

# ReSTART Osloregionen Spørreundersøkelse

## Oppsummering

I 2021 ønsker Osloregionen å gjennomføre et større prosjekt kalt ReSTART Osloregionen, for å rekruttere og tilrettelegge for internasjonalt talent i Norge og fokusere på internasjonale investeringer i regionen. For å evaluere virksomhetenes behov, ble en spørreundersøkelse utviklet for å se om det er behov for internasjonalt talent, investeringer og hvilke behov internasjonale selskaper i regionen har. Undersøkelsen fikk 134 besvarelser, og gav mye god informasjon som prosjektet kan bygge videre på for å skape gode profileringskampanjer for regionen.

- Rekruttering av internasjonalt talent er viktig for mange virksomheter men mange vet ikke hvordan man kan eller bør rekruttere internasjonalt. Oslopolititan og Job Board vil være viktig i Osloregionens profileringsarbeid
- De fleste av virksomhetene har ikke onboarding program for nye internasjonale ansatte, og her er det stort potensial for kommuner og regioner
- Nesten alle virksomhetene som trenger investeringer gjør det fordi de har utviklet produkt eller tjenester den siste tiden, men få har vært i kontakt om finansieringsmuligheter fra utlandet.
- Manglende kunnskap om å hente vekstkapital og manglende kontakflater er en utfordringer for virksomhetene. Osloregionen kan se på mulighetene for å ha matchmaking/meet the investor muligheter
- Virksomhetene mener selv at hovedfordelene med å investere i norske virksomheter var at Norge har en åpen, stabil og forutsigbar politikk og økonomi, høyt faglig kompetanse, og at det er enkelt å gjøre forretninger i Norge

## Bakgrunn for ReSTART Osloregionen og undersøkelsen

Verden ble snudd opp ned i mars 2020, og økonomi, arbeidsmarkedet og samfunnet står ovenfor en markant endring i kjølvannet av COVID-19. Selv om man snakker om den nye normalen, er det viktig å ha ta i betraktning at hverdagen ikke blir lik verden over. Konkurransen om tilgang talent og investering til virksomheter vil øke mellom land, og Oslo står overfor en enda vanskeligere situasjon en tidligere, for å hevde seg blant storbyregionen verden over.

For å forberede regionen på livet etter Covid-19 og andre relaterte utfordringer, vil Osloregionen i 2021 gjennomføre et stort prosjekt kalt ReSTART Osloregionen. Målet med ReSTART er å rekruttere og tilrettelegge for internasjonalt talent i Norge, samt legge til rette for internasjonale investeringer i regionen gjennom ulike profileringskampanjer.

For å kunne evaluere behovene til virksomheter i regionen gjennomførte Osloregionen en spørreundersøkelse for å legge kunnskapsgrunlaget for ReSTART prosjektet, ved å hente inn innspill og erfaringer fra bedrifter. Ved å høre direkte fra virksomhetene vil vi kunne identifisere muligheter, utfordringer og samarbeidsmuligheter som våre profileringskampanjer kan svare på.

Osloregionen har som ambisjon å gjennomføre +/- 10 profilerings kampanjer for å gjøre Osloregionen mer kjent internasjonalt, med grunnlag i behov til næringslivet og virksomheter. For å evaluere dette behovet sendte Osloregionen ut en spørreundersøkelse i januar 2021 for å få innspill av næringslivet og finne eventuelle partnere til kampanjer. Disse resultatene vil ses i sammenheng med andre publiserte undersøkelser, inkludert men ikke begrenset til [NHOs Kompetansebarometer](#),

[NAVs Bedriftsundersøkelse](#), Oslo Business Regions [Startups and Scaleups in the Oslo Region](#), [Samfunnsøkonomisk Analyse](#)s undersøkelse om IKT Kompetanse behov, [Norsk Industri Konjunkturrapport](#), Perceptors rapport for AmCham og Abelia om [utenlandske multinasjonale selskaper i Norge](#) for å nevne noen.

### Bruk av resultatene

Resultatene av undersøkelsen vil legge grunnlaget for profileringskampanjene for 2021, hvor vi vil se på behov innenfor bransje og region, samt at vi vil kunne avgjøre hvilke type kampanjer som virksomhetene ser på som hensiktsmessig. Relatert til rekruttering av talent har Osloregionen fått mange gode innspill til aktiviteter, men også argumenter ovenfor potensielle talent. Dette påvirker hvordan kampanjene og aktivitetene vil være, samt hva slags argumenter som brukes i kampanjene.

