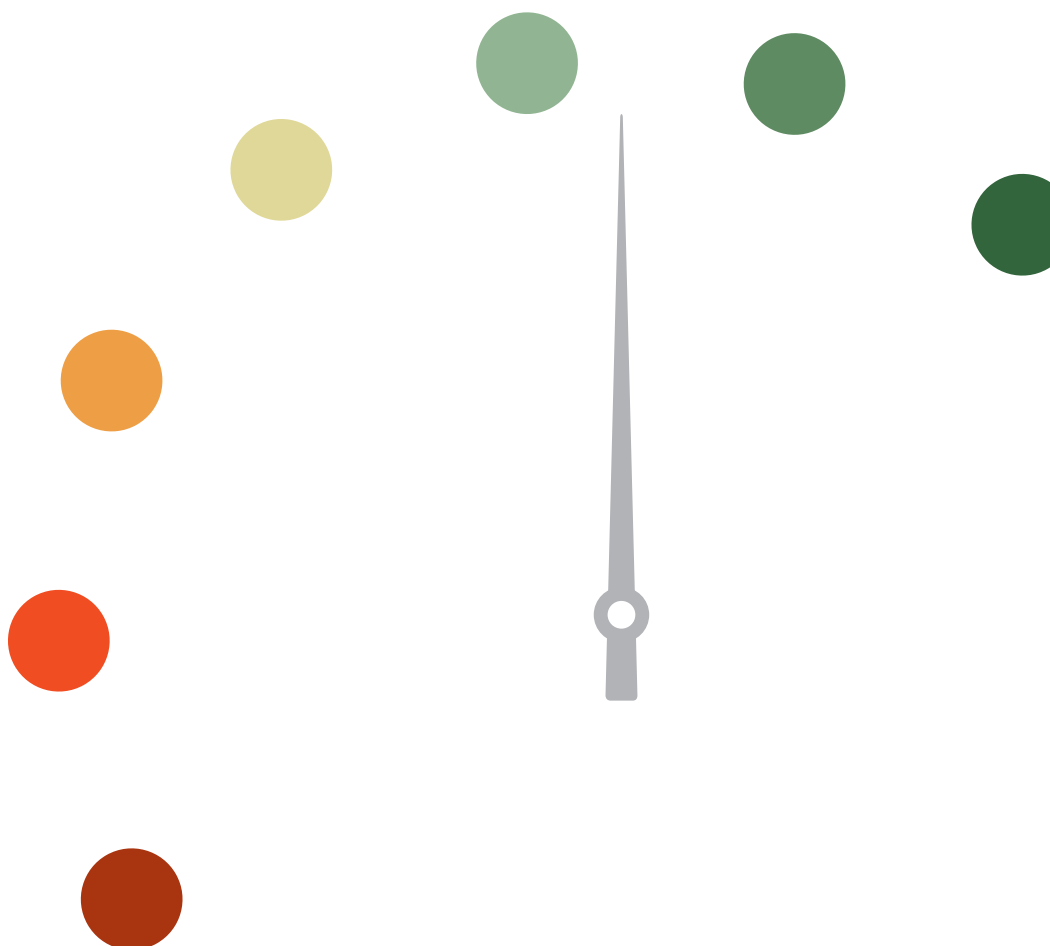
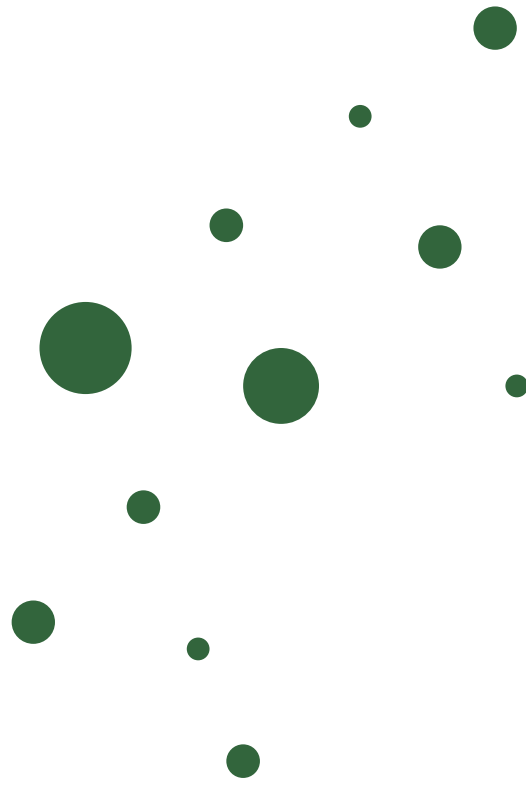


Vækstudfordringen

Iværksætter barometer 2016

Den nationale analyse af danske iværksætteres forventninger til omsætning, job, udfordringer og oplevelser af rammevilkår





Center for
VækstAnalyse

En del af Væksthus Sjælland

Marienbergvej 132, 2.
4760 Vordingborg
Tlf.: 55 35 30 35

info@vhsj.dk



IVÆRKSÆTTERBAROMETER 2016

Udarbejdet af Anders Krogenberg, Mads Váczy
Kragh, Linn Andersen.

Marts 2016

Layout: Characterise.dk

**FOR YDERLIGERE
INFORMATION, KONTAKT:**

Stefan Poulsen, presse og
kommunikationschef, 3160 2040, sp@vhsj.dk

INDHOLD

- 04 RESUMÉ – POINTERNE
PÅ 5 MINUTTER
- 06 DEL 1
FRA ET NATIONALT PERSPEKTIV
- 14 DEL 2
FRA IVÆRKSÆTTERNES
PERSPEKTIV – BAROMETER 2016
- 46 DEL 3
FRA FREMTIDENS PERSPEKTIV
- 54 BILAG: OM UNDERSØGELSEN

RESUMÉ - POINTERNE PÅ 5



VÆKSTAMBITIØSE

VÆKSTOPTIMISTISKE



VÆKSTPOSITIVE

FLERE IVÆRKSÆTTERE, MEN FOR FÅ SCALEUPS

Der er igen vækst i antallet af iværksættere i Danmark, og antallet af cvr. registreringer nærmer sig de meget høje tal fra 2007-2008. Der er en generel tendens til en større andel af iværksættere i Danmark (og i de fleste sammenlignelige lande), hvor en større del af arbejdsstyrken bliver "self employed". Internationalt set har Danmark mange iværksættere, men det er fortsat en udfordring, at alt for få bliver til vækstiværksættere. Samtidig bliver det i stigende grad problematiseret, at alt for få iværksættere går hele vejen og bliver til en stor virksomhed. Samlet set står vi i en situation, hvor vi på trods af mange iværksættere stort set ikke har nye store virksomheder. Dermed får vi ikke skabt den dynamik som udfordrer, udvikler og beriger de "gamle" virksomheder.

