8 %                   |
| Vil gerne være en moderne virksomhed | 25 %              | 14 %         | 85 %                 | 28 %       | 9 %                   |
| Andet                                | 3 %               | 1 %          | 0 %                  | 2 %        | 25 %                  |



## Phishing er fortsat den største bekymring

Når virksomhederne bliver spurgt om, hvilke digitale trusler de er mest bekymrede for i forbindelse med hjemmearbejde, indtager phishing fortsat førstepladsen.



Det interessante er, at mange af virksomhedernes største bekymringer ikke primært handler om teknologi. De handler om mennesker – deres adfærd, dømmekraft og evne til at identificere trusler i en digital hverdag. Det er endnu en påmindelse om, at cybersikkerhed ikke alene kan løses gennem teknologi. Medarbejdernes viden og adfærd spiller en mindst lige så vigtig rolle.

Der er dog også tydelige tegn på fremgang. 71 % af virksomhederne har i dag implementeret sikre netværksforbindelser og VPN-løsninger eller arbejder aktivt med at forbedre dem. I 2025 gjaldt det 52 %. Det svarer til en stigning på mere end en tredjedel på blot ét år. Det tyder på, at virksomhederne tager udfordringen alvorligt og investerer i at skabe et mere sikkert fundament for den hybride arbejdsplads.

Men udviklingen viser også, at arbejdet langt fra er færdigt. Næsten tre ud af ti virksomheder har fortsat ingen særlige sikkerhedsforanstaltninger på plads for medarbejdernes hjemmearbejdsplads eller netværk.

Samtidig peger virksomhederne på flere områder, hvor de fortsat oplever sårbarheder.

- 39 % er særligt opmærksomme på brugen af private eller uadministrerede enheder.
- 35 % fremhæver manglende sikkerhedsopdateringer.
- 35 % peger på lav medarbejderbevidsthed om cybersikkerhed.

Tallene viser, at sikkerheden ikke kan reduceres til et teknisk anliggende, men kræver en samlet indsats på tværs af teknologi, processer og mennesker.

**7 ud af 10** virksomheder i Danmark har implementeret sikre forbindelser og VPN-løsninger eller arbejder aktivt med at forbedre dem i 2026, mod blot **halvdelen** i 2025



Ingen fremtidssikring uden cybersikkerhed

### Fra beskyttelse til robusthed

Cybersikkerhed handler derfor i stigende grad om robusthed. Målet er ikke blot at forhindre angreb. Målet er at skabe en arbejdsplads, hvor medarbejdere kan arbejde fleksibelt, samarbejde digitalt og anvende nye teknologier uden at gå på kompromis med sikkerheden.

Undersøgelsen viser netop denne balance. På den ene side ønsker virksomhederne at fastholde de fleksible arbejdsformer, som er blevet en naturlig del af arbejdslivet. På den anden side er phishing, uautoriseret adgang og manglende cybersikkerhedsbevidsthed fortsat blandt de største bekymringer.

Virksomhederne står derfor ikke over for et valg mellem fleksibilitet og sikkerhed. De står over for opgaven med at få de to til at fungere sammen.

Det er også en af forklaringerne på, at flere virksomheder har investeret i sikre forbindelser, VPN-løsninger og andre sikkerhedsforanstaltninger til hjemmearbejdspladsen. Sikkerhed er i stigende grad blevet det, der gør fleksibilitet muligt.

Fremtidssikrede virksomheder er derfor næppe dem, der begrænser brugen af digitale værktøjer eller fleksible arbejdsformer mest. Det er dem, der formår at skabe rammer, hvor medarbejdere kan arbejde sikkert, uanset hvor arbejdet udføres. For i den moderne digitale arbejdsplads er sikkerhed ikke længere modsætningen til fleksibilitet. Sikkerhed er blevet forudsætningen for den.

Målet er en fleksibel, digital  
arbejdsplads **uden kompromis**  
**med sikkerheden**

# Datasuverænitet tages mere alvorligt, men følges ikke helt til dørs

**For få år siden blev data primært betragtet som et teknisk anliggende. Det var noget, der blev håndteret af it-afdelingen og handlede primært om servere, datacentre og systemdrift. I dag ser virkeligheden anderledes ud.**

77 % af virksomhederne vurderer, at det er vigtigt eller meget vigtigt at have kontrol over, hvor virksomhedens data er placeret, og hvem der har adgang til dem.

Og med rette. Når virksomheder investerer i AI, automatiserer processer og flytter flere aktiviteter til cloudbaserede platforme, bliver viden om dataenes placering, adgangsforhold og sikkerhed en forudsætning for fremtidssikring. Ikke kun for at beskytte virksomheden mod cybertrusler, men også for at skabe tillid blandt kunder, medarbejdere og samarbejdspartnere.