Osloregionen også gode innspill rundt argument hvorfor investorer skal se til Osloregionen for virksomheter, samt at vi har fått god innsikt hva slags utfordringer norske virksomheter har med å tiltrekke seg internasjonale investorer. Dette vil være med å legge grunnlaget for kampanjene, og vi vil bruke som argumentasjon i vår næringspolitikk.

### Oppfølging av resultatene

Noen av virksomhetene som gav innspill vil inviteres til intervju for å få mer kvalitativ informasjon om behovene og eventuelt inviteres inn til prosjektet som partner for en eller flere profileringskampanjer.

Resultatene fra undersøkelsen vil være med å bygge opp argumentasjonen for hvorfor vi velger å gjøre kampanjene, i tillegg til resultater fra andre undersøkelser gjort av andre aktører og egne intervjuer Osloregionen gjennomfører.

I tillegg så vil resultatene publiseres til partnere på og Osloregionens nettside, og kan bli brukt som underlag i eventuelle medieinnspill om kampanjene samt som grunnlag til interessepolitisk utvalg om det er relevante temaer som tas opp.

Besvarelsene vil forbli anonyme og bare Osloregionen har tilgang til alle besvarelsene.

### Metode

Osloregionen sendte før jul 2020 utkast til spørreundersøkelsen til Faggruppen for Næringsssamarbeid og selve undersøkelsen var klar til utsendelse 19. januar 2021. Undersøkelsen ble sendt til alle i faggruppen for å nå bredest ut geografisk, samt at vi kontaktet konkrete klynger organisasjonen har hatt samarbeid med tidligere. Forespørsel om utsendelser ble også sendt til handelskamre i regionen<sup>1</sup>, samt kontakter i klynger<sup>2</sup>, Oslo Business Region, enkelte virksomheter samt spredning via nettsider og sosiale medier. Vi estimerer at undersøkelsen ble sendt til nærmere 1000 virksomheter<sup>3</sup>.

Undersøkelsen ble sendt ut både på engelsk og på norsk, men svarene er slått sammen i resultatene i denne rapporten og i PowerPoint dokumentet. Bare 5 virksomheter svarte på undersøkelsen på engelsk.

---

<sup>1</sup> Oslo Chamber of Commerce, American Chamber of Commerce, Norsk-Tysk Handelskammer, Fransk-Norsk Handelskammer, Canadian-Norwegian Chamber of Commerce, British-Norwegian Chamber of Commerce, Norsk-Svensk Handelskammer

<sup>2</sup> Smart Innovation Norway, Norway Health Tech, Energy Valley, H2Cluster, Solenergiklyngen, NF&TA/NFH, Oslo Film Commission m.fl.

<sup>3</sup> Basert på antall medlemsvirksomheter i klynger, handelskamre og rapportering fra næringsråd/næringssejere.

14 virksomheter svarte bare på spørsmål 1 og ikke noen flere. Det resultatet er også vedlagt.

Osloregionen avsluttet spørreundersøkelsen 18. februar 2021, og da var det innhentet 134 besvarelser, hvorav 77 virksomheter besvarte med fullt navn og kontaktinformasjon. Dette er en svarprosent på 57 prosent (som fullførte hele undersøkelsen). Det var god fordeling på størrelsen virksomhetene (fra ingen til 250+ ansatte), og virksomhetens fagfelt, men større skille på regional tilhørighet.

Undersøkelsen er ikke representativ for næringslivet i Osloregionen, ble gjennomført som en eksplorativ undersøkelse om behovene hos målgruppen. Som en kvantitativ undersøkelse med formål var det å få noen konkrete data baserte innspill til arbeidet organisasjonen skal jobbe med, men det var også mulighet til å gi skriftlige innspill tolkes deretter.