DANMARK I TOP BLANDT ANDRE LANDE, MEN BAGUD IFT. ELITEN

På trods af manglen på scaleups i Danmark, så vurderes Danmark igen og igen blandt de

bedste iværksætterlande i verden. Senest har Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) vurderet Danmark som det fjerdebedste iværksætterland kun overgået af USA, Canada og Australien. På en lang række parametre performer Danmark flot, mens der ifølge GEDI er forbedringspotentiale omkring internationalisering, iværksætterkompetencer (uddannelse) og højvækstvirksomheder. Selvom Danmark er i den internationale elite, så er det værd at bemærke, at Danmark i mange tilfælde konkurrerer, ikke med andre lande, men snarere med områder eller byer som Berlin, London, Boston, Silicon Valley m.fl., og her er der vil være miljøer, som både har bedre rammer og stærkere iværksættere end i Danmark.

STORE FORVENTNINGER TIL VÆKST

Iværksætterbarometret er den største undersøgelse af sin slags i Danmark og har næsten 2500 respondenter, som stort set svarer til et repræsentativt udsnit af danske iværksættere. Hovedpointen i barometret er, at der er en stor optimisme blandt danske iværksættere. Således er der høje forventninger til vækst både i omsætning og jobskabelse. Det gælder særligt iværksættere inden for de eksportintensive brancher.

I alt forventer 83% af de adspurgte iværksættere vækst i omsætningen. Størrelsen på forventningerne fordeler sig i tre stort set lige store grupper:

- **Vækstambitiøse iværksættere (forventet omsætningsvækst 50-100 % eller højere)**
- **Vækstoptimistiske iværksættere (forventet omsætningsvækst 20-50 %)**
- **Vækstpositive iværksættere (forventet omsætningsvækst 0-20 %)**

En del af væksten vil være jobløs, men i alt forventer 36 % af iværksætterne forventer at ansætte nye medarbejdere inden for de kommende 12 måneder. I gruppen af de vækstam-

MINUTTER

bitiøse iværksættere forventer 55% at skulle ansætte. Det er erfaringen, at forventninger på den korte horisont indfries i praksis.

VÆKSTEN ER IKKE REGIONALT BETINGET

De store forventninger til vækst er ikke regionalt betinget. Der er lidt flere iværksættere med høje vækstforventninger i Hovedstaden og Midtjylland, mens de tre øvrige regioner er på samme niveau. Det er opløftende, at fremgangen blandt iværksætterne ikke er isoleret til miljøerne i København og Århus, men gør sig gældende i hele landet.

STOR MANGEL PÅ KAPITAL

En forbløffende stor andel af iværksætterne oplever problemer med kapitalfremskaffelse. Problematikken er primært og størst hos de vækstambitiøse iværksættere, hvilket gør problemet langt mere alvorligt for væksten i Danmark, som helhed. Det er ikke unaturligt, at høj-vækstiværksættere har behov for kapital, idet øget omsætning også stiller krav til øget likviditet, men det er bekymrende, at 40 % af de vækstambitiøse iværksættere finder det vanskeligt at fremskaffe kapital. Ikke alle iværksættere har behov for at få finansieret deres forretningsidé, men tallene her viser, at dem med mest fremgang oplever de største problemer.

DET KNIBER MED SALG OG MARKEDSFØRING, OGSÅ INTERNATIONALT

Iværksætterne har problemer med salg og markedsføring, og for de vækstambitiøse er udfordringen også relateret til det internationale salg. Over 50 % har salg og markedsføring som en hovedudfordring og næsten 30 % har udfordringer omkring internationalisering. Konklusionen harmonerer med analysen fra GEDI, som

netop pegede på udfordringerne på det internationale område.

GODE RAMMER, MEN SKAT OG FINANSIERING UDFORDRER

Generelt bliver rammerne omkring moms, virksomhedsstiftelse, adgangen til arbejdskraft og arbejdsmarkedsfleksibilitet vurderet som værende tilfredsstillende (hovedparten af populationen vurderer dem positivt). Til gengæld er det opfattelsen, at rammerne for beskatning og for finansiering er for dårlige, hvilket harmonerer godt med de oplevede udfordringer virksomhederne har på dette område.

HVAD GØR VI NU?

Iværksætterbarometeret 2016 munder ud i en række konkrete anbefalinger og forslag til at imødekomme de udfordringer, som undersøgelsen påpeger. For det første bør der laves en række tiltag for at afhjælpe kapitalbehovet, som er særligt stort blandt de vækstambitiøse iværksættere. For det andet skal der iværksettes en indsats, som arbejder på en række forskellige fronter for at imødekomme udfordringer ift. scaling-up. For det tredje defineres mulige målepunkter for en fremtidig dansk "innovationsøkonomi", hvor en langt højere grad af iværksætterne er vækstiværksættere, jobskabelse fra iværksætteriet er øget og langt flere nye virksomheder bliver blandt de store.

DEL 1

FRA ET NATIONALT PERSPEKTIV

VÆKSTUDFORDRINGER

Danmark producerer mange iværksættere, men for få nye højvækstvirksomheder og endnu færre nye, store virksomheder med base i Danmark.¹

Danmark ligger i top 5, hvad angår etablering af nye virksomheder i OECD². Men i løbet af de sidste tredive år har Danmark kun "produceret" fem nye virksomheder til listen over landets hundrede største virksomheder målt på omsætning.³

Det er lidt af et paradoks - men ét vi endnu ikke har mærket de store konsekvenser af. Det skyldes formentlig først og fremmest, at de etablerede virksomheder, hvoraf mange har udviklet sig til førende globale virksomheder, generelt har klaret sig godt og tilført samfundet økonomisk værdi og mange arbejdspladser.

Så vidt, så godt. Men verden udvikler sig. Hurtigt og i nye retninger. Hvem skal følge i de "gamle" virksomheders fodspor og skabe fremtidens top-100 virksomheder i Danmark? Det er et spørgsmål med store nationale perspektiver. Og det er en fælles national udfordring.

