

ERHVERVSKLIMAANALYSE 2022



def



ÆRØ KOMMUNE

ÆRØ
TURIST & ERHVERV

Indhold

OVERBLIK: ERHVERVSKLIMAET I ÆRØ KOMMUNE	3
KARAKTERISTIK AF RESPONDENTERNE	4
TILFREDSHED MED ERHVERVSKLIMAET	6
TILFREDSHED MED ÆRØ KOMMUNE	7
TILFREDSHED MED ÆRØ TURIST- OG ERHVERVSFORENING.....	8
TILKNYTNING TIL ÆRØ	9
TILKNYTNINGEN TIL ÆRØ	10
INDTJENING OG	11
VÆKSTPROGNOSE	11
INDTJENING.....	12
VÆKSTFORVENTNINGER	13
VÆKSTBARRIERER	14
VÆKSTBARRIERER FOR VIRKSOMHEDER I ÆRØ KOMMUNE	15
SÆSONÅBNE VIRKSOMHEDER PÅ ÆRØ	16
SÆSONÅBNING	16
FORRETNINGSUDVIKLING	18
VIRKSOMHEDERNES FORVENTNINGER TIL FORRETNINGSUDVIKLING I FREMTIDEN.....	19
METODE	20



Analysens resultater bygger på 124 survey-svar fra virksomheder med adresse på Ærø. 28 pct. af de adspurgte har svaret på spørgeskemaet.



Analysen er udarbejdet af Dansk Erhvervsfremme (DEF) på vegne af Ærø Turist- og Erhvervsforening i september 2022.

OVERBLIK: ERHVERVSKLIMAET I ÆRØ KOMMUNE

ERHVERVSSERVICE TILFREDSHED



63% af respondenterne er tilfredse med Ærø Turist- og Erhvervsforenings indsats for erhvervet på Ærø. 12% er utilfredse.

VÆKSTFORVENTNINGER



Der er generelt høje vækstforventninger. Kun 12% forventer et fald i indtjeningen næste år.

KOMMUNAL PERFORMANCE



Ærø Kommune scorer **4,9 ud af 7** mulige performance indekspoint for arbejdet med at fastholde og tiltrække borgere til Ærø

VÆKSTBARRIERER



Stigende udgifter er det, som flest virksomheder anser for at være en vækstbarriere

SÆSONÅBNING



Flest virksomheder angiver, at **manglende indtjening** og et **kun periodevist overskud** er årsagen til, at deres virksomhed er sæsonåben.

TILKNYTNING TIL ÆRØ



36% af respondenterne angiver, at de har virksomhed på Ærø, **fordi de boede på øen i forvejen** og fordi Ærø tilbyder det gode liv

Karakteristik af respondenterne

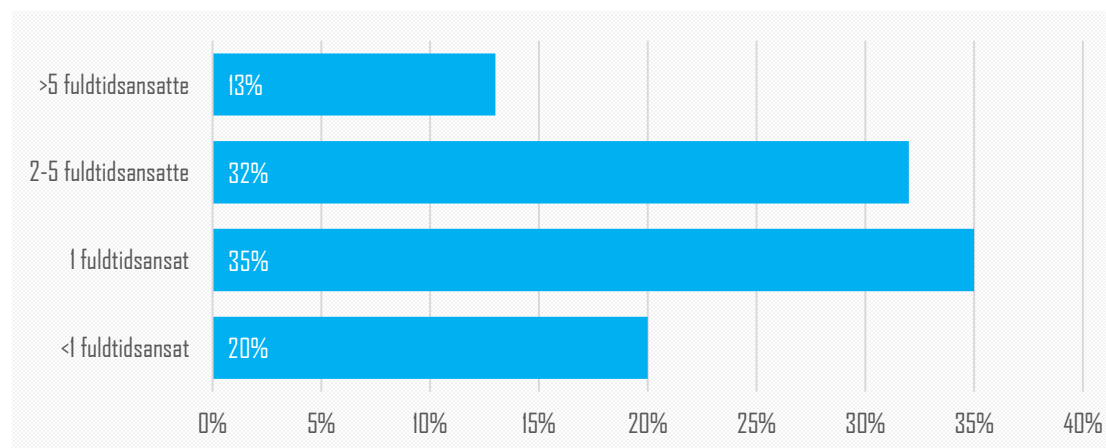
Respondenternes fordeling på virksomhedsstørrelse og branche er beskrevet i tabel 1 og figur 1. Der ses en stor andel virksomheder i Handel- og transportbranchekategorien. Stikprøven udgøres desuden primært af virksomheder med mindre end 5 ansatte.

For at skabe et repræsentativt billede af holdningerne og vurderingerne hos *hele erhvervslivet* på Ærø, er data blevet vejet, så de efterfølgende tabeller og figurer kan tages som udtryk for tilnærmede faktiske fordelinger blandt øens virksomheder – og ikke blot som et billede af de 124 virksomheder, der besvarede undersøgelsen.