Data er dermed blevet en ressource, som virksomhederne skal kunne kontrollere, beskytte og udnytte ansvarligt på tværs af interne og eksterne placeringer. Det gør også data til et mere strategisk anliggende, som bør være

på ledelsens agenda og ikke blot et teknisk anliggende i it-afdelingen.

Parallelt med den voksende anvendelse af AI, cloudløsninger og andre digitale platforme er datasuverænitet blevet et begreb, som fylder stadig mere i virksomhedernes digitale overvejelser. Når flere forretningskritiske data opbevares hos eksterne leverandører og behandles på tværs af systemer, platforme og landegrænser, vokser behovet for indsigt i, hvor data befinder sig, hvem der har adgang til dem, og hvilke regler, de er underlagt. Undersøgelsen viser også, at det fylder stadig mere i virksomhedernes digitale overvejelser.

Det viser, at virksomheder i Danmark i stigende grad forholder sig aktivt til, hvordan og hvor deres data håndteres internt og eksternt. Udviklingen skal ses i lyset af en virkelighed, hvor geopolitik, regulering og cybersikkerhed fylder mere end tidligere. Samtidig bliver virksomheder i stigende grad afhængige af digitale platforme og cloudløsninger, hvilket gør spørgsmålet om dataadgang og dataplacering mere forretningskritisk.

## Datasuverænitet fylder stadig mere i virksomhedernes digitale overvejelser

# 39%

peger på høj sikkerhed og kryptering som et af de vigtigste krav til fremtidige it-løsninger

# 36%

fremhæver overholdelse af GDPR og NIS2

# 29%

peger på data placeret i EU som et af de vigtigste krav til fremtidig datahåndtering.



Datasuverænitet tages mere alvorligt, men følges ikke helt til dørs

Ambitionen er høj, men indsigten halter nogle steder

Selvom ønsket om kontrol er stærkt, viser undersøgelsen også, at ambitionerne ikke altid følges af fuldt overblik. 70 % svarer, at de i høj eller meget høj grad har indsigt i, hvem der kan tilgå virksomhedens data.

Det er positivt. Men samtidig svarer 13 %, at de slet ikke eller kun i lav grad har indsigt i, hvem der har adgang, mens yderligere 18 % placerer sig midt på skalaen. Det betyder, at næsten en tredjedel af virksomhederne ikke oplever, at have et højt niveau af indsigt i dataadgangen.

Forskellen er særligt tydelig, når man ser på virksomhedsstørrelse. Næsten halvdelen af de største virksomheder (49 %) har i meget høj grad indsigt i, hvem der kan tilgå deres data, mens det samme gælder 37 % af virksomheder med under 50 ansatte. Omvendt er andelen med lav indsigt mere end seks gange højere blandt de mindre virksomheder (13 %) end blandt de største (2 %). Det indikerer, at overblikket over dataadgang fortsat er en større udfordring for mindre virksomheder.

Det kan skabe udfordringer i en tid, hvor data bliver stadig vigtigere for forretningen. I takt med at flere data opbevares hos eksterne leverandører og håndteres på tværs af cloudplatforme, AI-løsninger og andre digitale tjenester, vokser behovet for indsigt i, hvor data befinder sig, hvem der har adgang til dem, og hvilke regler de er underlagt.

Hvis virksomheder ikke har fuldt overblik over adgange og rettigheder, bliver det vanskeligere at styre risiko, dokumentere compliance og sikre

ansvarlig anvendelse af data i eksempelvis cloud- og AI-løsninger.

På mange måder afspejler datasuverænitet det samme mønster, som vi ser på AI-området. Virksomhederne er blevet mere bevidste om betydningen af data. Ambitionen er tydelig. Men ambitionen følges ikke altid af det nødvendige overblik.



| Virksomheders indsigt i, hvem der kan tilgå deres data |                   |                  |                          |                    |
|--------------------------------------------------------|-------------------|------------------|--------------------------|--------------------|
|                                                        | Alle virksomheder | Små virksomheder | Mellemstore virksomheder | Store virksomheder |
| 1 - Slet ikke                                          | 5 %               | 5 %              | 2 %                      | 0 %                |
| 2                                                      | 8 %               | 8 %              | 6 %                      | 2 %                |
| 3                                                      | 18 %              | 18 %             | 17 %                     | 12 %               |
| 4                                                      | 33 %              | 33 %             | 37 %                     | 37 %               |
| 5 - I meget høj grad                                   | 37 %              | 37 %             | 38 %                     | 49 %               |



### Kontrol og suverænitet er fundamentet for næste fase af AI

Som tidligere beskrevet, ser mange virksomheder AI som en af de vigtigste drivkræfter for fremtidig produktivitet. Men AI er kun så værdifuldt som de data, teknologien bygger på. Hvis data er utilgængelige, fragmenterede eller dårligt dokumenterede, bliver det vanskeligere at skabe værdi med AI. Hvis virksomheder samtidig mangler indsigt i, hvem der har adgang til data, bliver det sværere at sikre ansvarlig anvendelse og opretholde tilliden til teknologien.