Globaliseringen, teknologiske fremskridt og underliggende forandringer i arbejdsmarkedet er nogle af de tendenser, der sætter rammen for iværksættervirksomhederne. Disse tendenser har også været medvirkende til, at der de senere år er kommet mere fokus på iværksætteri i Danmark både fra politisk side, i erhvervslivet og i medierne. Der er bred enighed om, at innovation og iværksætteri bliver vigtigere for udviklingen både i erhvervslivet, på arbejdsmarkedet og i samfundet.⁴ Undersøgelser har også vist, at danskerne har en positiv opfattelse af iværksættere. Det er vigtigt, både for det erhvervspolitiske fokus og individets interesse og motivation for at starte egen virksomhed.

TRYKMÅLING AF IVÆRKSÆTTER-DANMARK

På den baggrund lancerer Vækstfabrikkerne, Center for Vækstanalyse og Væksthus Sjælland nu Iværksætterbarometeret. Det bygger på en national spørgeskemaundersøgelse gennemført i den sidste del af 2015 blandt danske iværksættervirksomheder, der er højst 5 år gamle.

Med dette første barometer ønsker vi at bidrage med aktuel viden om "Iværksætter-Danmark", set fra iværksættervirksomhedernes synsvinkel. Og vi vil følge op med årlige målinger, så alle kan følge udviklingen blandt danske iværksættervirksomheder.

1 Danmarks Statistik, 2015

2 "Redegørelse om Vækst og Konkurrenceevne", Regeringen, februar 2016.

3 Berlingske Business Magasin "Guld 1000", 2015

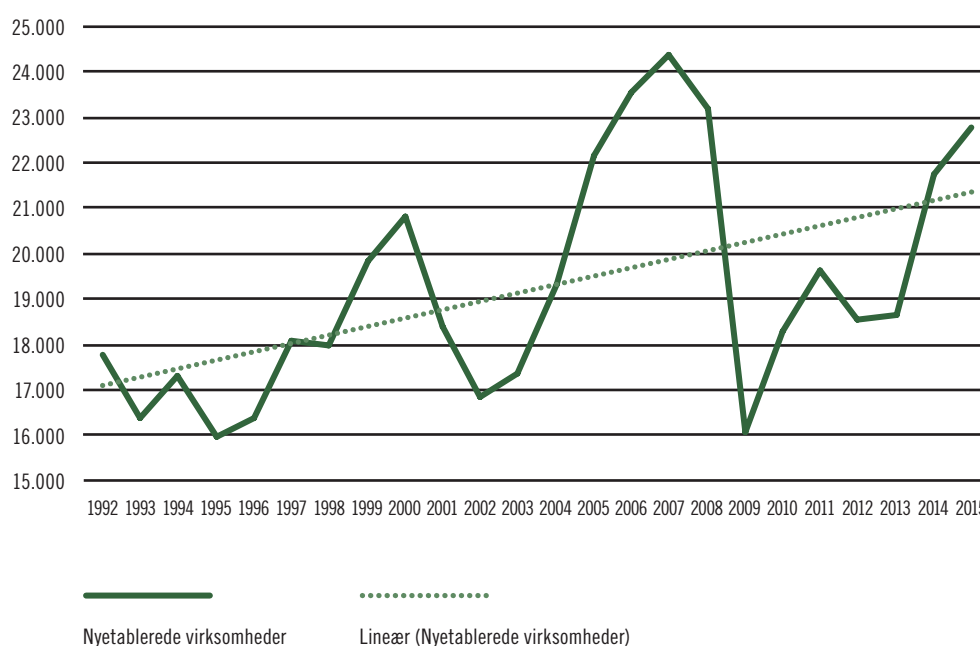
4 Erhvervsstyrelsen, 2013

Vi ved, at mange nye virksomheder ikke eksisterer udover de første tre år.⁵ Vi ved også, at kun en meget lille andel af nye virksomheder bliver til egentlige vækstvirksomheder.⁶ Det kan der være mange naturlige grunde til, f.eks. markedets naturlige udvælgelse af de mest levedygtige forretningsideer eller karriereskift blandt iværksætterne.

For fremover at kunne analysere forskellene og følge udviklingen for f.eks. helt nystartede virksomheder og dem med fire år bag sig, er virksomheder, der er tre til fem år gamle inddraget i undersøgelsen. Det giver mulighed for at følge forventninger og oplevelser blandt iværksættervirksomheder, der eksisterer ud over de første tre år.

UDVIKLINGEN I IVÆRKSÆTTERIET I DANMARK

Antallet af iværksættere er inde i en opadgående tendens set over de seneste mange år. Se figur 1.



FIGUR 1:
UDVIKLINGEN I
IVÆRKSÆTTER-
VIRKSOMHEDER

Kilde: Danmarks Statistik og eStatistik

Anm.: Antal nyetablerede virksomheder i 2014 og 2015 er estimeret på baggrund af udviklingen i cvr-registreringer i iværksætterbrancher rensset for genstartere.

Antallet af iværksættere faldt ganske vist markant umiddelbart efter finanskrisen, men i de efterfølgende år stabiliserede antallet sig. Det vurderes, at den positive tendens vil fortsætte i de kommende år. Det skyldes bl.a., at en større andel af den erhvervsaktive befolkning forventes at blive "freelancere".

Figur 1 illustrerer også det forhold, at antallet af iværksættere i Danmark er konjunkturbestemt. Der er mange iværksættere, når vi oplever højkonjunktur og færre i perioder med lavkonjunktur.⁷ Danske iværksættere er således i høj grad iværksættere af lyst fremfor af nød. Men over tid har iværksættertrendens altså været opadgående henover konjunkturudsving.

