

# AGENTIC AI 2026

## 13 internationale rapporter sat i perspektiv

til CBS' undersøgelser af AI i danske virksomheder

*En komparativ analyse med case-studie*

Indeholder:

Overblik over de 13 internationale rapporter  
Komparativ analyse mod CBS-undersøgelserne 2026  
Case: Mindset-audit hos virksomhed

## Indholdsfortegnelse

Forord .....	3
Del I: De 13 internationale rapporter — overblik .....	4
1. Deloitte: State of AI in the Enterprise 2026 .....	4
2. BCG: AI Radar 2026 — As AI Investments Surge, CEOs Take the Lead .....	5
3. Microsoft: 2026 Work Trend Index — Agents, Human Agency.....	5
4. McKinsey: State of AI Trust in 2026 — Shifting to the Agentic Era.....	6
5. PwC: 2026 AI Business Predictions.....	7
6. EY: AI Pulse Survey Wave 3 (juli 2025) + Technology Pulse Poll (marts 2026).....	8
7. KPMG: Global AI Pulse, Q1 2026.....	8
8. McKinsey: Building the Foundations for Agentic AI at Scale .....	9
9. Stanford HAI: 2026 AI Index Report .....	10
10. Capgemini: The Multi-Year AI Advantage — Building the Enterprise of Tomorrow .....	11
11. Accenture: The Age of Co-intelligence .....	11
12. McKinsey: The AI Transformation Manifesto .....	12
13. BCG: Nordic AI Inflection Point (marts 2026).....	13
Del II: Komparativ analyse — de 13 rapporter mod CBS-undersøgelserne .....	14
Del III: Case — Mindset-audit hos virksomhed .....	19
Konklusion og perspektivering.....	24
Kilder.....	26

### **Torsten Ringberg**

Professor, Institut for Afsætningsøkonomi, CBS, tri.marktg@cbs.dk

### **Per Østergaard Jacobsen**

Direktør, Efficiens · Ekstern lektor, Institut for Afsætningsøkonomi, CBS, poj.marktg@cbs.dk

## Forord

Denne rapport samler en gennemgang og analyse af 13 toneangivende internationale rapporter om AI og agentic AI, der er udkommet eller opdateret i 2026.

Rapporterne stammer fra de store globale konsulenthuse og forskningsinstitutioner: Deloitte, BCG, Microsoft, McKinsey, PwC, EY, KPMG, Stanford HAI, Capgemini og Accenture.

Formålet er ikke at gengive rapporterne. Det er at sætte dem i perspektiv til de undersøgelser, som Copenhagen Business School har udført i samme periode — CBS AI Survey 2026 (brugen af AI i hverdagen og på arbejdspladsen) samt CBS-undersøgelsen af seks AI-værktøjers strategiske mindset.

Sammenstillingen viser tre ting:

- 1 - hvor de globale rapporter og CBS-data konvergerer,
- 2 - hvor CBS dokumenterer noget, ingen af de globale rapporter har fanget, og
- 3 - hvordan CBS' mindset-tilgang kan bruges som et diagnostisk værktøj, der gør de abstrakte anbefalinger fra de globale frameworks operationelt anvendelige i en dansk kontekst.

Rapporten afsluttes med en case-baseret gennemgang af, hvordan en mindset-audit kan implementeres i en repræsentativ dansk B2B-virksomhed. Casen er konstrueret, men profilerne er kalibreret efter CBS-data.

**Bemærk:** De refererede internationale rapporter er offentligt tilgængelige fra de respektive udgivere. Datapunkter og citater er gengivet med kildehenvisning.

*Det danske datamateriale er CBS' egne undersøgelser fra marts 2026.*

## Del I: De 13 internationale rapporter — overblik

Denne del giver et koncentreret overblik over de 13 rapporter, der danner grundlag for analysen. Hver rapport præsenteres med udgiver, metode/sample, centrale indsigter og en kort syntese af dens centrale bidrag. Rapporterne præsenteres i en tilfældig rækkefølge.

### 1. Deloitte: State of AI in the Enterprise 2026

*“From ambition to activation: The untapped edge”*

#### Metode og sample

Undersøgelse af 3.235 ledere på tværs af 24 lande og seks brancher (consumer; energy, resources & industrials; financial services; life sciences & healthcare; TMT; government & public services). Gennemført august–september 2025.

#### Centrale fund

- Medarbejderadgang til AI er vokset 50% på ét år — fra under 40% til omkring 60% af medarbejderne har nu adgang til sanktionerede AI-værktøjer. 11% af førende virksomheder giver nær-universal (>80%) adgang.
- 25% af organisationer har flyttet mindst 40% af deres AI-eksperimenter til produktion; 54% forventer at nå dette niveau inden for 3–6 måneder.
- 84% øger deres AI-investeringer, og 78% af lederne har større tillid til teknologien.
- 25% rapporterer, at AI har en transformativ effekt på virksomheden — mere end fordoblet fra 12% året før. Men kun 30% redesigner nøgleprocesser omkring AI, og 37% bruger stadig AI overfladisk uden ændring af underliggende processer.
- Tre fjerdedele af virksomhederne planlægger at anvende agentic AI inden for to år, men kun 21% rapporterer en moden governance-model for AI-agenter.
- 82% forventer mindst 10% af arbejdsopgaver fuldt automatiseret inden for tre år, men 84% har ikke redesignet arbejdsopgaver omkring AI-kapaciteter. Mest udbredte talent-respons er uddannelse (53%) — ikke rolle- eller workflow-redesign.
- Nyt strategisk parameter: 83% ser “sovereign AI” som mindst moderat vigtig for strategisk planlægning; 66% er bekymrede for afhængighed af udenlandsk-ejede AI-teknologier.

#### Hovedbudskab

*Adoptionen bredes hurtigere ud end integrationen. Skillelinjen går mellem virksomheder, der optimerer eksisterende processer med AI, og dem, der redesigner forretningen omkring den — det er den uudnyttede ”edge”, rapporten navngiver.*

## 2. BCG: AI Radar 2026 — As AI Investments Surge, CEOs Take the Lead

*Tredje årlige BCG-undersøgelse af det globale AI-landskab*

### Metode og sample

Survey af 2.360 ledere på tværs af 16 markeder og ni brancher, heraf 640 CEOs. De fleste respondenter repræsenterer virksomheder med over 500 mio. USD i årlig omsætning.

### Centrale fund

- Virksomheder forventer at fordoble deres AI-investeringer i 2026 — fra ca. 0,8% til 1,7% af omsætningen. Tech og finansielle institutioner planlægger ca. 2%.
- 72% af CEOs siger nu, at de selv er hovedbeslutningstager på AI — dobbelt så mange som året før.
- Halvdelen af CEOs mener, at deres job afhænger af, om AI lykkes.
- 82% er mere optimistiske om ROI end året før; 90% tror agenter vil levere målbart ROI i 2026.
- CEOs allokerer over 30% af deres AI-investering til agentic AI.
- Tre arketyper: Followers (~15%), Pragmatists (~70%), Trailblazers (~15%). Trailblazers allokerer 60% af budgettet til opkvalificering, mod 24–27% hos resten.
- Regional forskel: Asiatiske og Mellemløstlige CEOs er markant mere optimistiske end europæiske og britiske; UK er den mest skeptiske gruppe.