Ettersom undersøkelsen ble sendt ut gjennom ulike kanaler men ikke uniformt, har undersøkelsen elementer av selvseleksjon. Det har for eksempel vært opptil næringssjefer eller andre å bestemme hvem som skulle motta henvendelsen om undersøkelsen, og det kan ha ført til utvalgsskjevhet. Utvalgsskjevhet innebærer at fordelingen etter et bestemt kjennemerke, slik som for eksempel sektor, kommune og bedriftsstørrelse, er annerledes blant de som svarte (nettutvalget) enn de som ble invitert til å delta i undersøkelsen (bruttoutvalget). Hvor aktive våre kontakter har vært i arbeidet med å følge opp bedriftene vil si noe om responsen i ulike kommuner, regioner og fylker.

## Hovedresultater

### Spørsmål 1: Trenger virksomheter internasjonalt talent?

**En av tre virksomhetene** bekrefter at virksomheten trenger å rekruttere internasjonalt talent det kommende året (31 prosent, 42 av 134 virksomheter).

Av de som svarte ja på spørsmålet om internasjonalt talent ble bedt om å besvare seks relaterte spørsmål.

Hovedtrekk (ca. 30 besvarelser):

- **80 prosent** av virksomhetene som trenger internasjonale talent, har allerede internasjonalt ansatte
- **Mer enn 50 prosent** av virksomhetene svarer at de trenger internasjonal arbeidskraft fordi de ikke får tak i nok av den riktige kompetansen fra norske arbeidstakere og de trenger kunnskap om nye markeder for virksomheten
  - **45 prosent** svarer at de trenger å styrke fagkompetansen, mens **en av tre virksomheter** trenger internasjonal talent for å dekke språk- og kulturkunnskaper om kunder.
- **IKT og Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting** var de to sektorene som trenger talent mest (10 virksomheter hver), samt Helse- og sosial tjenester Kultur og kreativ næring trenger også talent (6 virksomheter hver)
- **Nesten 50 prosent** av virksomhetene svarer at de ikke har nok informasjon om hvordan man kan/bør rekruttere fra utlandet
- **Under 40 prosent av virksomhetene** har et onboarding program for nye internasjonale ansatte
- **De to viktigste aktivitetene** som virksomhetene mener man bør tiltrekke internasjonalt talent er en nettside for å rekruttere talent, samt å markedsføre sektorer i Osloregionen som trenger konkret arbeidskraft.
  - Andre viktige aktiviteter er generell markedsføring av Osloregionen, fordelene ved å bo i Norge, promotering av inkubatorer og akseleratorer, gi oppfordring til virksomheter om å utlyse stillinger på engelsk.
  - Av fysiske initiativ mener hele **46 prosent** av virksomhetene at å arrangere internasjonale rekrutteringsarrangementer.

### Refleksjoner:

- Undersøkelsen viser her at det vil være viktig å fremme [Oslopolitan](#) som et verktøy og kanal for internasjonale som er interessert i å jobbe i Norge, men også for norske arbeidsgivere som ønsker tilgang internasjonal kjøp-kompetent arbeidskraft. Oslopolitan blir viktig å bruke i videre kampanje og profileringsarbeid.
- Oslopolitan og Job Board kan også være med på å senke terskelen for arbeidsgivere som ikke har god nok kunnskap om hvordan man rekrutterer internasjonale.
- At 60 prosent av bedriftene (som ønsker internasjonal arbeidskraft) ikke har onboarding program for nye internasjonale ansatte er ganske høyt, og viser at det er behov for kommunale og private initiativ til tilrettelegging for tilflyttere.
- I lys av COVID-19 og behovet for internasjonalt talent – vil det kunne bli behov for at norsk næringsliv oppstiller seg til fjernarbeidsløsninger for å kunne tiltrekke seg internasjonalt talent som ikke vil «relocate»

## Spørsmål 8: Har virksomheten behov for å tiltrekke seg investeringer for økt utvikling det kommende året?

**Over 40 prosent** av virksomhetene har behov for å tiltrekke seg investeringer for å kunne ha økt utvikling det kommende året (49 av 120 besvarelser).