TABEL 1: BRANCHEFORDELING I STIKPRØVEN

Branche	Antal virksomheder i stikprøven
Landbrug, skovbrug og fiskeri (produktion af afgrøder, mælk, svin, mv.)	6
Industri (generel industriel produktion)	7
Bygge og anlæg (håndværkere, entreprenører mv.)	13
Handel og transport mv. (detailhandel, overnatningsfaciliteter, land- og søtransport)	41
Information og kommunikation (IT-leverandører, mv.)	5
Finansiering og forsikring (pengeinstitutter, forsikringsselskaber mv.)	2
Erhvervsservice (økonomisk- og juridisk rådgivning, rengøring, mv.)	13
Kultur, fritid og anden service (Tur-operatører, seværdigheder, mv.)	23
Andet	14

FIGUR 1: VIRKSOMHEDSSTØRRELSE I STIKPRØVEN





TILFREDSHED MED ERHVERVSKLIMAET

Tilfredsheden med Erhvervsklimaet er kortlagt via 10 parametre. 6 har reference til Ærø Kommunes performance, 3 belyser tilfredsheden med Ærø Turist- og Erhvervsforening, og 1 kortlægger holdningerne til samarbejdet med de sydfynske kommuner i erhvervssammenhæng.

I figur 2 og 3 sammenfattes virksomhedernes performancevurderinger.

For at skabe overblik over respondenternes tilfredshed er hver enkelt besvarelse indekseret med en talværdi på en skala fra 1 til 7, hvor:

- ◆ 1 er 'meget utilfreds'
- ◆ 7 er 'meget tilfreds'
- ◆ 'Ved ikke' svarene er fjernet fra beregningen.

Derefter findes gennemsnittet af alle svar, hvilket er performancescoren for den givne parameter.

Kommentar til tilfredshedsperformance

Ærø Kommune scorerer mellem 4,3 og 5,3 performance indekspoint. Overordnet betragtet scorerer kommunalpolitikernes lydhørhed overfor erhvervslivet lavest, mens Ærø Kommunes infrastruktur høster mest anerkendelse.

Ærø Turist- og Erhvervsforening høster performance indekspoint på mellem 4,9 og 5,9. Højest tilfredshed scorerer indsatsen for at markedsføre Ærø som en feriedestination. Mindst scorerer indsatsen for at tiltrække og fastholde virksomheder på Ærø.

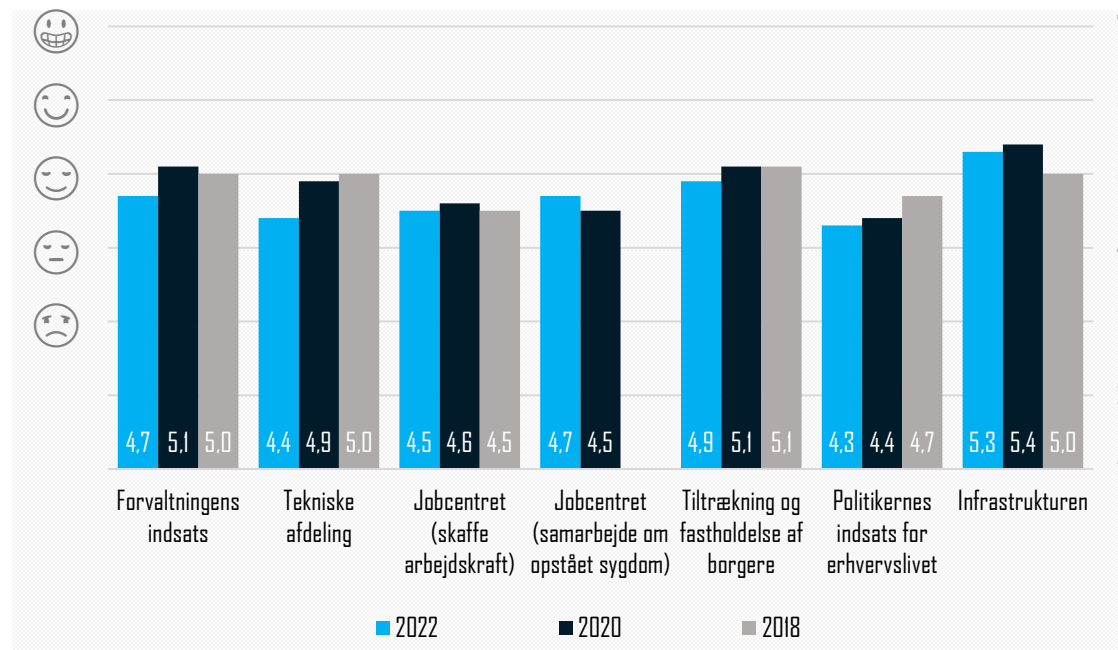
Markedsføring af Ærø som feriedestination bedømmes meget positivt (performancescore: 5,9).