### Hovedbudskab

*AI er rykket op i C-suiten. Forskellen mellem succes og fiasko ligger nu i CEO-engagementets dybde og i opkvalificerings-investeringerne.*

## 3. Microsoft: 2026 Work Trend Index — Agents, Human Agency

*“Fra arbejdsplads til system af menneske + AI”*

### Metode og sample

Analyse af trillioner af anonymiserede Microsoft 365-produktivitetssignaler kombineret med undersøgelse af 20.000 AI-brugende videns arbejdere i 10 lande (februar–april 2026).

Gennemført af Edelman Data X Intelligence.

### Centrale fund

- 15× årlig vækst i aktive agenter på Microsoft 365 (18× i store virksomheder).
- 58% af AI-brugere producerer arbejde, de ikke kunne for et år siden — 80% blandt “Frontier Professionals”.

- 49% af alle Copilot-samtaler understøtter kognitivt arbejde (analyse, problemløsning, strategi).
- Kun 26% af AI-brugere mener, at deres ledelse er klart enige om AI-strategien.
- 65% frygter at sakke bagud uden hurtig tilpasning; 45% angiver, at det føles sikrere at fokusere på eksisterende mål end at redesigne arbejdet.
- Kun 13% siger, at deres arbejdsgiver belønner at brugeinitiativer AI, hvis resultaterne kortvarigt falder.
- Organisatoriske faktorer (kultur, lederopbakning, talentpraksis) forklarer mere end dobbelt så meget af den oplevede AI-effekt som individuelle faktorer.
- Identifikation af det “Transformation Paradox” ca. 19% i “Frontier-zonen” (hvor medarbejderen og organisationen forstærker hinanden), ca. 10% i “Blocked Agency” (kapable individer i organisationer, der ikke kan absorbere det), og ca. halvdelen i en fremvoksende mellemzone.
- Kun 16% af AI-brugere kvalificerer sig som “Frontier Professionals” — den lille gruppe af avancerede brugere, der orkestrerer agenter på tværs af multi-step opgaver og bygger gentagne practices.

### Hovedbudskab

*Medarbejderne er klar; systemerne omkring dem er flaskehalsen. Hovedopgaven er at redesigne operating-modellen, ikke at udrulle flere værktøjer.*

## 4. McKinsey: State of AI Trust in 2026 — Shifting to the Agentic Era

*“Trust som forudsætning for skalering”*

### Metode og sample

AI Trust Maturity Survey blandt ca. 500 organisationer på tværs af brancher og regioner.

Indsamlet december 2025 – januar 2026. Respondenterne har direkte ansvar for AI-governance, risiko eller AI-investeringsbeslutninger.

### Centrale fund

- Gennemsnitlig ansvarlig AI-modenhedsscore steg til 2,3 i 2026, op fra 2,0 i 2025.
- Kun omkring en tredjedel rapporterer et modenhedsniveau på 3 eller højere i strategi, governance og agentic AI governance.
- Næsten to tredjedele angiver sikkerhed og risiko som den største barriere for fuld skalering af agentic AI — langt foran regulatorisk usikkerhed eller tekniske begrænsninger.

- Organisationer med investeringer på 25 mio. USD+ i Ansvarlig AI rapporterer markant højere modenhedsscores og er langt mere tilbøjelige til at realisere EBIT-impact over 5%.
- Transformation i den agentiske æra: Problemet er ikke længere kun, at AI “siger noget forkert”, men at AI “gør noget forkert” — utilsigtede handlinger, forkert tool-brug, operation uden for guardrails.

### Hovedbudskab

*Trust er ikke længere et perifert hensyn, men en forudsætning for værdiskabelse i den agentiske æra.*

## 5. PwC: 2026 AI Business Predictions

*Seks forudsigelser for året — “fra eksperimentering til eksekvering”*

### Metode og sample

Bygger på næsten et tiårs PwC executive-surveys og praktisk erfaring fra implementeringer.

### Centrale fund

- Forudsigelse 1: AI front-runners adopterer en enterprise-wide, top-down strategi, ofte eksekveret gennem en centraliseret “AI studio”.
- Forudsigelse 2: Agentic AI får proof points og benchmarks i 2026, med klar artikulation af menneskelige roller for initiativ, review og oversight.
- Forudsigelse 3: “Rise of the AI generalist” — arbejdsstyrken bliver timeglas-formet (videns arbejde) eller diamant-formet (frontline).
- Forudsigelse 4: Responsible AI bliver operationaliseret med rigorøse, gentagelige praksisser.
- Forudsigelse 5: AI-orkestrering som command center, der fanger fejl, monitorerer performance og matcher end-user innovation med strategi.
- Forudsigelse 6: AI for sustainability bliver target-driven; carbon scheduling og value-thresholds for AI-godkendelse.
- Central princip: Teknologien står kun for ca. 20% af et AI-initiativernes værdi — de øvrige 80% kommer fra at redesigne arbejdet.

### Hovedbudskab

*2026 bliver året, hvor AI går fra pilot til produktion — men kun for de virksomheder, der redesigner arbejds processer, ikke kun teknologien.*

## 6. EY: AI Pulse Survey Wave 3 (juli 2025) + Technology Pulse Poll (marts 2026)

*“Fra promise til payoff — og fra speed til governance”*

### Metode og sample

Wave 3: 500 amerikanske beslutningstagere (SVP+) i ti brancher, fieldwork april 2025. Suppleret af Technology Pulse Poll med 500 amerikanske tech-ledere, fieldwork februar 2026. Wave 4 (december 2025) bruges også som reference.

### Centrale fund

- Wave 3: 97% af AI-investerende organisationer rapporterer positivt ROI på tværs af forretningsfunktioner.
- Wave 4: Næsten alle (96%) AI-investerende organisationer oplever produktivitetstevninger, heraf 57% “signifikante” gevinster.
- Organisationer, der investerer 5%+ af samlet budget i AI, ligger markant foran i teknologi-opgraderinger (82% vs. 62%), kundetilfredshed (78% vs. 55%) og cybersecurity (78% vs. 49%).
- Wave 3: 34% af respondenter har påbegyndt implementering af agentic AI.
- Responsible AI-interesse er steget over tid (59% i Wave 3 vs. 49% i Wave 1) — men implementeringen halter, fordi konceptet er “operationelt fuzzy”.
- Technology Pulse Poll: 97% af tech-ledere ser forfølgelse af bred autonom AI som en “high” eller “essential” prioritet.
- Technology Pulse Poll: 85% af tech-ledere prioriterer time-to-market og iterativ innovation over grundig pre-launch governance.
- Technology Pulse Poll: 45% har rapporteret enten et bekræftet eller mistænkt datalæk det seneste år pga. uautoriseret tredjeparts generativ AI; 78% siger AI-adoption løber forud for organisationens evne til at styre risici.