Hovedtrekkene (ca. 39 besvarelser)

- **85 prosent** av virksomhetene i undersøkelsen som trenger investeringer gjør det fordi de har utviklet nye forretningsmuligheter (tjenester, varer og andre muligheter) de siste årene (*92,31 prosent trenger fordi de helt eller delvis har utviklet nye forretningsmuligheter*)
- **Bare 26 prosent** av virksomhetene har vært i kontakt for utenlandsk investeringer, mens over **60 prosent** har sett på investeringer fra Norge. **En av fire** besvarer at de ikke har vært i kontakt med noen om å få investeringer.
- De **to største barrierene** for å få internasjonale investeringer anses som å være manglende tilgang til et nettverk av investorer (nasjonalt og internasjonalt) og at virksomheten ikke er store/kjent nok for å få investeringer fra utlandet.
  - Andre barrierer for virksomheter er at de synes det er vanskelig å konkurrere i andre/større markeder, de mener at internasjonale investorer har for lite informasjon om muligheter i Norge, og flere påpeker at de har for lite kunnskap om investeringsmuligheter og relevante regler.
- Mer enn **halvparten av de forespurte virksomhetene** mente kampanjer rettet mot investorer bør **løfte frem næringer som er satsningsområder for Norge**, samt **virksomheter som har uttalt potensial**.
  - Nesten 50 prosent mener også at det bør arrangeres matchmaking arrangement, og kampanjer for å få frem de komparative fordelene med investeringer i norske firmaer bør løftes frem, samt at det bør jobbes med politisk påvirkning for å forbedre rammevilkår.

### Refleksjoner:

- Nesten alle virksomheter som trenger investeringer, gjør det fordi de har helt eller delvis utviklet nye forretningsmuligheter. Det er veldig positivt for vår region at virksomhetene har positiv næringsutvikling og må ekspandere sine tjenester.
- Kun en av fire bedrifter har vært i kontakt om investeringer i utlandet, noe som gjør at det er et stort potensial for utenlandske investorer, å finne mulige partnere i Norge. Det er ikke så mange å konkurrere med, og det er stort marked og behov for investeringer
- Tilgang til kunnskap om investorer og investeringsmuligheter er en utfordring for mange bedrifter, og det er noe som Innovasjon Norge og andre nettverk bør ta med videre
- Bransjene mener også at internasjonale investorer har for liten kunnskap om muligheter i Norge, og det må tas med i utviklingen av ReSTART kampanjene
- Osloregionen vil også tilrettelegge for at næringer med uttalt potensial og virksomheter som er offisielle satsningsområder blir løftet frem i ReSTART kampanjene
- Matchmaking er også et viktig tema knyttet til investeringer og vil evaluere inn mot ReSTART kampanjer.

### Spørsmål 15: Har virksomheten internasjonale eiere

Det tredje og siste hovedspørsmålet handlet om internasjonale eiere, og bare 1 av fire virksomheter som besvarte undersøkelsen hadde internasjonale eiere (29 av 110 besvarelser).

De som har internasjonale eiere ble bedt om å besvare seks oppfølgings spørsmål og her er noen av hovedtrekkene:

- **87 prosent** av virksomhetene med internasjonale eiere mente at hovedfordelen med å investere i norske virksomheter var at Norge har en åpen, stabil og forutsigbar politikk og økonomi.
  - **65 prosent** nevner at Norge har et høyt faglig nivå, og hele **48 prosent** av virksomhetene mener at det er enkelt å gjøre forretninger i Norge er et godt argument.
  - **Bare 35 prosent** av virksomhetene mener at selvstendige arbeidstakere er et godt argument, mens rammevilkår blir bare trukket frem som argument av **en fjerdedel** av respondentene.
  - Av andre argumenter nevnes digitalisert samfunn, høy tillit til hverandre, inkluderende arbeidsliv (IA), sterke fag- og forskningsmiljøer og at lønnskostnadene ikke nødvendigvis er så høy for høyt utdannede ansatte som er bra for bedrifter.
- **De tre viktigste fordelene** ovenfor internasjonale eiere er at virksomheter har forbedret merkevaren nasjonalt og internasjonalt, det finnes nye samarbeidsmuligheter for virksomheter, og det er forbedret rammevilkår fra myndighetene som gir økt lønnsomhet
  - Nye forbedrede produkter, tjenester og markedsmuligheter nevnes også.
- Blant de underkommuniserte mulighetene for virksomhetene som burde fremheves for internasjonale eiere finner vi argumenter som Norge har en pålitelig, forutsigbar og stabil økonomi og politikk. Det er høy verdi på investeringer og god lønnsomhet. Det er viktig fokus på miljø og bærekraft i virksomhetene, det er høy kompetanse og det er høy kvalitet i produktene og tjenestene som norske virksomheter produserer (åpent svar)
- Bare totalt 1 av totalt 22 virksomheter nevner at internasjonale eiere vurderer å flytte virksomheten ut av landet, hvor grunnen var «høye skatter, mangel på talent, arbeidsmoral som ikke bidrar til skalerbarhet»
- **De tre viktigste argumentene** å bruke ovenfor internasjonale eiere er: 1) høyt utdannet befolkning, tilgang til kompetanse og selvstendige ansatte; 2) Gode rammevilkår og støtte fra myndighetene (public/private samarbeid); og 3) norske myndigheters satsning på miljøvennlig teknologi
  - De neste to viktigste argumentene er lave lønnskostnader i noen sektorer, og det digitale næringslivet.