Tilfredshed med Ærø Kommune

Tilfredsheden med Ærø Kommunes performance er kortlagt via en række centrale parametre (jf. figur 2).

Der er en overordnet tilfredshed med forvaltningens indsats på 4,7 ud af 7 mulige point. Dette er en god score.

FIGUR 2: TILFREDSHEDSPERFORMANCE ÆRØ KOMMUNE 2022



Note: For overblikkets skyld er svarene indekseret på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er 'meget utilfreds' og 7 er 'meget tilfreds'. 'Ved ikke' svarene er fjernet. Gennemsnittet af denne indeksering er performancescoren.

Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: "Hvor tilfreds er du med følgende?":

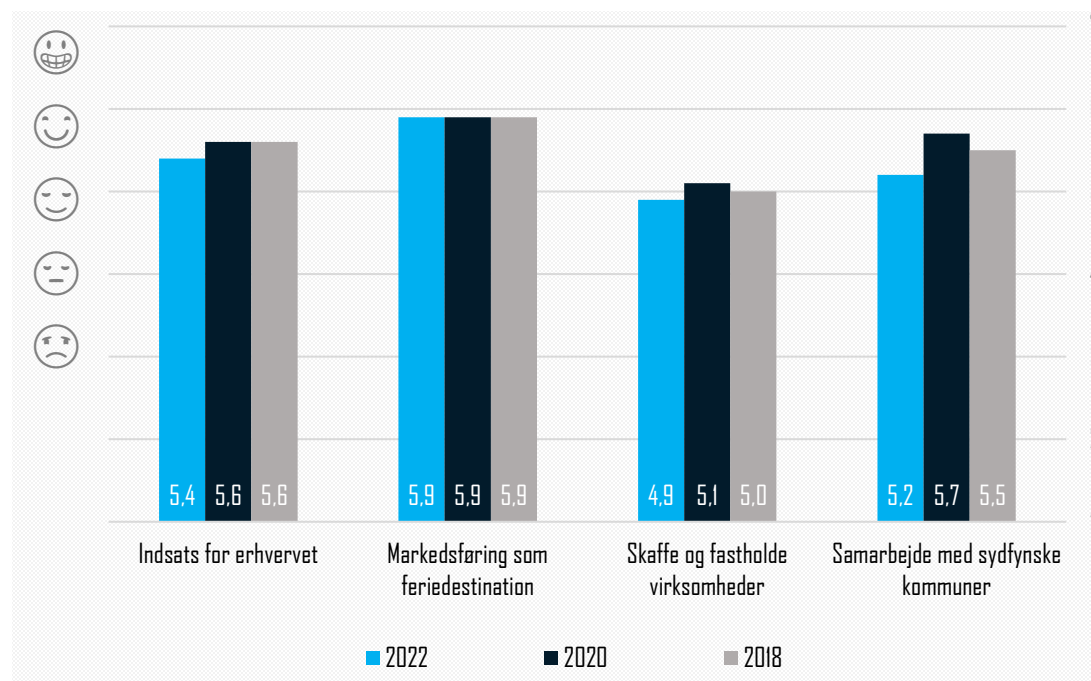
- **Forvaltningens indsats:** Den kommunale forvaltnings indsats for erhvervet på Ærø? (fx sagsbehandlingstider, sparring, tilgængelighed, imødekommenhed)
- **Teknisk afdeling:** Ærø Kommunes Tekniske afdeling (miljø, byg og plan)
- **Jobcentret (skaffe arbejdskraft):** Ærø Kommunes Jobcenter og samarbejdet om at skaffe ARBEJDSKRAFT (anvisning, løntilskud, virksomhedspraktikker, m.m.)
- **Jobcentret (samarbejde om opstået sygdom):** Ærø Kommunes Jobcenter og samarbejdet om SYGDOMSFORLØB hos dine medarbejdere (afklaring, hjælpemidler, opstartsplaner, m.m.)
- **Tiltrækning og fastholdelse af borgere:** Ærø Kommunes indsats for at fastholde og tiltrække nye borgere
- **Politikernes indsats for erhvervslivet:** Kommunalpolitikernes indsats for erhvervet på Ærø? (fx lydhørhed og fokus på erhvervslivets vilkår)
- **Infrastruktur:** Infrastrukturen på Ærø? (fx internet, færgedrift, busser, taxi, veje)

Tilfredshed med Ærø Turist- og Erhvervsforening

Tilfredsheden med Ærø Turist- og Erhvervsforenings performance er kortlagt via en række centrale parametre (jf. figur 3).

Der er en overordnet tilfredshed med foreningens indsats for erhvervet på 5,4 ud af 7 mulige point. Dette er en god score.

FIGUR 3: TILFREDSHEDSPERFORMANCE ÆRØ TURIST- OG ERHVERVSFORENING 2022



Note: For overblikkets skyld er svarene indekseret på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er 'meget utilfreds' og 7 er 'meget tilfreds'. 'Ved ikke' svarene er fjernet. Gennemsnittet af denne indeksering er performancescoren.

Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: "Hvor tilfreds er du med følgende?":

- **Indsats for erhvervet:** Ærø Turist- og Erhvervsforenings indsats for erhvervet på Ærø?
- **Markedsføring som feriedestination:** Ærø Turist- og Erhvervsforenings indsats for markedsføringen af Ærø som feriedestination?
- **Skaffe og fastholde virksomheder:** Ærø Turist- og Erhvervsforenings indsats med at skaffe og fastholde virksomheder på Ærø
- **Samarbejde med sydfynske kommuner:** Ærøs samarbejde med de sydfynske kommuner om kompetenceudvikling og sparring? (Fx projektsamarbejdet Medstrøm, Fremtidsfabrikken, PowerUp, Share55, kulinarisk turisme og styrket erhverv i gadeplan)



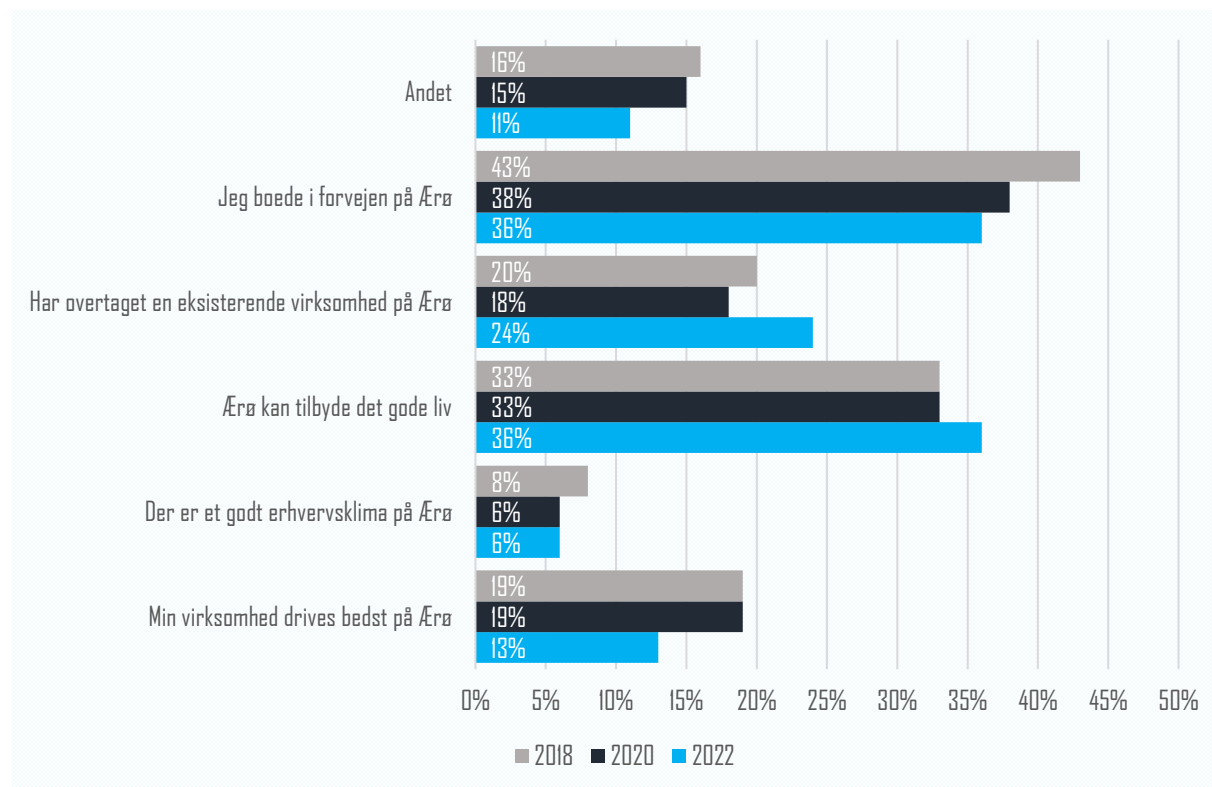
Tilknytningen til Ærø

36% af respondenterne angiver, at de har virksomhed på Ærø, fordi de boede på øen i forvejen.

Mere end en tredjedel oplyser, at muligheden for at tilbyde sig selv, eller familien, "det gode liv" er motivationen for virksomhedsdrift på øen.

Færrest er motiveret af kommunens erhvervsklima.