### Hovedbudskab

*ROI er der, men sikkerhed og governance halter dramatisk efter eksekveringshastigheden.*

## 7. KPMG: Global AI Pulse, Q1 2026

*Første globale udgave (tidligere kun US)*

### Metode og sample

2.110 C-suite og senior business leaders i 20 lande på tværs af Americas, EMEA og ASPAC. Tre fjerdedele af respondenterne kommer fra virksomheder med over 1 mia. USD i omsætning. Fieldwork februar–marts 2026.

## Centrale fund

- Ledere planlægger at investere i gennemsnit 186 mio. USD i AI det kommende år; ASPAC topper med 245 mio., U.S. 178 mio., EMEA 157 mio.
- 74% holder AI som top-prioritet selv i en recession.
- 64% rapporterer meningsfuld forretningsværdi, mens kun 11% er reelle “AI-leaders”, der skalerer AI-agenter på tværs af funktioner.
- 82% af AI-leaders rapporterer klar forretningsværdi vs. 62% af non-leaders.
- Organisationer med stærk talent-pipeline er næsten 4 gange mere tilbøjelige til at rapportere meningsfulde resultater (77% vs. 20%).
- AI-agent adoption: 32% deployer og skalerer AI-agenter, yderligere 27% orkestrerer multiple AI-agenter på tværs af forretningen.
- Krav om menneskelig validering af AI-agent output er næsten tredoblet på et år (63% nu vs. 22% i Q1 2025).
- Næsten tre ud af fire er bekymrede for datasikkerhed, privatliv og risiko — den højeste bekymring på tværs af alle faktorer.

## Hovedbudskab

*Skiftet er fra fragmenterede AI-use cases til orkestreret, enterprise-wide kapabilitet. Værdi koncentrerer hos 11%, der opererer AI som et integreret system. Tre ud af fire er bekymrede for datasikkerhed, privatliv og risiko.*

## 8. McKinsey: Building the Foundations for Agentic AI at Scale

*Teknisk fundament for AI-agentic skalering (april 2026)*

### Metode og sample

Baseret på McKinseys Rewired-forskning og MIT/BCG-samarbejde om AI-agentic enterprise.

## Centrale fund

- Næsten to tredjedele af globale virksomheder har eksperimenteret med AI-agenter, men under 10% har skaleret dem til håndgribelig værdi.
- Otte ud af ti virksomheder peger på datalimitationer som den primære barriere for at skalere agentic AI.
- Anbefaling: identificér high-impact workflows til “agentificering”, byg modulære data-arkitekturer, håndhæv kontinuerlig datakvalitet, og udvikl governance-modeller parallelt.
- Syv data-arkitekturprincipper for skalering: deling af semantiske lag, ét data-fundament for både analytics og AI, indbygget trust, stabile interfaces, observerbarhed, kontrolleret agent-runtime, og produktiviseret data.

- Pointen: Flaskehalsen er sjældent modellen — det er fundamentet under den.

### Hovedbudskab

*Agentic AI skalerer på stærke data. Fragmenteret governance og inkonsistente semantik er den strukturelle årsag til, at pilots ikke når produktion.*

## 9. Stanford HAI: 2026 AI Index Report

*Niende årgang af Stanfords uafhængige globale AI-index*

### Metode og sample

Over 400 sider, ni kapitler dækkende R&D, teknisk performance, responsible AI, økonomi, videnskab, medicin, uddannelse, policy og public opinion. Produceret af AI Index Steering Committee med deltagelse fra Stanford-professorer og industrielle partnere.

### Centrale fund

- På SWE-bench Verified (kode-benchmark) steg performance fra 60% til næsten 100% af menneskelig baseline på ét år.
- Organisatorisk adoption nåede 88% globalt; 4 ud af 5 universitetsstuderende bruger nu generativ AI.
- På PhD-level science questions slår frontier-modeller nu expert human baseline (93% vs. 81,2%).
- Capability-frontieren er "jagged": samme model, der vinder guld ved Matematisk Olympiade, læser kun analoge ure korrekt i 50,1% af tilfældene.
- AI agent-performance på OSWorld sprang fra 12% til 66% task-success — men fejler stadig ca. én ud af tre strukturerede benchmarks.
- Robotter klarer 89,4% i lab-benchmarks (RLBench), men kun 12% i virkelige household-opgaver.
- Dokumenterede AI-hændelser steg fra 233 til 362 år-over-år; offentlig tillid til regulering falder (USA ligger sidst blandt undersøgte lande med 31%).
- USA outspender Kina på AI-investering 23:1 (\$285,9 mia. vs. \$12,4 mia.), men benchmark-forspringet er kun 2,7%.

### Hovedbudskab

*Capability vokser eksponentielt. Vores evne til at måle og styre den vokser ikke i samme takt — den "jagged frontier"-realitet er central for enhver enterprise-deployment.*

## 10. Capgemini: The Multi-Year AI Advantage — Building the Enterprise of Tomorrow

Skiftet fra “AI-hype” til “AI-realisme” (januar 2026)

### Metode og sample

Survey af 1.505 ledere i store organisationer på tværs af 15 lande globalt. Suppleret af spotlight-rapport om executive decision-making med 500 CXOs, heraf 100 CEOs.

### Centrale fund

- AI-budgetter forventes at stige fra 3% af det årlige forretningsbudget i 2025 til 5% i 2026.
- 38% af organisationer har generativ AI i drift; 60% udforsker agentic AI (næsten halvdelen i Kina leder an).
- To tredjedele har påbegyndt at pause lavværdige AI-projekter for at om dirigere indsatsen.
- Mere end halvdelen af CXOs bruger AI til at understøtte eller informere strategiske beslutninger.
- Kun 41% af CXOs har “over-gennemsnitlig” tillid til AI i executive decision-making.
- Hovedbekymringer: legal/security-risici og vanskelighed ved at forklare AI-påvirkede beslutninger.
- Kun 11% af CXOs taler offentligt om deres AI-brug — primært pga. omdømmerisiko.

### Hovedbudskab

Æraen af AI-hype er forbi. Den nye æra handler om “human-AI chemistry”, leadership readiness og bevidste strategiske valg. Tilbageholdenhed om at tale offentligt om AI-brug.

## 11. Accenture: The Age of Co-intelligence

I samarbejde med Wharton School (marts 2026)

### Metode og sample

Forskningsrapport udgivet marts 2026 i samarbejde med The Wharton School. Introducerer Wharton-Accenture Skills Index (WAsX), som mapper jobs på opgave- og skill-niveau og kobler dem til økonomisk værdi i en AI-økonomi. Bygger videre på Accentures tidligere forskning om mennesker, AI og robotter.