### Refleksjoner:

- At det er så høy andel virksomheter mener det er for fordel at Norge er kjent som en åpen, stabil og forutsigbar er veldig positivt i arbeidet frem mot ReSTART kampanjene, og bør vektlegges der
- Høyt faglig nivå, «ease of doing business» og gode støtte ordninger for ansatte og virksomheter vil også være temaer som blir vektlagt i kampanjer for ReSTART
- Høyt utdannet og tilgang til god kompetanse er også gode argumenter, både til investor og internasjonale talent kampanjer.

## Bedriftsbakgrunn

Undersøkelsen ble besvart av 134 virksomheter, men bare 77 registrerte informasjon om sin virksomhet.

Det er ganske stor forskjell på besvarelser fra de ulike kommunene, men også innad i region. Det er også tre virksomheter som har lokasjon utenfor Osloregionen (som kom av at vi også kontaktet handelskamre med medlemmer utenfor regionen). Siden antallet var så lite har vi ikke trukket de ut av analysen.

Kommunetilhørighet	Antall selskaper
ASKER	1
BÆRUM	2
ELVERUM	2
FREDRIKSTAD	4
FROGN	1
HAMAR	2
HORTEN	5
JEVNAKER	1
KONGSVINGER	4
LILLESTRØM	3
LURØY	1
LØRENSKOG	18
MOSS	1
NES	1
NORDRE FOLLO	1
OSLO	22
RINGERIKE	3
RÆLINGEN	1
SARPSBORG	1
SØR-ODAL	1
TRONDHEIM	1

Regiontilhørighet	Antall selskaper
Asker-Bærum	3
Elverumregionen	2
Folloregionen	2
Gardemoreregionen	1
Hamarregionen	2
Kongsvingerregionen	5
Lurøy	1
Mosseregionen	1
Nedre Glomma	5
Nedre Romerike	22
Oslo	22
Ringeriksregionen	4
Sverige	1
Trondheim	1
Vestfoldkommuner	5

Sektor	Antall selskaper
Faglig, vitenskaplig og teknisk tjenesteyting	12
Tjenesteytende næring	11
Industri	9
IKT	8
Varehandel	7
Bygg og anleggsvirksomhet	5
Kultur og kreativ næring	5
Energi (olje, gass, fornybar)	4
Offentlig rådgiving, konsulent, jus	4
Bank og finans	3
Helse- og sosiatjenester	3
Transport og logistikk	3
Finansiering og forsikring	1
Idrett og fritid	1
Landbruk, skogbruk, fiske, oppdrett eller tilhørende næringer	1

Offisielt språk i bedrift	Antall selskaper
Norwegian	40
English	13
Both	24
Andre språk	Svensk, fransk og swaili

Startup	Antall selskaper
Definerer seg selv som startup	14
Tidligere startup	11
Ikke en startup	52