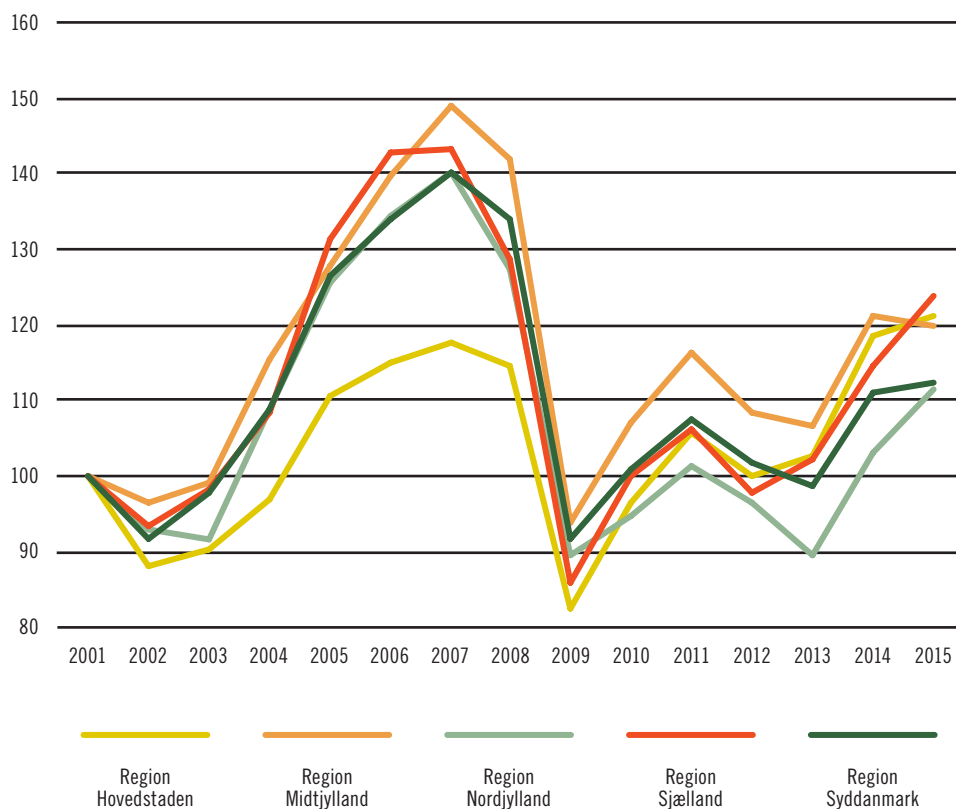
5 Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, 2015

6 "Redegørelse om Vækst og Konkurrenceevne", Regeringen, februar 2016.

7 Iværksættersamfundet, 2015

Regionalt har der været forholdsvis store udsving i antallet af iværksættere. Se figur 2. Region Midtjylland voksede kraftigt i årene op til finanskrisen.

**FIGUR 2:
HOVEDSTADEN
OG MIDTJYLLAND
OVERREPRÆSEN-
TERET, SJÆLLAND
PÅ VEJ FREM**



Kilde: Danmarks Statistik, eStatistik

Udviklingen i 2014 og 2015 er estimeret på baggrund af udviklingen i cvr-registreringer i iværksætterbrancher, rensset for genstartere.

Forskydningerne mellem regionerne kan skyldes forskelle i erhvervsstrukturen. På Sjælland er der en højere andel af virksomheder inden for bygge/anlæg end i de andre regioner. Det kan give regionen en højere etableringsrate for nye virksomheder, når der f.eks. bliver besluttet en række store anlægsprojekter på Sjælland.

Det overordnede billede er, at Danmark har relativt mange iværksættere i international sammenligning og, at antallet af iværksættere varierer fra region til region med en tendens til højere etableringsrater i de større byer.

GOD UDGANGSPPOSITION I INTERNATIONAL SAMMENLIGNING

Erhvervsmiljøet og en række forudsætninger for iværksætteri giver Danmark en god udgangsposition i en international kontekst. Dét er fællesnævneren i mange internationale opgørelser over hvor i verden, det er mest attraktivt at drive virksomhed. Opgørelserne måler på forskellige parametre med forskellige metoder, men Danmark klarer sig generelt godt og ligger ofte i toppen af ranglisterne.

Men der er også undtagelser. Det gælder f.eks. niveauet for skatter/afgifter og adgangen til kapital, som også analyseres i Iværksætterbarometeret.

I erhvervsmagasinet FORBES' seneste opgørelse (2015) af "Best Countries for Business" topper Danmark endnu en gang. Det har Danmark gjort i seks af FORBES' seneste ti årlige opgørelser og fremstår herigennem altså særdeles stærk, som "verdens bedste land til forretning".

FORBES ser bredt på det at drive virksomhed – ikke blot iværksætteri – og inddrager 11 faktorer

såsom frihed, korruption, teknologi, aktiemarkedet mv. på tværs af 144 lande.⁸ Som grundlag bruger FORBES data fra en række globalt anerkendte institutioner inkl. World Economic Forum og Verdensbanken. Sidstnævnte udarbejder ligeledes årligt deres vurdering af erhvervsklima i alle verdens lande ("Doing Business Index 2015"). Her vurderes Danmark også i top med det tredje bedste erhvervsklima i verden kun overgået af Singapore og New Zealand.

Under Global *Entrepreneurship Week* (uge 47) offentliggør "The Global Entrepreneurship and Development Institute" (GEDI) et årligt indeks, som specifikt vurderer styrker og svagheder i iværksætteriet i 132 lande.

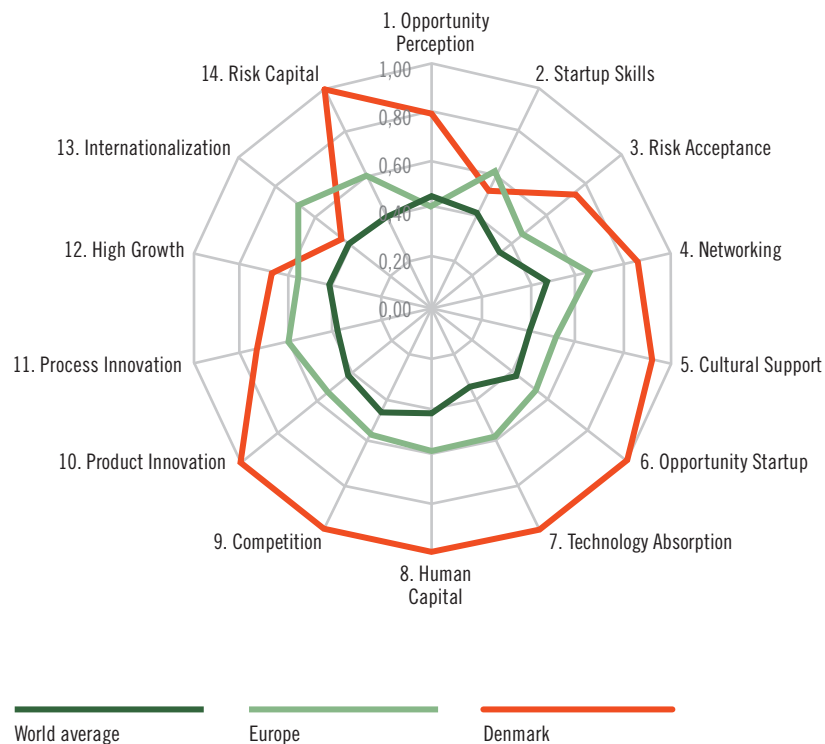
I 2015 rangerede GEDIs indeks Danmark som det fjerdestærkeste "økosystem for iværksætteri" kun overgået af Australien, Canada og USA. Danmark har altså ifølge GEDI Europas stærkeste økosystem.⁹ Overordnet viser GEDIs indeks, lidt forenklet sagt, at jo mere udviklet og moderne et land er, desto bedre iværksætteri har det. Det ses ved, at parametre som digital udvikling, miljømæssig performance, økonomisk frihed, lighed og fred mm. er centrale i indekset.