FIGUR 4: MOTIVATION FOR VIRKSOMHEDSDRIFT PÅ ÆRØ



Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: Hvorfor har du virksomhed på Ærø? (angiv eventuelt flere svar)
NB: respondenterne har haft mulighed for at vælge flere svar og procenterne summerer derfor til mere end 100%

- **Andet**
- **Jeg boede i forvejen på Ærø:** Jeg boede i forvejen på Ærø, da jeg startede virksomhed, og derfor var det naturligt at starte op på Ærø
- **Har overtaget en eksisterende virksomhed på Ærø:** Jeg har overtaget en eksisterende virksomhed på Ærø
- **Ærø kan tilbyde det gode liv** Ærø kan tilbyde mig og/eller min familie "det gode liv"
- **Der er et godt erhvervsklima på Ærø:** Der er et godt erhvervsklima på Ærø
- **Min virksomhed drives bedst på Ærø:** Min virksomhed drives bedst på Ærø (fx i forhold til den unikke geografiske placering og Ærø-produkt)



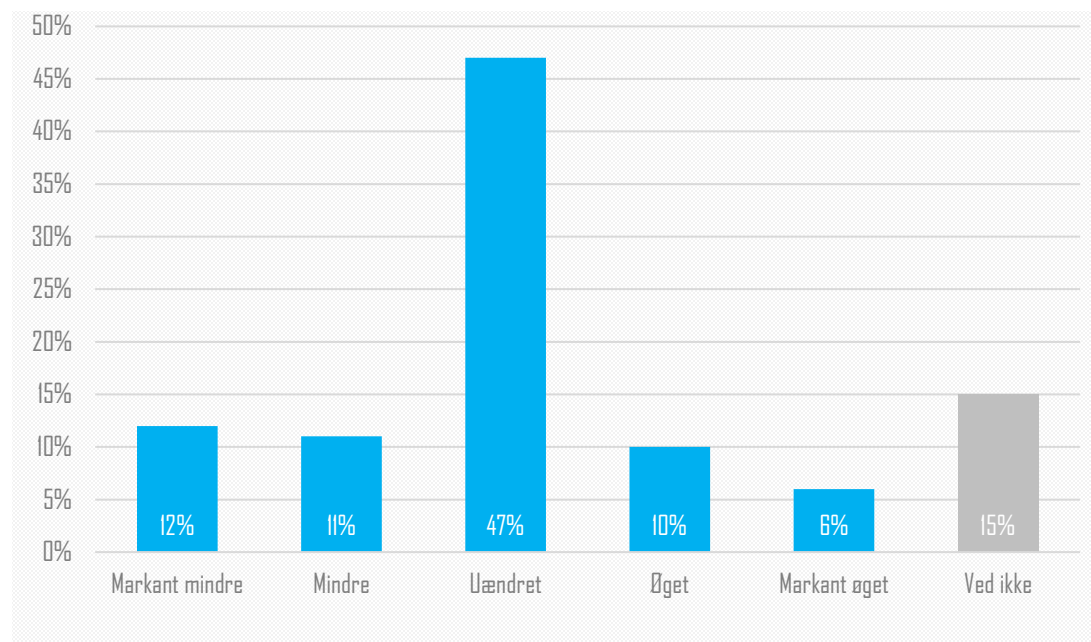
**INDTJENING OG
VÆKSTPROGNOSE**

Indtjening

Respondenterne er blevet bedt om at vurdere deres indtjening i 2022 sammenlignet med 2021.

Figuren viser at 47% af virksomhederne ser en uændret indtjening sammenlignet med sidste år. 16 forventer højere indtjening end 2021. 23% forventer en mindre indtjening.

FIGUR 5: INDTJENING I 2022 SAMMENLIGNET MED 2021



Note: Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: "Hvordan ser indtjeningen ud for din virksomhed her i 2022?"

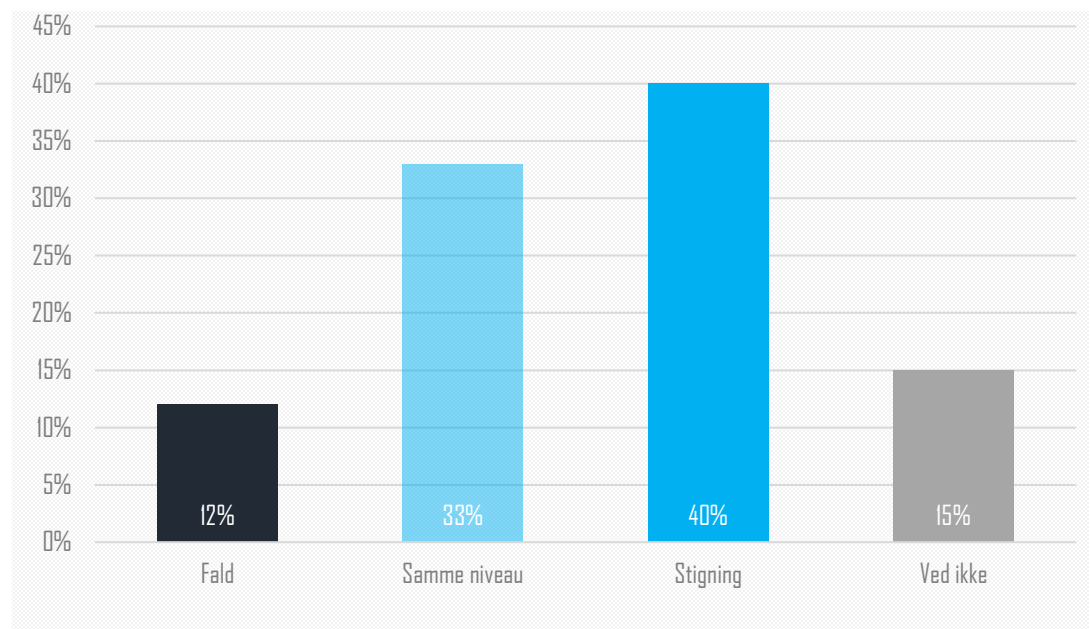
- Markant mindre: Jeg forventer en markant mindre indtjening i 2022 i forhold til 2021
- Mindre: Jeg forventer en mindre indtjening i 2022 i forhold til 2021
- Uændret: Jeg forventer nogenlunde samme indtjening i 2022 som i 2021
- Øget: Jeg forventer en øget indtjening i 2022 i forhold til 2021
- Markant øget: Jeg forventer en markant øget indtjening i forhold til 2021
- Ved ikke