### Centrale fund

- Brugen af AI flytter sig fra “tools” til “co-intelligence”, hvor mennesker leder, mens AI forstærker dømmekraft, eksekvering og autonomi.
- Co-intelligence indebærer, at AI kan fortolke intention, ræsonnere igennem muligheder, koordinere skridt og eksekvere afgrænset arbejde på maskinhastighed på tværs af funktioner.
- Arbejdet er ikke længere organiseret omkring statiske roller, men omkring skills (kompetencer).
- Wharton-Accenture Skills Index (WAsX) mapper jobs på opgave- og skill-niveau og kobler dem til økonomisk værdi.
- En af rapportens centrale pointer: “Intelligence may be scalable, but accountability is not” — kapacitet til at tænke, analysere og generere output kan multipliceres, men antallet af mennesker, der kan eje konsekvenserne, kan ikke.
- Værdi skabes, når ledere bevidst redirigerer den frigjorte kapacitet mod ekspansion, innovation og markedsfordele — ikke kun produktivitet.
- Kun mennesker bringer det fulde syn på kontekst, værdier, legitimitet og ansvar; derfor må mennesker forblive i ledelsen, ikke bare “in the loop”.

### Hovedbudskab

*Produktivitet er kun begyndelsen. Den ægte dividende kommer af at omfordele frigjort kapacitet til vækst og innovation med AI men stadig med mennesket i føresæddet.*

## 12. McKinsey: The AI Transformation Manifesto

*12 temaer for AI-transformation (april 2026)*

### Metode og sample

Udgivet i McKinsey Quarterly af fem seniorpartnere; udtræk fra anden udgave af bogen “Rewired: How Leading Companies Win with Technology and AI”.

### Centrale fund

- Identificerer 12 temaer, der adskiller virksomheder, der reelt er “rewired” for AI, fra dem, der ikke er.
- Temaerne udtrækkes af seks kapaciteter: strategic road mapping, talent, operating model, tech, data, og adoption og skalering.
- Hovedpointe: konkurrencefordelen kommer ikke fra teknologien (den er bredt tilgængelig), men fra de organisatoriske kapaciteter omkring den.
- Kapabiliteterne kan ikke købes — de skal bygges. Virksomheder kan accelerere udviklingen, men ikke springe over det fundamentale arbejde.

- Pointen om “compounding value”: kapaciteter bygger på hinanden, og konkurrencegabet vokser over tid.
- Læringsrejser med ledelsesteamet er det vigtigste, en CEO kan gøre for at accelerere transformation.

### Hovedbudskab

*Konkurrencefordelen kommer ikke af at adoptere AI hurtigere, men af at rewire forretningen omkring det.*

## 13. BCG: Nordic AI Inflection Point (marts 2026)

*Denne rapport adresser specifikt den nordiske situation, hvori Danmark indgår.*

### Metode og sample

Survey af 300 ledere i mid- og large-cap virksomheder i Norden (Danmark, Sverige, Norge, Finland). Suppleret af BCG's globale Build for the Future-undersøgelse for sammenligning.

### Centrale fund

- AI-adoption er nu nær-universel i Norden: 99% af virksomhederne har implementeret mindst nogle AI-kapaciteter.
- Kun 4% af nordiske virksomheder ser signifikant ROI (5X+) fra AI — samme niveau som globale konkurrenter (3–5%).
- Nordiske virksomheder allokerer over 45% af AI-budgettet til off-the-shelf-værktøjer for inkrementelle produktivitetstiltag.
- Globale AI-ledere allokerer kun 8–11% til samme kategori og bruger over 50% på transformative initiativer, der redesigner workflows end-to-end.
- 54% af nordiske virksomheder eksperimenterer med agenter, men næsten 60% allokerer mindre end 5% af AI-budgettet til AI-agentiske initiativer.
- Forventningerne stiger hurtigere end den realiserede værdi — risikoen for et nordisk “AI value bubble” er konkret.

### Hovedbudskab

*Norden står ved en korsvej, enten flytterer regionens virksomheder sig fra at bruge AI-agenter som inkrementelle produktivitetstiltag til transformative initiativer, eller også går høje forventninger ikke i opfyldelse.*

## Del II: Komparativ analyse — de 13 rapporter mod CBS-undersøgelserne

Sammenligningen af de 13 internationale rapporter og de to CBS-undersøgelser fra marts 2026 afslører et tydeligt mønster. Konsulenthuse ne peger på de samme strukturelle udfordringer internationalt, som CBS dokumenterer empirisk for Danmark, men CBS tilføjer to perspektiver, ingen af de internationale rapporter inkluderer mindset-dimensionen (både hos virksomheder og hos AI-agenter) og det hierarkiske AI-gab internt i organisationen.

CBS-undersøgelserne, der danner grundlag for denne sammenligning, er:

- CBS AI Survey 2026 — “Resultater og analyse om AI i hverdagen og på arbejdspladsen”. Undersøgelse blandt 4.281 respondenter, hvoraf 2.647 er i aktiv beskæftigelse. Opdelt på fem organisatoriske niveauer: topledelse, ledelse, mellemlidelse, projektleidelse og medarbejdere.
- CBS Mindset-undersøgelse 2026 — “Undersøgelse af AI-værktøjers mindset i forhold til kunder og marked”. Test af seks AI-agenter (ChatGPT, Claude, Copilot, Gemini, Lumo, Mistral) i tre runder fra juni 2025 til februar 2026, sammenlignet med CBS-data fra over 630 respondenter i danske virksomheder (2020–2025).

Sammenligningen er struktureret i syv temaer.

### 1. Investering vs. realiseret værdi: Det globale “scaling gap” — og det danske “strategi-vakuum”

De internationale rapporter er enige om, at investeringerne stiger markant, men værdien koncentrerer hos få. BCG forventer at fordoble AI-investeringer fra 0,8% til 1,7% af omsætningen. KPMG-ledere planlægger gennemsnitligt 186 mio. USD årligt. Capgemini ser AI-budgetter stige fra 3% til 5% af det årlige budget. Alligevel er det under 10% af globale virksomheder har skaleret AI-agenter til håndgribelig værdi (McKinsey), og kun 11% af KPMG’s respondenter er reelle “AI-leaders”.

CBS-data viser, at Danmark sandsynligvis ligger i den triste ende af dette gap. Kun 5,3% af danske virksomheder har en AI-strategi, og 84% af topledelsen bekræfter fraværet af en sådan. BCG’s Nordic AI Inflection Point understøtter dette direkte: kun 4% af nordiske virksomheder ser signifikant ROI fra AI (5X+). Dog allokerer nordiske virksomheder over 45% af AI-budgettet til off-the-shelf-værktøjer mod kun 8–11% hos globale ledere.