Som Danmarks styrkepositioner fremhæver GEDIs indeks specifikt "konkurrence", "samfundets absorbering af teknologi" og "produktinnovation". Men GEDI peger også på danske udfordringer. Internationaliseringsgraden blandt iværksætterne er for lav. Den er faktisk lavere end gennemsnittet i Europa og på niveau med gennemsnittet for Verden. Det er lidt paradoksalt for en lille, åben økonomi med stolte eksporttraditioner. "Start-up kompetencerne" er svagere end i sammenlignelige lande, og der er brug for flere vækstiværksættere og flere, som er villige til at tage risikoen med at starte virksomhed. Se figur 3.

8 <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2015/12/16/the-best-countries-for-business-2015/#84f171f7364c>

9 <http://thegedi.org/research/gedi-index/>

**FIGUR 3. GEDI:
STÆRKT DANSK
ØKOSYSTEM FOR
IVÆRKSÆTTERI**



Kilde: <http://thegedi.org/research/gedi-index/>, The Global Entrepreneurship and Development Institute

Samlet set peger de internationale målinger og vurderinger på, at Danmark er et af de bedste lande at drive virksomhed i.

Men rankings kan ikke bruges til ret meget, hvis ikke gunstige vilkår omsættes til et stærkere iværksættersamfund.

DEN DOBBELTE VÆKSTUDFORDRING

Bag det positive billede, som tegnes af væksten i antallet af nye virksomheder, internationale rankings, og høj status for iværksættere, gemmer sig en dobbelt vækstudfordring.

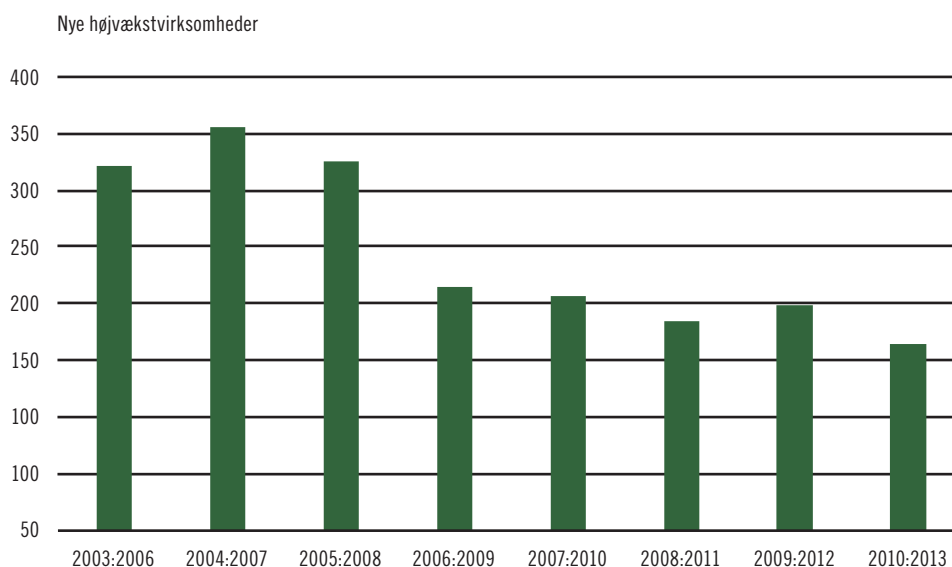
Manglen på vækstiværksættere

Den første vækstudfordring handler om at Danmark skaber for få vækstiværksættere. Det er nye virksomheder, "...der har mindst 10 ansatte indenfor de første to leveår, og som har en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af ansatte på mindst 10 pct. over den efterfølgende treårige periode."¹⁰

Vi taler promiller, hvis man ser isoleret på én årgang. Knap 3 virksomheder ud af 1.000 opfyldte fem år efter etablering de nævnte kriterier for at kunne kalde sig "vækstiværksættere" (ud af 24.406 virksomheder etableret i 2007 var 64 vækstiværksættere fem år senere).¹¹

10 "Redegørelse om Vækst og Konkurrenceevne", s. 81, Regeringen, Februar 2016.

11 "Redegørelse om Vækst og Konkurrenceevne", s. 82, Regeringen, Februar 2016



FIGUR 4: ANTALLET AF NYE HØJVÆKST-VIRKSOMHEDER ER FALDENDE

Kilde: Danmarks Statistik 2015.

Nye højvækstvirksomheder er virksomheder, der er op til 5 år gamle, og som har fem eller flere ansatte i starten af vækstperioden og en gennemsnitlig årlig vækst i beskæftigelsen på mindst 20 % over en treårig periode.

Kigger vi på det, som Danmarks statistik definerer som såkaldte højvækstvirksomheder, så ser udviklingen også bekymrende ud. Antallet af virksomheder, som lever op til kriteriet har været faldende og ligger i de senest tilgængelige opgørelser, som dog kun går til 2013, markant lavere end før krisen.

Generelt er konstateringen at andelen af det der defineres som vækstiværksættere er væsentligt lavere i Danmark end i de stærkeste iværksætttermiljøer i verden, og at antallet af det som Danmarks Statistik definerer som højvækstvirksomheder er faldende. Det understreger med al tydelighed, at der stadig er en stor opgave i at skabe rammer, kultur og miljø for iværksættere, som for alvor vokser herhjemme.¹²

Manglen på nye, store virksomheder i Danmark

Den anden vækstudfordring handler om at få iværksættervirksomheder til at udvikle sig til scale-ups og siden store virksomheder med base i Danmark.