Vækstforventninger

Respondenterne er blevet bedt om at vurdere, om de forventer en øget indtjening i de kommende år.

Figuren viser optimisme blandt virksomhederne, hvor 40% forventer højere indtjening det næste år. 12% forventer fald. 33% forventer en indtjening på omtrent samme niveau som i år.

FIGUR 6: VÆKSTPROGNOSE



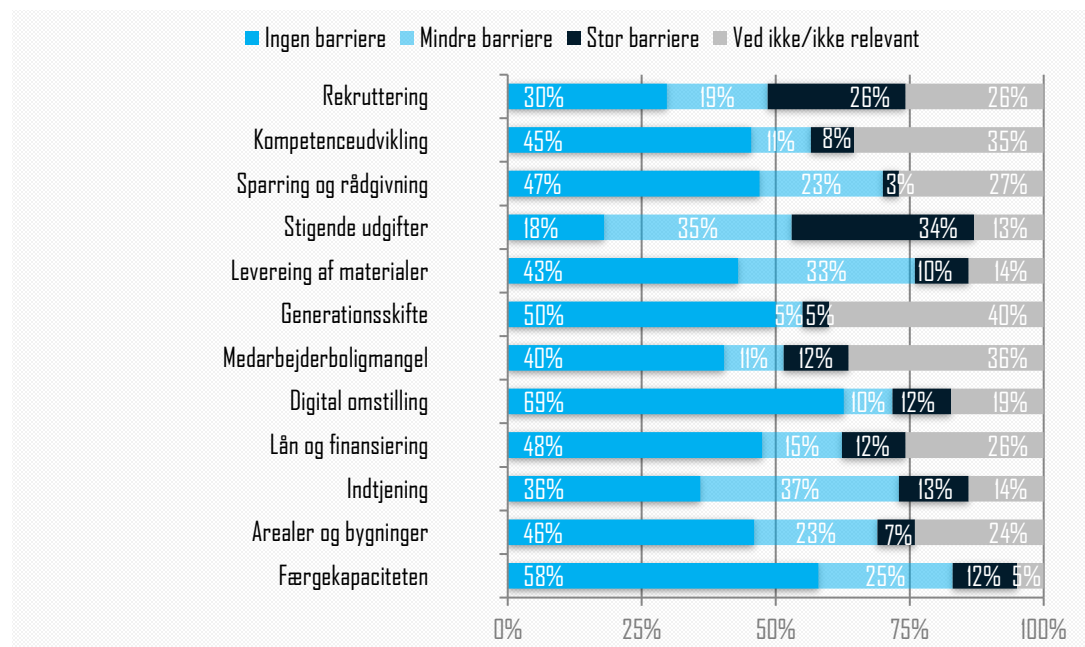
Note: Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: "Forventer du, at din virksomhed får en øget indtjening i de kommende år?" Nej - forventer fald, Nej- forventer samme niveau, Ja, Ved ikke.



Vækstbarrierer for virksomheder i Ærø kommune

I kortlægningen af virksomhedernes generelle vækstbetingelser er der sat fokus på en række mulige vækstbarrierer. Respondenterne har forholdt sig til disse, idet de har indikeret, om den pågældende barriere er: ingen barriere, en mindre barriere eller en stor barriere for virksomheden.

FIGUR 7: OMFANGET AF VÆKSTBARRIERER



Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: Hvilke af de følgende emner udgør barrierer for udvikling af din virksomhed?