**Konklusion:** Strukturen halter, ikke teknologien. Det er den samme på tværs af alle kilder.

## 2. Governance og sikkerhed: Det universelle problem — det danske paradoks

Internationalt er governance den største bekymring. Deloitte viser at kun 21% af de virksomheder, der planlægger at anvende agentic AI inden for to år, har en moden governance-model for AI-agenter. McKinsey trust-survey viser at næsten to tredjedele angiver sikkerhed og risiko som den største barriere for at skalere agentic AI. EY viser at 85% af tech-ledere prioriterer time-to-market over governance, og 45% har rapporteret et bekræftet eller mistænkt data-læk det seneste år.

CBS leverer den danske empiriske validering — og afdækker et særligt paradoks. 43,8% af topledelsen bruger AI i åbne, ukontrollerede miljøer netop dér, hvor de mest sensitive forretningsdata findes. Hvor de internationale rapporter taler om “shadow AI” som et fænomen, kvantificerer CBS det helt konkret ift at 27,4% af medarbejderne ved ikke, om de arbejder sikkert med AI. Det er en mere alvorlig governance-svigt end EY’s tal antyder, fordi den findes hos topledelsen selv.

## 3. Talent og træning: Konsensus om bottleneck'en

Talent er gennemgående identificeret som den hårdeste flaskehals. Deloitte: 84% af virksomhederne har ikke redesignet job omkring AI-kapaciteter, og uddannelse (53%) er den hyppigste talent-respons — ikke rolle- eller workflow-redesign. KPMG’s undersøgelse viser at organisationer med tillid til deres talent-pipeline er næsten 4X mere tilbøjelige til at rapportere meningsfulde resultater (77% vs. 20%). BCG’s “Trailblazers” allokerer 60% af AI-budgettet til opskilling, mod 24–27% hos resten.

CBS dokumenterer et akut dansk talent-underskud: kun 11,4% af arbejdsstyrken har formel AI-træning. Selv hos ledelsen er det 33%. Blandt medarbejderne — der udgør 64% af arbejdsstyrken — er det 10,4%. Hvis KPMG’s korrelation holder for danske virksomheder, betyder det, at langt de fleste danske organisationer strukturelt set er afskåret fra at høste meningsfuld AI-værdi. Det understøtter direkte både Microsofts og Accentures hovedpointer.

## 4. Det hierarkiske AI-gab: CBS’ unikke bidrag

Microsoft taler om “Frontier Professionals” vs. resten og finder, at 58% af AI-brugere producerer arbejde, de ikke kunne for et år siden — 80% blandt Frontier Professionals. PwC forudser en “timeglas”-arbejdsstyrke i vidensarbejde og en “diamant” i frontline. Men ingen af de internationale rapporter ser detaljeret på, hvor i hierarkiet gabet ligger.

CBS rapporterne gør dette. Og fundet er markant idet det viser at 70% af ledelsen bruger AI i jobbet mod kun 32% af medarbejderne — et gab på 38 procentpoint. 47% af medarbejderne mener ikke, at AI bør anvendes i virksomheden, og 37,6% angiver “AI er ikke relevant for mit job”

som primær barriere. Det er den danske version af Microsofts “Transformation Paradox”: medarbejderne er ikke teknisk forhindret — de er strategisk og kulturelt afkoblede.

*Dette giver konkret indhold til den abstrakte påstand fra Microsoft, McKinsey Manifesto og Accenture om, at organisatoriske faktorer betyder mere end teknologi.*

## **5. Mindset og strategisk alignment: Det som CBS finder, overser de andre**

Her løfter CBS analysen til et niveau, som ingen af de 12 internationale rapporter når. Mens Accenture taler om “co-intelligence” og McKinsey om at “rewire” organisationen, dokumenterer CBS systematisk, at AI-agenterne selv har mindset-profiler — og at de afviger fra virksomhedernes.

Danske virksomheder er domineret af Promote & Sell (blå) og Listen & Learn (rød) — altså inside-out salg og lytte-til-kunden tilgange. De testede AI-agenter (ChatGPT, Claude, Copilot, Gemini, Lumo, Mistral) er omvendt domineret af Connect & Collaborate (gul) og Empower & Engage (grøn) — samskabelse og holistisk samfundsansvar. Det betyder konkret, at en gennemsnitlig dansk virksomhed, der spørger en AI-agent om strategi, får anbefalinger formet af et helt andet markedssyn end virksomhedens eget.

Dette er en dimension, som hverken Deloitte, BCG, McKinsey eller andre i porteføljen adresserer! De taler om “bias” i tekniske termer (fairness, accuracy), men ikke om strategisk mindset-bias. Det er CBS’ originale bidrag til litteraturen.

Mindset-rapporten finder også et andet kritisk forhold, som ingen af de 12 rapporter dokumenterer nemlig at de fleste AI-agenter ændrede to ud af tre af deres strategiske svar mellem januar og februar 2026. Dette er en præcis kvantificering af, hvorfor PwC’s anbefaling om “centraliseret oversigt” og McKinsey’s pointe om governance er kritisk.

## **6. CEO-rollen: Konvergens med en dansk nuance**

BCG: 72% af CEOs er nu primær beslutningstager på AI (dobbelt så mange som året før), og halvdelen mener, deres job afhænger af det. WEF/BCG ser at 82% af CEOs er mere optimistiske om AI end året før. Internationalt er CEO-engagement i AI eksploderet.

I Danmark ser billedet anderledes ud. CBS finder, at topledelsen bruger AI personligt (56%), men også at 84% bekræfter fraværet af en virksomhedsstrategi. Topleledelsen er altså engageret som brugere, men ikke som strategiske arkitekter. Det er i modstrid med BCG’s billede af globale CEOs som primære beslutningstagere — eller mere præcist, det viser, at Danmark er bagefter i denne omstilling.

## 7. Agentic AI som bevægelse: Internationalt momentum vs. dansk virkelighed

BCG: 90% af CEOs tror agenter vil levere målbart ROI i 2026, og over 30% af AI-investeringerne går til agentic AI. Capgemini hvor 60% af globale virksomheder eksplorerer agentic AI, næsten halvdelen i Kina leder an. McKinsey Foundations: to tredjedele har eksperimenteret, under 10% har skaleret.

BCG Nordic Inflection Point er specifik om Norden: 54% af nordiske ledere eksperimenterer med agenter, men næsten 60% allokere under 5% af AI-budgettet til agentiske initiativer. CBS-data understreger, hvorfor. Hvis kun 5,3% har en strategi og 11% har formel træning, er den nødvendige organisatoriske parathed til agentisk AI ikke til stede!