Det gælder ikke mindst inden for kundeservice, som mange virksomheder ser som et af de næste store anvendelsesområder for AI. Hvis AI skal kunne hjælpe medarbejdere med at finde relevant viden, foreslå svar, opsummere kundedialoger eller identificere mønstre i kunders behov, forudsætter det adgang til korrekte, opdaterede og velstrukturerede data. Samtidig stiller det høje krav til datasikkerhed, adgangsstyring og compliance, fordi kundedata ofte er blandt virksomhedens mest følsomme informationer.

Vi må derfor erkende, at AI, datasuverænitet og cybersikkerhed hænger tættere sammen end nogensinde før og bør ikke længere anses som tre separate discipliner. Virksomheder kan ikke skabe værdi med AI uden data. De kan ikke beskytte data uden cybersikkerhed. Og de kan ikke udnytte data fuldt ud uden kontrol over, hvor data er placeret, og hvem der har adgang til dem. Jo mere virksomheder ønsker at bruge AI, desto større bliver behovet altså for sikkerhed og kontrol over data.

Derfor handler den fremtidssikrede digitale arbejdsplads ikke kun om adgang til teknologi, men også om adgang til de rigtige data, på de rigtige vilkår og med den nødvendige kontrol over, hvordan de anvendes. Og det kræver, at data observeres mere strategisk i ledergangen end blot teknisk i serverrummet.

Mere end **3 ud af 4** virksomheder ønsker kontrol over, hvor deres data er placeret, og hvem der har adgang til dem.

Mere end **1 ud af 3** virksomheder ser sikkerhed og kryptering som et af de vigtigste krav til fremtidige it-løsninger.

Men næsten **1 ud af 3** virksomheder har i kun nogenlunde eller lav grad indsigt i, hvem der har adgang til deres data.

# Fremtidssikring med færre leverandører

**Virksomheder har i dag adgang til flere digitale værktøjer og teknologier end nogensinde før. AI, cloud, cybersikkerhed, samarbejdsplatforme og dataanalyser kan hver især skabe værdi. Men når antallet af systemer vokser, gør kompleksiteten det ofte også. For mange virksomheder er udfordringen derfor ikke længere at finde den næste teknologi. Udfordringen er at få de eksisterende teknologier til at fungere sammen. Det øger behovet for overblik, integration og partnere, der kan hjælpe med at skabe sammenhæng.**

Ved brug af hjemmearbejde, cloudløsninger, AI-værktøjer og samarbejdsplatforme samt stigende krav til cybersikkerhed og datakontrol bliver it-landskabet mere komplekst at sikre. Flere systemer skal integreres, flere adgangsrettigheder skal administreres og flere datastrømme skal overvåges, blot for at nævne nogle få.

Samtidig bliver grænserne mellem teknologierne mindre tydelige. Som tidligere beskrevet, kan AI, cybersikkerhed, data, cloudløsninger og digitale samarbejdsværktøjer ikke længere

betragtes som isolerede områder. De påvirker og afhænger af hinanden. Beslutninger på ét område får derfor ofte konsekvenser for resten af den digitale arbejdsplads. Det gør den digitale udvikling mere kompleks, men øger samtidig behovet for sammenhæng på tværs af teknologi, sikkerhed, data og drift.

Det er derfor ikke overraskende, at teknologisk kompleksitet fylder mere blandt virksomhedernes udfordringer end for blot ét år siden. Undersøgelsen viser, at 23 % oplever teknologisk kompleksitet som en af de største barrierer for digital udvikling mod 16 % året før.

På mange måder er det et tegn på fremskridt. Virksomhederne er kommet længere med deres digitale udvikling, men oplever også større udfordringer med at styre drift og sikkerhed. Derfor bliver spørgsmålet ikke længere alene, hvilke teknologier virksomheder skal investere i. Spørgsmålet bliver i stigende grad, hvordan teknologierne skal spille sammen.