- **Rekruttering:** Rekruttering af arbejdskraft
- **Kompetenceudvikling:** Kompetenceudvikling af mine medarbejdere
- **Sparring og rådgivning:** Sparring og rådgivning for udvikling af min virksomhed
- **Stigende udgifter:** De stigende udgifter til energi, fødevarer, materialer mv.
- **Levering af materialer:** Udfordringer med at få leveret de nødvendige varer, materialer mv.
- **Generationsskifte:** Generationsskifte
- **Medarbejder boligmangel:** Der mangler boliger med længere lejemål til mine medarbejdere
- **Digital omstilling:** Digital omstilling af min virksomhed
- **Lån og finansiering:** Lån og finansiering
- **Indtjening:** Indtjening
- **Arealer og bygninger:** Arealer eller bygninger for fysisk udvidelse af min virksomhed
- **Færgekapaaciteten:** Færgekapaaciteten til/fra Ærø



Sæsonåbne virksomheder på Ærø

Virksomhederne har først angivet, om de har én eller flere virksomheder, der har sæson-åbent eller delvist åbent. Dette er tilfældet for 30 % af respondenterne.

Herefter har de angivet årsagen til den begrænsede åbningsperiode (tabel 2).

TABEL 2: BAGGRUND FOR BEGRÆNSET ÅBNINGSPERIODE (SÆSONFORLÆNGELSE)

Hvad er årsagen til, at du har en eller flere virksomheder på Ærø, der har sæson-åbent eller delvist åbent? (angiv eventuelt flere svar)

	<i>Antal</i>	<i>Pct.</i>
Virksomheden giver kun overskud i perioder af året, fx om sommeren	10	33%
Jeg ville gerne holde virksomheden åbent hele året, hvis der var den ønskede indtjening	16	53%
Jeg ville gerne holde mere åbent, men kan ikke skaffe de nødvendige ansatte	6	20%
Jeg har ikke ønske om at udvide min sæson, udover den nuværende	7	23%
Jeg har andre virksomheder, som også prioriteres	4	13%

NB: Virksomhederne har haft mulighed for at vælge mere end en svarmulighed og procenterne summerer derfor til mere end 100%

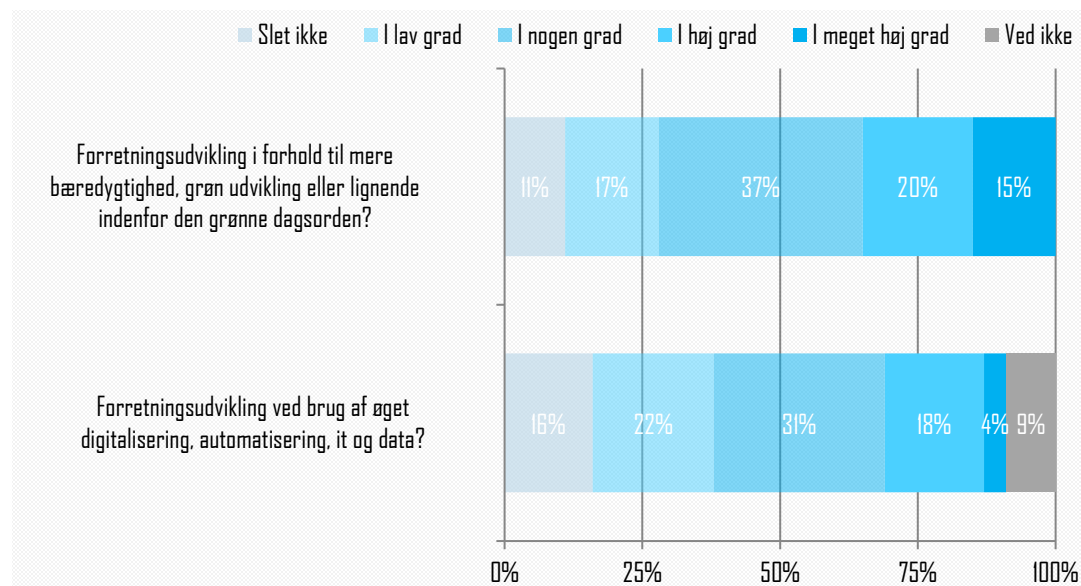


Virksomhedernes forventninger til forretningsudvikling i fremtiden

Virksomhederne er blevet spurgt til, om de forventer at skulle udvikle deres forretning i fremtiden.

Flere virksomheder forventer at udvikle forretningen indenfor den grønne dagsorden end indenfor digitalisering.

FIGUR 8: FREMTIDIG FORRETNINGSUDVIKLING



Note: Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: "Forventer du, at din virksomhed fremover skal udvikle forretningen i forhold til mere bæredygtighed, grøn udvikling eller lignende indenfor den grønne dagsorden?" og "Forventer du, at din virksomhed fremover skal udvikle forretningen mere ved brug af øget digitalisering, automatisering, it og data?"



Hvad har vi gjort?

Dansk Erhvervsfremme har gennemført undersøgelsen i perioden 12.09. – 23.09.2022 som en elektronisk spørgeskemaundersøgelse adresseret til virksomheder med adresse i Ærø kommune.

Hvor mange har svaret?