### Tre overordnede konklusioner

**Konklusion 1 — empirisk validering:** De internationale rapporter beskriver mønstre, CBS dokumenterer dem empirisk for Danmark. Hvor Microsoft taler om “Transformation Paradox” og McKinsey om “scaling gap”, leverer CBS de konkrete danske tal; 5,% har strategi, 11% har modtaget træning, Der er i øvrigt 38 procentpoint-gab mellem ledelse og medarbejdere i forhold til træning

**Konklusion 2 — strukturel forsinkelse:** Danmark er sandsynligvis bagefter på den strukturelle omstilling, de internationale rapporter beskriver som kritisk. BCG’s billede af top-down CEO-ledet AI-transformation, McKinsey’s “rewired”-organisationer, Accentures “co-intelligence” — alle forudsætter en strategisk infrastruktur, som, CBS dokumenterer, mangler i de fleste danske virksomheder.

**Konklusion 3 — originalt dansk bidrag:** CBS’ mindset-tilgang er et originalt analytisk bidrag, som internationale rapporter mangler. De globale konsulenthuse fokuserer på governance, talent og operating model. CBS tilføjer to dimensioner, ingen af de andre fanger, nemlig (a) at AI-agenter selv har strategisk mindset-bias, og (b) at alignment mellem virksomhedens, medarbejdernes, kundernes og AI-agentens mindset er bestemmende for, om AI skaber værdi.

## Matrix: 13 rapporter mod 6 CBS-temaer

Tabellen nedenfor mapper hver af de 13 rapporter mod de seks centrale temaer i CBS-undersøgelserne. Symbolerne angiver, i hvilket omfang temaerne adresseres.

● = Stærkt overlap (data adresseres direkte) ◐ = Delvist overlap (temaet berøres) · = Ikke adresseret

Rapport	Strategi-vakuum	Trænings-gab	Hierarki-gab	Sikkerheds-paradoks	Mindset-alignment	AI-agent-skalering
Deloitte State of AI	◐	●	·	◐	·	●
BCG AI Radar 2026	●	●	◐	·	◐	●
Microsoft Work Trend	●	◐	●	·	◐	●
McKinsey AI Trust	◐	·	·	●	·	●
PwC AI Predictions	●	●	◐	◐	·	●
EY AI Pulse Wave 3	◐	·	·	●	·	●
KPMG Global AI Pulse	●	●	·	●	·	●
McKinsey Foundations	◐	·	·	◐	·	●
Stanford AI Index	·	◐	·	◐	·	◐
Capgemini Multi-year	●	◐	·	◐	◐	●
Accenture Co-intelligence	●	●	◐	·	●	●
McKinsey Manifesto	●	●	·	◐	●	●
BCG Nordic Inflection	●	◐	◐	·	◐	●
<b>CBS-undersøgelser 2026</b>	●	●	●	●	●	◐

**Læsenøgle:** Tabellen viser tydeligt, at CBS-rækken (nederst, fremhævet) er den eneste, der dækker alle seks temaer i dybden. Den internationale litteratur er stærk på strategi og agent-skalering, men har systematiske blinde vinkler omkring hierarki-gabet (kun Microsoft adresserer det reelt), sikkerhedsparadokset (rapporter nævner sikkerhed, men ingen finder den danske pointe om, at topledelsen er den værste synder), og særligt mindset-alignment (kun Accenture og McKinsey Manifesto kommer i nærheden, og ingen af dem operationaliserer det).

## Del III: Case — Mindset-audit hos virksomhed X

For at gøre den diagnostiske anvendelse konkret følger her en gennemgang af, hvordan en mindset-audit kan implementeres i en repræsentativ dansk virksomhed.

### Virksomhedsprofil

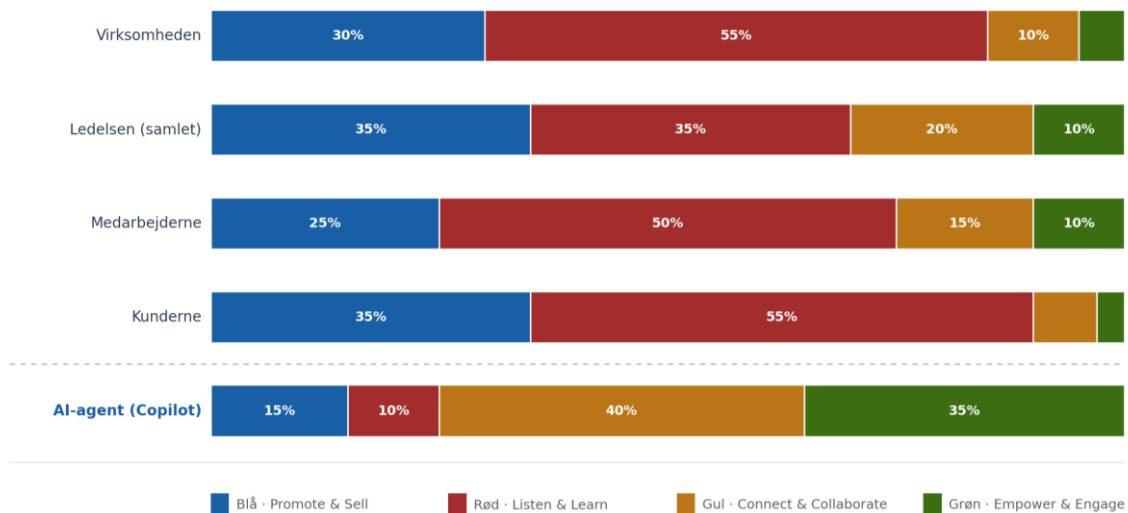
Virksomheden er en konstrueret som en repræsentativ dansk B2B-industrivirksomhed med ca. 350 medarbejdere. Virksomheden leverer komponenter og tilhørende service til produktionsvirksomheder i Danmark og det øvrige Europa. Microsoft 365 Copilot er udrullet til administrationen og salgsfunktionen; ChatGPT bruges uformelt af enkelte sælgere. Virksomheden har ingen formel AI-strategi og ingen formel AI-træning. Med andre ord så matcher profilen med CBS' gennemsnitstal for danske B2B-virksomheder.