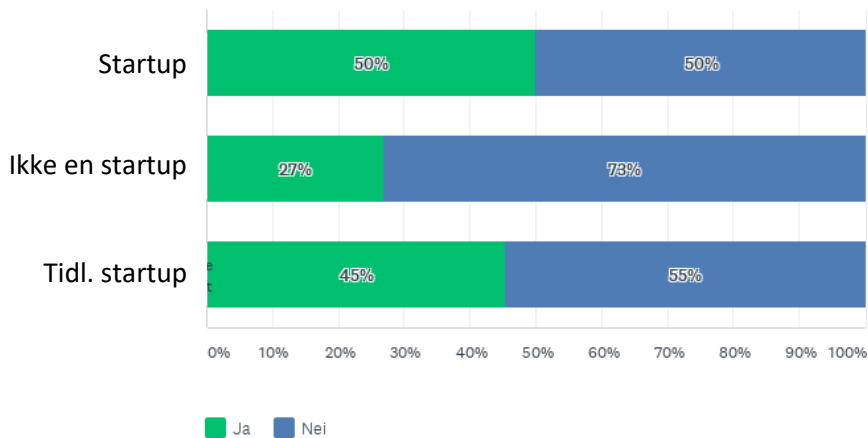
## Resultatforskjeller om bedriften identifiserer seg som startup

Det er noen forskjell på besvarelsene om bedriftene er startup bedrift eller ikke, og under vises besvarelsene på de tre hovedspørsmålene fordelt på virksomheter som betegner seg selv om start up, tidligere start up, eller ikke startup.

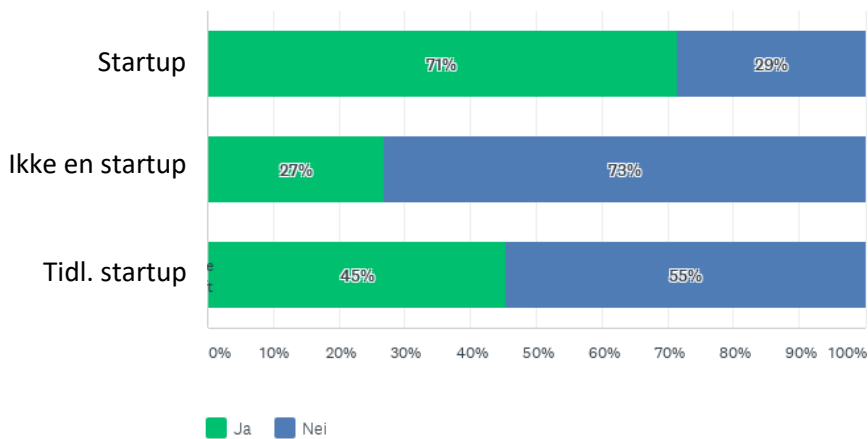
- 14 virksomheter definerer seg selv som startup
- 52 virksomheter definerer ikke seg selv som startup
- 11 virksomheter sier de er en tidligere startup

For å se hele rapporten om forskjellene på startup eller ikke, se vedlegg 3

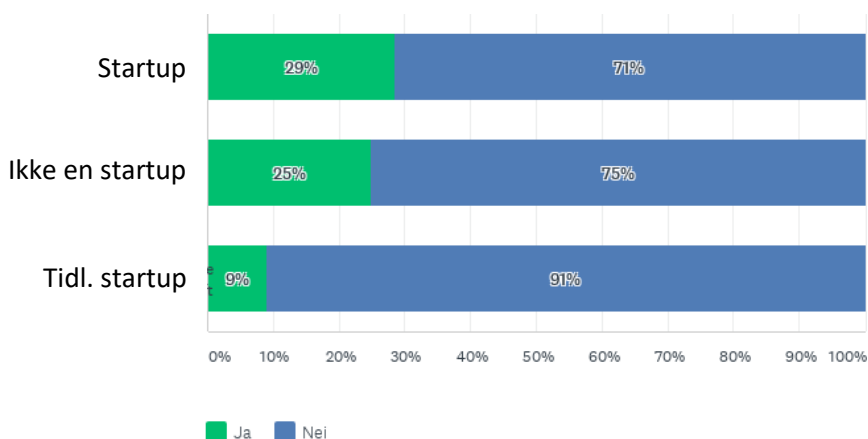
**Spørsmål 1:** Har din virksomhet behov for å rekruttere internasjonalt talent det kommende året? (høykompetent arbeidskraft fra utlandet)



**Spørsmål 8:** Har din virksomhet behov for å tiltrekke seg investeringer for å økt utvikling det kommende året?



**Spørsmål 15:** Har din virksomhet internasjonale eiere?





## Konklusjon

Spørreundersøkelsen som ble gjennomført av Osloregionen bekreftet mye av det organisasjonen hadde som hypotese, nemlig at det er behov for både internasjonalt talent og investeringer hos virksomheter i Osloregionen. Dette stemmer overens med NHOs kompetansebarometer 2020 som sier at en av tre virksomheter i Norge ikke har fått tak i ønsket kompetanse<sup>4</sup>, og rapporten fra Oslo Business Region og Menon<sup>5</sup> sier også at den største barrieren for scaleups er mangel på kompetanse.