TABEL 3: GENNEMFØRELSESSTATISTIK

	<i>Antal</i>	<i>Andel</i>
<i>Antal deltagere (Total)</i>	446	100%
<i>Ikke svaret</i>	314	70%
<i>Ønskede ikke at deltage</i>	8	2%
<i>Gennemførte surveys</i>	124	28%
<i>Bounce</i>	70	

Branchefordelingen

TABEL 4: BRANCHEFORDELING

<i>Branche</i>	<i>Population</i>	<i>Stikprøve</i>
Landbrug, skovbrug og fiskeri	15,0%	5%
Industri	7,7%	6%
Bygge og anlæg	12,1%	10%
Handel og transport mv.	28,7%	33%
Information og kommunikation	3,0%	4%
Finansiering og forsikring	1,4%	2%
Erhvervsservice	10,7%	10%
Kultur, fritid og anden service	10,5%	19%
Andet	10,7%	11%

Repræsentativitet

Branchefordelingen hos respondenterne er blevet sammenholdt med den faktiske fordeling i erhvervsdemografien på Ærø. Fordelingerne er herefter blevet underkastet en Chi-square test, der ikke viste repræsentativitet mellem stikprøve og population. På den baggrund er alle resultater i denne rapport blevet vejret, så resultaterne afspejler de formodede svar under perfekt repræsentativitet.

Den statistiske usikkerhed er beregnet til 5 % givet et 95 % konfidensinterval.

Metode

Målgruppeudvælgelse

Survey-invitationen er sendt ud til virksomheder i Ærø Kommune. Undersøgelsen er repræsentativitetstestet på branche.

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 – målingsvaliditet og repræsentativitet – for den type undersøgelse, vi har foretaget.

Målingsvaliditet

Et vigtigt parameter for gyldigheden af analysen er målingsvaliditet, dvs. et udtryk for, om vi måler 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 9: Forskellen mellem reliabilitet og målingsvaliditet



I denne analyse har vi undersøgt virksomhedernes vurdering af det kommunale erhvervs-klima og har til det benyttet en spørgeramme, der er bredt anerkendt og velafprøvet til netop brugerundersøgelse af servicetilbud samt vurderinger af rammevilkår for virksomheder. Derfor vurderes målingsvaliditeten for analysen generelt at være høj.

Repræsentativitet og generaliserbarhed

Når vi foretager en analyse som denne, har vi ikke mulighed for at spørge alle målgruppens virksomheder, ligesom der er mange virksomheder, vi henvender os til, der enten slet ikke, eller kun delvist, udfylder spørgeskemaet, selvom vi gør en stor indsats for at indhente så mange svar som muligt. Derfor er det vigtigt for gyldigheden af analysens resultater, at den gruppe af virksomheder, der har besvaret vores spørgeskema – og dermed udgør analysens da-

tagrundlag – udgør et repræsentativt udsnit af den totale målgruppe af virksomheder. Virksomhedsrespondenterne er analysens stikprøve. Hvis virksomhederne i stikprøven er repræsentative for alle virksomheder i målgruppen, så kan vi regne med, at resultaterne er generaliserbare, dvs. at resultaterne i analysen kan "overføres" til målgruppen. Repræsentativitet betyder altså, at vi kan stole på, at resultaterne i analysen gælder for virksomhederne i målgruppen. Stikprøvens repræsentativitet og analyseresultaternes generaliserbarhed er således et vigtigt parameter for undersøgelsens gyldighed.

For at sikre at virksomhederne, der indgår i undersøgelsen, er repræsentative for hele målgruppen foretages en afprøvning af stikprøvens lighed med den samlede population af virksomheder inden for målgruppen. Stikprøvens repræsentativitet undersøges gennem en statistisk test. Testen viser om fordelingen af virksomheder i vores stikprøve afviger fra den samlede målgruppes fordeling. Testen sammenligner altså virksomhederne i stikprøven med alle målgruppevirksomhederne. Hvis testen med 95 procent sikkerhed viser, at fordelingen af virksomhederne i den samlede population af virksomheder *ikke* er signifikant forskellig fra fordelingen af virksomheder i stikprøven på den relevante parameter (branche), så er det en solid indikator på, at fordelingen i stikprøven, ligner fordelingen blandt virksomhederne *i virkeligheden*. Stikprøven vil derfor være repræsentativ for alle målgruppevirksomhederne. Dermed kan vi generalisere analysens resultater og med stor sikkerhed sige, at analysens resultat er gyldige for den samlede population af virksomheder i målgruppen.

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, hvor med 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 (af virksomheder), hvorfor de ikke skævvrider analysens resultater afgørende. Kvaliteten af data er dog altid vigtig 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 intervallskalering (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 dataejereren ved kontakt til analysekonsulent Maria Kudahl Doohan via md@danskerhvervsfremme.dk.




 62 22 75 50

 info@danskerhvervsfremme.dk

 Inge Lehmanns Gade 10, 8000 Aarhus C

 Find os på LinkedIn

 www.danskerhvervsfremme.dk