Ledelsesmindset	Beskrivelse (ledelse)	Kundemindset	Beskrivelse (kunde)
<b>Promote &amp; Sell (Blå)</b>	Internt fokus og selvudfoldelse. Data bruges til at fremme og udbrede egne produkter og løsninger. Organisationen tager udgangspunkt i egne kompetencer og skubber budskaber ud mod markedet.	<b>Inform me (Blå)</b>	Ønsker mange forskellige tilbud og inspiration fra virksomheder. Virksomheder har initiativet til at udvikle og sælge produkter/services, fordi forbrugere har svært ved at forestille sig, hvad der er behov for i fremtiden.
<b>Listen &amp; Learn (Rød)</b>	Opmærksomhed på brugernes præferencer, behov og motiver. Indsigter indsamles via spørgeskemaer og sentimentanalyse for at levere mere meningsfulde produkter og services.	<b>Listen to me (Rød)</b>	Foretrækker at virksomheder kender personlige præferencer omkring produkter/services. Virksomhederne skal lytte til kundens behov og derved bedst tilfredsstillende disse.
<b>Connect &amp; Collaborate (Gul)</b>	Brugerne er med på rejsen. Data bruges til at opfange og udnytte nye inputs og idéer fra brugerne, som aktivt inddrages i produktudvikling og innovation.	<b>Involve me (Gul)</b>	Ønsker virksomheder lytter til feedback og kommentarer for at forbedre og videreudvikle produkter/services. Sætter pris på at blive spurgt til råds. Den succesfulde virksomhed engagerer og behandler kunden som partner i udviklingen af nye produkter og services.
<b>Enlight &amp; Engage me (Grøn)</b>	Holistisk og empatisk markedstilgang. Organisationen tager ansvar for samfundsmæssige konsekvenser. Data bruges til bæredygtig og etisk interaktion med alle interessenter.	<b>Enlight &amp; Engage me (Grøn)</b>	Foretrækker virksomheder, der involverer sig i (lokal)samfundet og tager ansvar overfor større samfundsproblemer. Virksomheder bør være en integreret del af det omkringliggende samfund og være involveret i at beskytte planeten og økosystemet.

Figur 1: Kort beskrivelse af mindset – Virksomhed versus kunde

## Trin 1: De fem aktør-tests

Auditen gennemføres med CBS' mindset-test i fem parallelle spor — virksomheden, ledelsen, medarbejderne, kunderne og den anvendte AI-agent. Resultaterne ser sådan ud:



Figur 2: Virksomheden A/S — strategisk mindset-profil på tværs af de fem aktører

Tabellen nedenfor viser de dominerende mindset pr. aktør

Aktør	Dominant
Virksomheden	Rød
Ledelsen (samlet)	Blå/Rød
Medarbejderne	Rød
Kunderne	Rød
AI-agent (Copilot)	Gul

Figur 3: Fordeling af dominerende mindset

## Trin 2: Gap-analyse

Tabellen gør problemet umiddelbart synligt. De fire menneskelige aktører — virksomheden, ledelsen, medarbejderne og kunderne — ligger alle med tyngdepunkt i rød/blå territorium (Listen & Learn samt Promote & Sell). De er ikke perfekt i alignment indbyrdes, men de befinder sig i samme værdiunivers: en transaktionel, kundenær, sælg-og-lyt-baseret tilgang til markedet, som er typisk for dansk B2B-industri.

AI-agenten ligger et helt andet sted. Microsoft Copilot er overvejende gul/grøn: samskabelse og holistisk samfundsansvar. Det betyder konkret, at når en sælger hos virksomheden beder Copilot om at udforme et tilbud til en kunde, vil AI-agenten — uden særlig prompt-instruktion — formulere det i en sprogtone, der lægger op til samskabelse og partnerskab, hvor i mod kunden

forventer klare specifikationer og pris. Når marketingafdelingen beder Copilot om at skrive en LinkedIn-post, kommer den retur formuleret omkring “fælles bæredygtig værdiskabelse”, hvor i mod kunden faktisk vil foretrække at få præsenteret en konkret produktfordel.

Dette er præcis det “False Consensus Effect”-problem, som CBS’ mindset-rapport beskriver: agenten projicerer sit eget mindset på virksomheden, og virksomheden — uden bevidsthed om dette — antager, at AI-anbefalinger er “neutrale”. Det er de ikke. Dertil kommer at denne anbefaling kan variere over tid.

Det andet kritiske gap ligger internt i ledelsen, hvor profilen er mere splittet end den øvrige organisation (35% blå, 35% rød, 20% gul). I praksis betyder det, at CFO og salgsdirektør (blå) trækker AI-investeringerne mod produktivitet og effektivitet, mens CMO (gul) trækker mod kundeengagement og innovation — uden at de er bevidste om, at deres uenighed har en mindset-oprindelse og en ikke en saglig begrundelse

### **Trin 3: Seks konkrete AI-beslutninger**

Auditen giver virksomhedens ledelse seks konkrete beslutninger, som de ikke kunne have truffet uden den.

#### **Beslutning 1: Prompt-bibliotek til kundekommunikation**

Copilot skal ikke bruges til kundekommunikation uden et standardiseret prompt-bibliotek, der instruerer AI-agenten i at operere i Listen & Learn-mode — altså med fokus på at afdække kundens behov frem for at foreslå samskabelse. Dette er en lavthængende frugt, der ikke kræver yderligere teknologi-investering, kun et internt prompt-framework.

#### **Beslutning 2: Menneskelig review-proces for strategiske AI-anbefalinger**

Til strategisk planlægning bør virksomheden enten skifte til en AI-agent med mere rød/blå mindset-profil eller — mere realistisk — etablere en eksplicit menneskelig review-proces, hvor strategiske AI-anbefalinger filtreres mod virksomhedens reelle mindset af en udpeget person, før de når beslutningstagerne. Mindset-rapportens fund om, at AI-agenten ændrer to ud af tre strategiske svar fra måned til måned, gør denne kvalitetssikring til et minimumskrav, ikke et nice-to-have.

#### **Beslutning 3: Adressér ledelsens interne mindset-spredning**

Den interne ledelses-mindset-spredning bør håndteres eksplicit før yderligere AI-investeringer. Når CFO (blå) og CMO (gul) trækker forskellige retninger, vil AI-budgettet blive spredt på initiativer, der ikke understøtter samme strategiske mål. En facilitering workshop omkring mindset-alignment er en forudsætning, ikke en sideaktivitet.

#### **Beslutning 4: Differentieret træning efter mindset og rolle**

Træningen skal differentieres efter både organisatorisk niveau og funktionel mindset-profil. CBS' anbefaling om rollespecifik AI-træning får her et konkret indhold--salgsteamet (blå-domineret) skal lære prompt-engineering, der trækker AI mod konkret værditilbud-formulering, mens kundeservice (rød-domineret) skal lære at bruge AI til behovsafdækning. Hvis al træning er generisk, vil 80% af medarbejderne forlade kurset uden et brugbart værktøj til deres faktiske arbejde.

### **Beslutning 5: Prioritér de rette 80% til redesign**

PwC's 80/20-regel får et konkret diagnostisk svar. 80% af arbejdet, der skal redesignes, er ikke tilfældigt — det indeholder de processer, hvor virksomhedens mindset er i alignment med kundernes (Listen & Learn), men hvor AI-agenten arbejder imod et sådant alignmentet. Det er de processer, hvor det største udbytte findes ved at "tæmme" AI-agenten til virksomhedens mindset. Strategiske processer, hvor selv den menneskelige ledelse ikke er alignet, er ikke det rigtige sted at starte.