### Internasjonalt talent

For rekruttering av talent er det en utfordring at bedriftene ikke er sikre på hvordan de kan/bør rekruttere internasjonalt talent. Flere svarer at en nettside tilrettelagt for internasjonale hadde vært det beste verktøyet for internasjonal rekruttering, og det bekrefter behovet for vår nye nettside [Oslopolitian](#).

Andre muligheter som å arrangere fysisk rekrutteringsarrangement er muligens ikke aktuelt i 2021 (COVID-19), men organisasjonen kan undersøke mulighetene for å gjennomføre det digitalt. Kampanjer hvor regionale bedrifter, sektorer og prioriterte satsningsområder er også viktige verktøy for å gjøre regionen mer tilrettelagt for rekruttering av internasjonalt talent.

En utfordring med mangel på «onboarding» programmer hos bedriftene og i kommunene er om vi klarer å beholde talentene over tid. Onboarding programmer sikrer både at ansatte blir inkludert på arbeidsplassen, men også til landet med de praktiske utfordringene det har.

### Internasjonale investeringer

Tilgang på investeringer blant norske virksomheter er mer variert. Rundt 40 prosent av virksomhetene har behov for investeringer, hvorav mer enn 90 prosent av virksomhetene trenger investeringer grunnet innovasjon i produkt, tjenester og andre muligheter. Relativt få virksomheter har vært i kontakt med banker og andre om investeringer fra utlandet, men av de som har sett på muligheten sier 90 prosent at de også trenger internasjonalt talent.

Virksomhetene som trenger investorer mener at mangel på nettverk og lite kunnskap om Norge hos internasjonale investorer er to av de store barrierene for å kunne få internasjonale investeringer. I undersøkelsen til AMCHAM og Abelia<sup>6</sup> kom det frem at Sverige er det største direkte investeringslandet til Norge gjennom selskaper, med Nederland, Luxembourg og USA rett etter. USA er aller størst som ultimate eierland, hvor midlene ofte kommer gjennom holdingselskaper i andre land (som Nederland).

Besvarelsene i undersøkelsen sier at Osloregionen og andre bør bidra til internasjonale investeringer ved å vise frem næringer som er unike satsningsområder for Norge og virksomheter med uttalt potensial. Å gjennomføre matchmaking arrangementer og kampanjer for å vise frem de komparative fordelene er andre aktiviteter.

### Internasjonale eiere

En av fire virksomheter i undersøkelsen vår har internasjonale eiere, og Osloregionen ønsket å finne ut om det var nødvendig å gjennomføre kampanjer for å få bedriftene og eierne til å forbli i regionen. En (1) respondent bekrefter å ha eiere som vurderer å flytte virksomheten ut av Norge, men vi

---

<sup>4</sup> NHO [Kompetansebarometer 2020](#)

<sup>5</sup> Menon på Oslo Business Regions [Startups and Scaleups in the Oslo Region](#)

<sup>6</sup> Perceptors rapport for AmCham og Abelia om [utenlandske multinasjonale selskaper i Norge](#)

vrderer det slik at vi ikke har fått svar fra virksomheter hvor dette er reelt, eller at det ikke er en stor fare for utflagging.

Videre bekrefter virksomhetene at fordelene med å investere i Norge er vår forutsigbare og stabile økonomi og politikk, satsningen på miljø og bærekraft, høy kompetanse og det er høy verdi på investeringene og god lønnsomhet. Dette er aktuelle temaer for kampanjer med formål å tiltrekke regionen mer internasjonalt talent.

#### Generelt

Spørreundersøkelsen var ikke ment til å være representativ for Norge eller regionen vår, men på grunn av lavt antall svar utenfor Oslo og Nedre Romerike, er det ikke mulig å gjennomføre sammenligninger, heller ikke på sektorer representert. Likevel anser vi det som en god undersøkelse hvor vi har fått gode innspill fra en variert gruppe med bedrifter (størrelse, sektor og geografi).