Blot fem af de 100 største virksomheder i Danmark (målt på omsætning) er under 30 år gamle. Det er Monjasa (2002), Danske Commodities (2004), Orifarm (1994), XL-Byg (2002) og Energi-Danmark (1993)¹³. XL-Byg er en kæde af uafhængige byggemarkeder, og EnergiDanmark er ejet af energiselskaberne i Danmark. De øvrige selskabers forretning har base i handel med henholdsvis olie, energi og medicin. Der er eksempelvis ingen nye teknologiselskaber, der har gjort deres entré i top 100. En lignende opgørelse, som Erhvervsstyrelsen lavede for nogle år siden, viste, at 39 af de 100 største virksomheder i Californien var under 30 år.

¹² Iværksætterindeks, 2011, Erhvervsstyrelsen

¹³ Baseret på "Berlingske Business Guld's" seneste oversigt over de 1.000 største virksomheder i Danmark (oktober 2015).

Hvis vi udvider til de næste 100 virksomheder på virksomhedslisten, bliver det ikke meget bedre.¹⁴

Der er flere grunde til, at det er vigtigt. Vi kan ikke bare forlade os på, at de etablerede virksomheder fortsat klarer sig godt, vokser og skaber arbejdspladser. Endsige overlever i den globale konkurrence. Undersøgelser peger desuden på, at nye virksomheder både er mere innovative og værdiskabende end den faste base af etablerede virksomheder. Derfor kan manglende udskiftning blandt de største virksomheder også få alvorlige følger for den overordnede værdiskabelse i Danmark¹⁵.

STRATEGISKE SPØRGSMÅL TIL DANMARK SOM IVÆRKSÆTTERSAMFUND

Vækstudfordringerne aktualiserer tre strategiske spørgsmål, som denne rapport forholder sig til.

1. Hvad står barometeret på i Iværksætter-Danmark?

Internationale undersøgelser er nyttige til at sammenligne sig med andre, men tegner primært et billede af Danmark set udefra. Iværksætterbarometer 2016 giver os et aktuelt billede af iværksætteri i Danmark set indefra gennem den optik, som er mest afgørende: Iværksætternes egen.

Barometeret skal ikke levere svaret på, hvordan Danmark udvikler sine næste globale virksomheder. Men analysen af danske iværksætteres forventninger, udfordringer og holdninger er vigtigt empirisk input til, hvordan Danmark kan udvikle sig til et stærkere iværksættersamfund, der med tiden kan bane vejen for flere vækstiværksættere og måske flere nye top-100 virksomheder.

Barometeret måler "trykket" i det danske iværksætermiljø ved at undersøge:

- Iværksætternes forventninger til udviklingen i deres omsætning (i et 12 måneders perspektiv)
- Iværksætternes forventninger til at øge antallet af medarbejdere (i et 12 måneders perspektiv)
- Iværksætternes forventede udfordringer (i et 12 måneders perspektiv)
- Iværksætternes oplevelse af centrale rammevilkår
- Relevante forskelle og ligheder mellem tre vækstsegmenter blandt iværksætterne

2. Hvordan kan flere iværksættere vokse til større virksomheder?

Tidsånden og samfundets opbakning er med iværksætterne. Initiativkraften er stor og veksles til en relativt høj og voksende etableringsrate for nye virksomheder. Men Danmarks gennemsnitlige årlige BNP-vækst har i perioden 1995-2014 ligget på beskedne 1,3 %. Det ligner en strukturel

14 Berlingske Business Magasin, Guld 1000, 2015

15 Blandt andet Rockwool Fonden, 2015, <http://www.rockwoolfonden.dk/artikler/ivaerksaettere-giver-bedre-loen-og-er-mere-produktive/>

tilstand. Lidt for tæt på stilstand. Og det aktualiserer spørgsmålet om, hvordan vi kan omsætte flere iværksætteres innovationskraft og ambitioner til vækst og nye, store virksomheder?

3. Hvilken type iværksætter-økosystem bygger vi?

Det er tankevækkende, at kun få promiller af én årgang af iværksættervirksomheder er vækstiværksættere fem år efter etableringen. Det rejser spørgsmålet om, hvilket iværksætter-økosystem Danmark opbygger fundamentet af det stigende antal nye virksomheder på. Her er to forskellige bud på økosystemer:

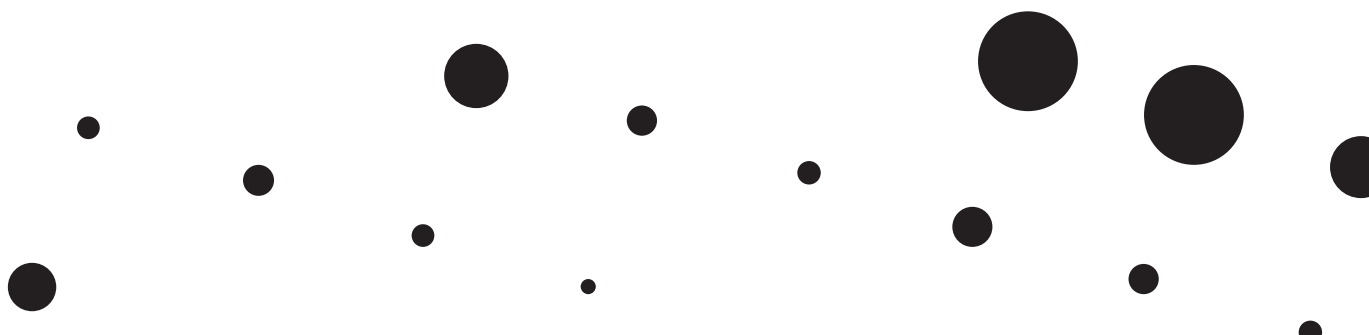
I Freelancerlandskabet skabes der flere nye virksomheder i et mere flydende arbejdsmarked, men de nye virksomheder vokser ikke nødvendigvis ret meget. Freelancerlandskabet skaber heller ikke nødvendigvis mange flere nye arbejdspladser til andre, men konverterer til gengæld lønmodtager-job til "selvstændige" job, hvor flere skaber deres eget job.