### **Beslutning 6: Adressér sikkerhedsparadokset struktureret**

CBS-data viser, at 43,8% af topledelsen bruger åbne AI-miljøer. For virksomheden betyder det konkret at flytte topledelsens AI-brug ind i den governance-kontrollerede Copilot-instans, hvor data ikke forlader Microsoft 365-tenanten, og hvor salgsteamets uformelle ChatGPT-brug enten skal formaliseres i en enterprise-løsning eller eksplicit forbydes med håndhævelse. Enhalvkvædet tilgang virker ikke, som EY's data om at 85% prioriterer time-to-market over governance demonstrerer.

## **Trin 4: Forholdet til de globale frameworks**

Casen viser, hvordan mindset-modellen operationaliserer de abstrakte anbefalinger fra de 12 globale rapporter på en måde, ingen af dem selv leverer:

- **McKinsey Manifestoens "rewiring"** er nu konkret: rewiringen sker først i kundekommunikations-workflows, hvor mindset-alignment er højest, dernæst i salgsprocesser, dernæst i strategi.
- **PwC's 80/20** har et diagnostisk svar på, hvilke 80% af arbejdet der skal redesignes.
- **Accentures "co-intelligence"** får et målbart kriterium: co-intelligence er kun mulig, når AI-agentens mindset er aktivt promptet til alignment med virksomhedens.

- **Microsofts Transformation Paradox** bliver synligt og adresserbart: den indre splittelse i ledelsen er ikke et kommunikationsproblem, men et mindset-gab.
- **BCG Nordic Inflection Points “value bubble”-risiko** bliver kvantificerbar: en virksomhed med 4 ud af 5 aktører ude af alignment med deres AI vil sandsynligvis ikke realisere det forventede ROI, uanset hvor meget de investerer.

## Konklusion og perspektivering

### De vigtigste pointer

Sammenligningen mellem de 13 internationale rapporter og CBS-undersøgelserne 2026 leder til fire centrale konklusioner.

**Først:** Der er international konsensus om, at AI-transformation i 2026 er en management-shift forklædt som en teknologi-shift. Alle 13 rapporter peger på, at organisatorisk parathed, governance, talent og operating-model er bestemmende for, om AI skaber værdi. Teknologien er ikke flaskehalsen.

**Dernæst:** CBS-undersøgelserne dokumenterer empirisk for Danmark, hvad de internationale rapporter beskriver i mere abstrakte vendinger. Hvor McKinsey taler om “scaling gap” og Microsoft om “Transformation Paradox”, leverer CBS de konkrete tal: 5,3% strategi, 11% formel træning, 38 procentpoint-gab mellem ledelse og medarbejdere, 43,8% af topledelsen i åbne AI-miljøer, 47% medarbejder-skepsis.

**For det tredje:** Danmark er strukturelt bagefter på den transformation som de internationale rapporter beskriver som værende kritisk. BCG’s billede af top-down CEO-ledet AI-transformation forudsætter en strategisk infrastruktur, som CBS dokumenterer mangler i de fleste danske virksomheder. BCG Nordic Inflection Points “value bubble”-scenarie viser der er en konkret risiko.

**Endelig:** CBS’ mindset-tilgang er et originalt analytisk bidrag, som de internationale rapporter mangler. Mindset-modellen er det første systematiske diagnostiske værktøj, der konverterer den abstrakte påstand om “organisatorisk og kulturel transformation” til konkrete, målbare aktør-profiler — og det gør den særligt værdifuld i en dansk kontekst.

### Praktiske implikationer

For danske virksomheder, der ønsker at undgå et value bubble-scenarie og realisere AI’s potentiale, fremstår fire prioriteter klare:

- Etablér en AI-strategi — uanset størrelse. 5,3% er ikke en bæredygtig benchmark.
- Investér i rollespecifik træning. Den enkleste vej til at lukke gabet mellem ledelse og medarbejdere er at give medarbejderne brugbare værktøjer til deres faktiske arbejde.
- Gennemfør en mindset-audit før — eller parallelt med — yderligere AI-investeringer. Mindset-mismatch internt i organisationen og mellem denne og AI-agenterne er den usynlige årsag til, at AI-pilot projekter ikke skalerer.
- Adressér sikkerhedsparadokset eksplicit på topledelsesniveau. Det er den største kortfristede risiko, og den løses ikke af sig selv.

## Næste skridt

De globale rapporter peger entydigt på, at 2026 er året, hvor AI går fra eksperiment til skalering. For danske virksomheder betyder det, at vinduet for proaktive valg er åbent nu — men det er ikke åbent længe. Mindset-modellen tilbyder et konkret, operationelt værktøj til at træffe disse valg bevidst, frem for ved tilfældig konvergens.

Det er, hvad det danske bidrag tilfører den internationale AI-litteratur i 2026, ikke som et konkurrerende framework, men som det diagnostiske værktøj, der gør de globale frameworks operationelt anvendelige.

## Kilder

### De 13 internationale rapporter

- Deloitte (2026). The State of AI in the Enterprise — The Untapped Edge. Deloitte AI Institute.
- Boston Consulting Group (2026). BCG AI Radar 2026: As AI Investments Surge, CEOs Take the Lead.
- Microsoft (2026). 2026 Work Trend Index Annual Report: Agents, Human Agency, and the Opportunity for Every Organization.
- McKinsey & Company (2026). State of AI Trust in 2026: Shifting to the Agentic Era. AI Trust Maturity Survey.
- PwC (2026). 2026 AI Business Predictions.
- EY (2026). AI Pulse Survey Wave 3 + Technology Pulse Poll, marts 2026.
- KPMG International (2026). Global AI Pulse Q1 2026.
- McKinsey & Company (2026). Building the Foundations for Agentic AI at Scale, april 2026.
- Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence (2026). 2026 AI Index Report.
- Capgemini Research Institute (2026). The Multi-Year AI Advantage: Building the Enterprise of Tomorrow.
- Accenture & The Wharton School (2026). The Age of Co-intelligence.
- McKinsey & Company (2026). The AI Transformation Manifesto, McKinsey Quarterly, april 2026.
- Boston Consulting Group (2026). The Nordic AI Inflection Point: Value Creation or Value Bubble?

### CBS-undersøgelser

- Ringberg, T. & Jacobsen, P.Ø. (marts 2026). Resultater og analyse om AI i hverdagen og på arbejdspladsen. Dansk befolkningsundersøgelse. CBS Institut for Afsætningsøkonomi.
- Ringberg, T. & Jacobsen, P.Ø. (marts 2026). Undersøgelse af AI-værktøjers mindset i forhold til kunder og marked. CBS Institut for Afsætningsøkonomi.
- Rydén, P., Ringberg, T. & Jacobsen, P.Ø. (2017). Disrupt Your Mindset — To Transform Your Business with Big Data. CBS Institut for Afsætningsøkonomi.

CBS undersøgelser kan downloades her:

<https://www.cbs.dk/artikler/ai-paa-jobbet-halter-der-mangler-strategi-traening-og-faelles-retning>