De største barrierer for digital transformation og udvikling ifølge virksomheder i Danmark

|                                          | 2025 | 2026 |
|------------------------------------------|------|------|
| Budgetbegrænsninger                      | 21 % | 28 % |
| Manglende kompetencer                    | 31 % | 25 % |
| Usikkerhed om ROI (return on investment) | 16 % | 13 % |
| Intern modstand mod forandring           | 9 %  | 11 % |
| Sikkerhedsbekymringer                    | 18 % | 18 % |
| Teknologisk kompleksitet                 | 16 % | 23 % |
| Det er ikke relevant                     | 27 % | 27 % |



## Teknologipartnere kan accelerere udviklingen

I takt med at virksomhedernes digitale hverdag bliver mere kompleks, ændrer forventningerne til it-leverandører sig også. Tidligere handlede relationen ofte om at levere en konkret løsning eller et enkelt produkt. I dag forventer mange virksomheder i højere grad rådgivning, integration og hjælp til at få forskellige teknologier til at spille sammen.

Det gælder blandt andet på områder som AI, cybersikkerhed og datahåndtering, hvor teknologien udvikler sig hurtigt, og hvor mange virksomheder fortsat opbygger erfaring og kompetencer. Her kan teknologipartnere spille en vigtig rolle som katalysator for digital udvikling.

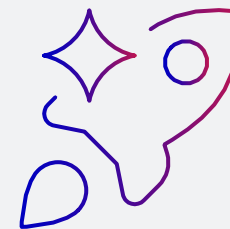
Den rigtige partner leverer ikke blot teknologi, men sikrer, at det understøtter forretningens mål og tilfører reel værdi.

Som tidligere beskrevet, investerer virksomheder i AI hurtigere, end de investerer i AI-kompetencer. AI er derfor et område, hvor teknologipartnere især kan spille en vigtig rolle og sikre den næste fase af AI-udviklingen.

AI kræver netop datasikkerhed, governance, integration til eksisterende systemer og ansvarlig anvendelse på et komplekst plan, som virksomheder ikke nødvendigvis har kompetencer til at håndtere internt – eller muligheder for at

rekruttere og fastholde. Det gælder ikke mindst inden for kundeservice, hvor AI ofte skal integreres med CRM-systemer, telefoni, vidensbaser og eksisterende arbejdsgange for at skabe værdi.

Ved at trække på eksterne specialister og teknologipartnere kan virksomheder få adgang til kompetencer og erfaringer, som kan være vanskelige at opbygge eller fastholde internt. Samtidig kan partnerne bidrage med best practice, dokumenteret erfaring og strategisk rådgivning, der hjælper virksomheder med at omsætte teknologi til konkrete forbedringer af produktivitet, kundeoplevelser og forretningsprocesser.



### Flere ønsker én samlet partner

Netop derfor ser vi også et skift i virksomhedernes syn på it-leverandører. Hvor virksomheder tidligere kunne vælge enkeltstående løsninger til enkeltstående behov, oplever mange i dag et behov for større sammenhæng på tværs af teknologier og leverandører.

I årets undersøgelse svarer 53 %, at det er vigtigt eller meget vigtigt at have én samlet teknologipartner frem for mange forskellige leverandører. Sidste år var tallet 44 %. Udviklingen peger på, at virksomhederne i stigende grad efterspørger hjælp til at skabe sammenhæng mellem de mange teknologier, de allerede benytter.

Tendensen ses også i TDC Erhvervs rapport *Fra drift til digital robusthed 2026*, hvor virksomheder beskriver et skifte fra traditionelle leverandørrelationer til strategiske partnerskaber baseret på fælles ansvar, specialistkompetencer og risikodeling.

I årets undersøgelse blev virksomhederne også adspurgt om prioriteterne ved valg af it-leverandører, og her svarer 48 %, at de vægter prisen højt. Men undersøgelsen viser, at pris ikke står alene. Et stigende antal – 46 % i år – vægter troværdighed og stabilitet, mens 35 % peger på teknisk ekspertise. Samtidig fremhæver 17 % sammenhængende it-løsninger, og 17 % peger direkte på evnen til at reducere kompleksitet.

Det indikerer, at virksomhedernes behov har flyttet sig. Fokus er ikke længere kun på den enkelte løsning, men i højere grad sammenhængen mellem de løsninger, der indgår i deres it-landskab.

Udviklingen kan hænge sammen med, at virksomhederne i stigende grad arbejder på tværs af AI, data, cybersikkerhed, cloud og digitale samarbejdsværktøjer. Når flere teknologier skal fungere sammen, vokser behovet for klare ansvarsforhold, færre integrationsudfordringer og en mere samlet tilgang til drift og sikkerhed.