I Innovationsøkonomien er iværksætteri en mere rodfæstet, konjunkturuafhængig og målbar drivkraft, og en mere synlig hjørnesteen i samfundsøkonomien. Et større antal startups vokser sig store nok til at blive scaleups og potentielt nå op blandt de 100 største virksomheder. Nøgleparametre er:

- 1 % af en iværksætterårgang kan defineres som vækstiværksættere efter 5 år
- 15 % af Danmarks 100 største virksomheder er under 30 år gamle
- De nye virksomheder står for 50 % af nettojobskabelsen.

Vi vender tilbage til disse tre strategiske spørgsmål i rapportens Del 3.

I Del 2 kigger vi først grundigere på iværksætteriet og spørger om iværksætternes forventninger og oplevelser.



DEL 2 FRA IVÆRKSÆTTERNES PERSPEKTIV – BAROMETER 2016

OM IVÆRKSÆTTERBAROMETER 2016 - INDLEDNING

"Vækstiværksættere" defineres ud fra antallet af ansatte og væksten i ansatte inden for en given tidsperiode. Arbejdspladser i Danmark er en central parameter set med samfundets optik og derfor en central parameter, når vi taler om iværksætteri.

Men hvis en af målsætningerne er, at nutidens iværksættervirksomheder skal blive til fremtidens store, toneangivende virksomheder, må vi også fokusere på de nye virksomheders potentielle omsætningsvækst. Omsætningen er det primære mål for virksomheders størrelse og langt hen ad vejen en forudsætning for at kunne udvide medarbejderstaben.

Derfor spørger Iværksætterbarometeret til begge faktorer for vækst og udvikling:

- virksomhedernes forventede udvikling i omsætning
- virksomhedernes forventninger til at *øge antallet af medarbejdere*

For at få iværksætternes mest realistiske forventninger og for at kunne måle og sammenligne årligt, er der spurgt til forventningerne "inden for de næste 12 måneder".

Man taler ofte om "iværksættere", som en samlet gruppe. Mange års samarbejde med iværksættere har imidlertid lært os, at danske iværksættere er en sammensat gruppe med forskellige baggrunde, forudsætninger og forretningsidéer.

For at blive klogere på detaljerne i Iværksætter-Danmarks vækstpotentiale fokuserer analysen særligt på tre vækstsegmenter:

- de *vækstambitiøse* iværksættere (forventet omsætningsvækst 50-100 % eller højere)
- de *vækstoptimistiske* iværksættere (forventet omsætningsvækst 20-50 %)
- de *vækstpositive* iværksættere (forventet omsætningsvækst 0-20 %)

Dette første Iværksætterbarometer er tænkt og designet som en "nulpunktsmåling". Du kan læse mere om undersøgelsens design, metode og dataindsamling i bilag 1 i slutningen af rapporten.

Det er ambitionen fremover jævnlige at "måle trykket" blandt iværksætterne for at følge, hvordan de påvirkes af udviklingen i økonomi, teknologi, rammevilkår mv.

OPTIMISTISKE IVÆRKSÆTTERE TROR PÅ OMSÆTNINGSVÆKST

Iværksættere er et optimistisk folkefærd. Troen på fremtiden er en vigtig drivkraft, når man skal starte egen virksomhed med de udfordringer og risici, det kan indebære. Man bliver givetvis ikke iværksætter med mindre, man grundlæggende tror på fremtiden og på muligheden for at få en forretning til at udvikle sig.

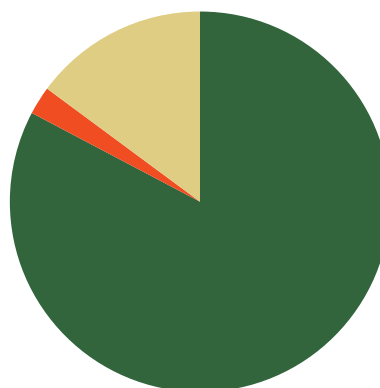
Men optimismen skal sættes i konkret perspektiv. Finanskrisen er stadig i frisk erindring, det økonomiske opsving er skrøbeligt (forventet BNP-vækst på 1,1 pct. i 2015)¹⁶, og den teknologiske udvikling skaber både muligheder for nye virksomheder, udfordringer for etablerede virksomheder og forskydninger på arbejdsmarkedet.

Iværksætterbarometer 2016 viser, at optimismen i efteråret 2015 generelt var ganske fremtrædende blandt Danmarks iværksættere. De havde især høje forventninger til, at deres omsætning ville stige.

83 % af respondenterne i Iværksætterbarometeret forventede at øge omsætningen i deres virksomhed "inden for de næste 12 måneder". Kun 2,5 % forventede, at omsætningen ville falde. Resten forventede uændret omsætning. Se figur 5.

Forventer du at øge din omsætning inden for de næste 12 måneder?

- Ja, omsætningen øges
- Nej, omsætningen falder
- Nej, omsætningen ændrer sig ikke



Kilde: Danmarks Statistik 2015.
Nye højvækstvirksomheder er virksomheder, der er op til 5 år gamle, og som har fem eller flere ansatte i starten af vækstperioden og en gennemsnitlig årlig vækst i beskæftigelsen på mindst 20 % over en treårig periode.

FIGUR 5 : 83 % AF IVÆRKSÆTTERNE FORVENTER AT ØGE OMSÆTNINGEN DE NÆSTE 12 MÅNEDER

Det er som sagt forventeligt, at iværksættere ser positivt på fremtiden, men ikke desto mindre et stærkt signal, at så stor en andel af iværksættere på tværs af brancher, geografi mv. forventer fremgang, og at meget få af dem forventer tilbagegang.

Perioden, hvor dataindsamlingen til undersøgelsen blev gennemført (efteråret 2015), var hverken præget af makroøkonomisk krisestemning eller jubeloptimisme, men snarere en forventning om moderat økonomisk vækst og en vis usikkerhed om den økonomiske udvikling et års tid frem.