For mange virksomheder handler ønsket om færre leverandører derfor ikke nødvendigvis om at reducere antallet af kontrakter. Det handler om at reducere kompleksiteten i den daglige drift, få bedre sammenhæng mellem systemer og skabe et tydeligere overblik over ansvar, sikkerhed og udvikling.

Virksomheder i Danmark efterspørger derfor ikke blot teknologi, men samarbejdspartnere, der kan hjælpe med at sikre sammenhæng mellem sikkerhed, data og drift, og på den måde muliggøre digitalisering og udvikling.

### Det vægter virksomheder højest hos en it-leverandør og digital partner





## Konklusion

# Er virksomheder i Danmark klar til næste skridt?

**Der er sket meget på bare ét år. AI er blevet mere udbredt, data er blevet et vigtigere punkt på dagsordenen, sikkerheden omkring hjemmearbejde er generelt blevet styrket, og flere har opnået en digital strategi. Virksomheder i Danmark er altså ikke længere ved at opdage mulighederne i digitalisering, men allerede i gang.**

Årets undersøgelse viser dog også, at næste fase bliver mere kompleks. For nu handler det ikke længere kun om at implementere ny teknologi, men om at skabe værdi med den. Netop her viser undersøgelsen, at modenheden stadig er ujævn.

- Mange virksomheder investerer i AI, men færre investerer i de kompetencer, der skal sikre værdiskabelsen.
- Mange ønsker kontrol over deres data, men ikke alle har overblik over, hvem der faktisk har adgang til dem.
- Mange har styrket sikkerheden, men oplever samtidig voksende kompleksitet i deres digitale landskab.

Derfor bliver de kommende år ikke nødvendigvis afgjort af, hvem der implementerer flest teknologier. De bliver afgjort af, hvem der formår at skabe sammenhæng mellem teknologi, mennesker, data og forretning og udnytte muligheden for partnerskaber, der kan skabe værdi og konkurrencemæssige fordele.

Fremgangen er reel, men potentialet er langt fra fuldt indfriet.  
**Spørgsmålet er, om vi er klar til næste skridt.**

## Hovedindsigter

- Mere end dobbelt så mange virksomheder arbejder i dag med AI flere steder i organisationen sammenlignet med sidste år.
- Næsten 1 ud af 2 virksomheder har en digital strategi eller er i gang med at udvikle én.
- Næsten 1 ud af 2 virksomheder prioriterer kun i lav grad eller slet ikke AI-træning.
- Mere end 1 ud af 2 virksomheder er i gang med, planlægger eller overvejer AI i kundeservice.
- Mere end 3 ud af 4 virksomheder ønsker kontrol over, hvor data er placeret, og hvem der har adgang til dem.
- Næsten 1 ud af 4 virksomheder oplever teknologisk kompleksitet som en barriere for digital udvikling.
- Mere end hver anden virksomhed ønsker én samlet teknologipartner frem for mange leverandører.

# Skal vi hjælpe jer?

Tag en uforpligtende dialog med vores rådgivere om, hvordan vi kan inspirere eller understøtte jeres digitale rejse og ambitioner.

[Bestil et rådgivningsmøde](#)

## Om undersøgelsen:

Undersøgelsen er gennemført i april og maj 2026 af analyseinstituttet Wilke på vegne af TDC Erhverv og Cisco, og afdækker, hvordan virksomheder i Danmark anser og prioriterer digitalisering, AI, cybersikkerhed, datasuverænitet og partnerløsninger som led i at fremtidssikre deres arbejdspladser.

Data er indsamlet via telefoninterviews med 408 beslutningstagere, herunder ejere, grundlæggere, C-level profiler (CEO, COO og CFO) samt it-ansvarlige (CIO, it-chef, it-direktør og it-ansvarlig). Deltagerne repræsenterer både små, mellemstore og store virksomheder (virksomheder med mellem 2 og 250+ medarbejdere) på tværs af brancher i Danmark.

## Om TDC Erhverv:

At være rustet til fremtiden kræver viden og teknologi. TDC Erhverv tilbyder en bred vifte af rådgivning, services og løsninger inden for digitalisering og it-sikkerhed. Uanset størrelse, branche og kompleksitet kan vi hjælpe jeres virksomhed med at udnytte de mange digitale muligheder. Så I kan arbejde smartere og med ro i maven. Og når jeres ambitioner og behov vokser, kan vores løsninger vokse med jer, så jeres virksomhed altid er klar til i morgen.

**Læs mere på** [Digital arbejdsplads til hybridarbejde og produktivitet](#)