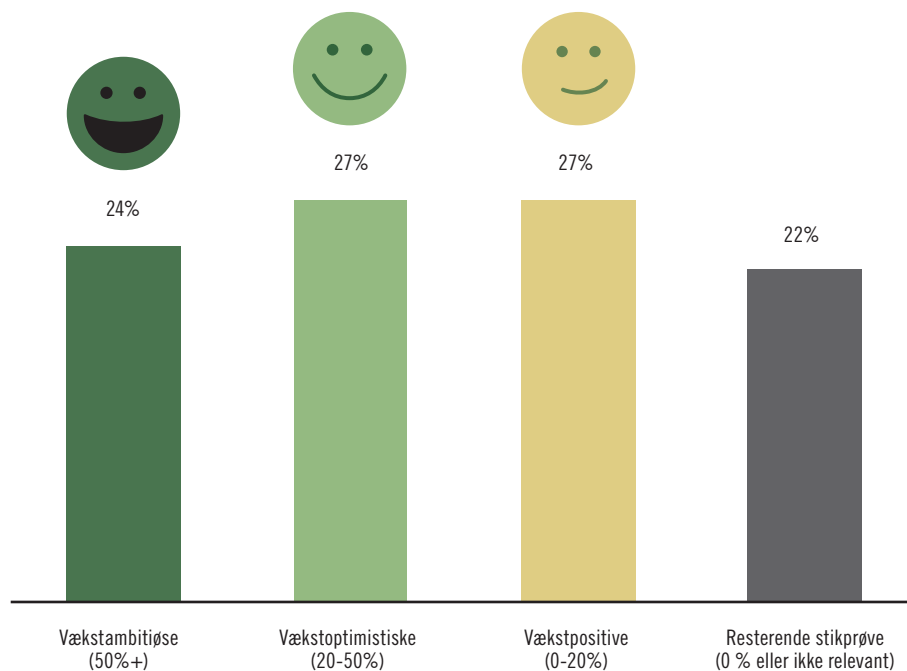
Hvor store ville forventningerne til omsætningsudviklingen så være i en periode med højkonjunktur?

Iværksætternes store optimisme kan både ligge i deres "virksomheds-DNA", hænge sammen med, at respondenterne endnu er unge virksomheder, eller skyldes de muligheder, der tegner sig for nye typer virksomheder, ikke mindst de teknologidrevne, som også nyder stigende bevågenhed i medier og offentlighed.

Ser man nærmere på tallene og på iværksætternes forventninger til toplinej, får optimismen endnu et pænt løft. Undersøgelsen viser, at næsten hver fjerde iværksættervirksomhed (24 %) forventer at øge omsætningen med mere end 50 % i løbet af bare et år. Se figur 6. Det er en betydelig andel.

I Iværksætterbarometeret defineres denne gruppe iværksættere som de "**Vækstambitiøse**".

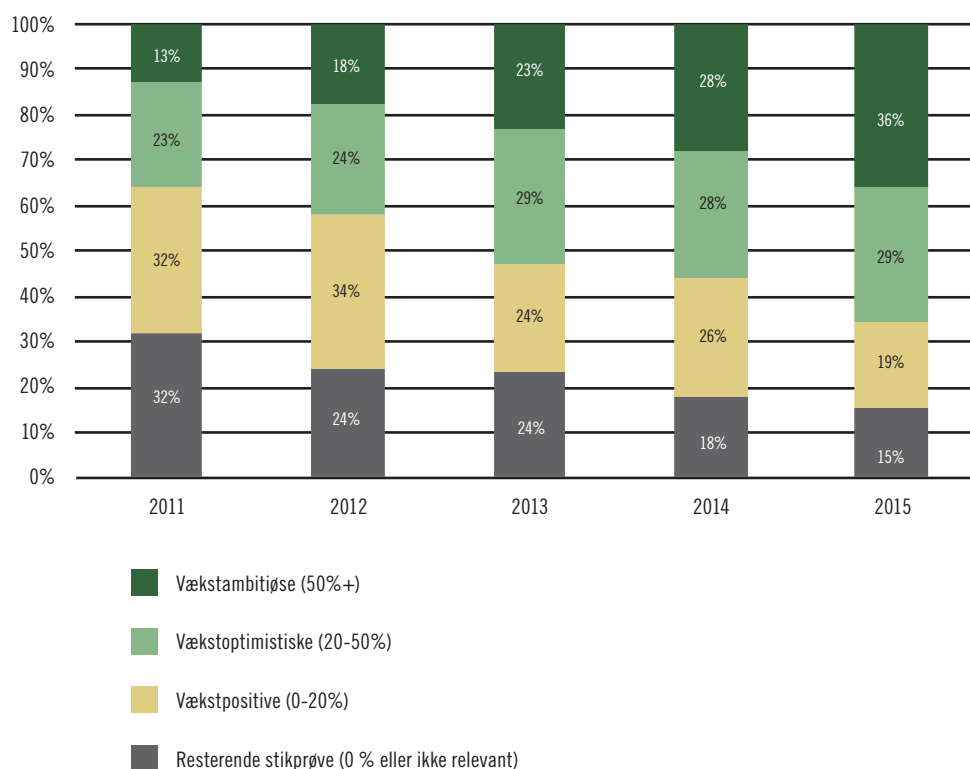
FIGUR 6. KNAP HVER FJERDE FORVENTER OVER 50 % OMSÆTNINGSVÆKST (DE "VÆKSTAMBITIØSE")



Respondenternes procentfordeling af hele stikprøven (2327) opdelt efter hvor meget, de forventer at øge deres omsætning inden for "de næste 12 måneder". De tre vækstsegmenter er: Vækstambitiøse, der forventer en øget omsætning med mere end 50 %, Vækstoptimistiske, der forventer en øget omsætning på 20-50 % og Vækstpositive, der forventer en øget omsætning på mellem 0 og 20 %. Den resterende stikprøve forventer enten 0 % vækst, har svaret "ikke relevant" eller forventer tilbagegang.

Virksomhedernes alder har klar betydning. Især de nyetablerede virksomheder forventer høj vækst. 36 % af virksomhederne etableret i 2015 er Vækstambitiøse¹⁷. De forventer en omsætningsvækst på 50 % eller derover. Faktisk forventer mere end hver femte af disse virksomheder at øge omsætningen med mere end 100 %. 27 % af de nyetablerede virksomheder er Vækstoptimister og forventer en omsætningsvækst på mellem 20 og 50 %. Se figur 7.

17 Til og med 3. kvartal 2015



FIGUR 7: HØJERE VÆKSTFORVENTNINGER BLANDT NY-ETABLEREDE VIRKSOMHEDER

Andel af respondenter i de forskellige vækstsegmenter, der forventer at øge deres omsætning inden for de næste 12 måneder fordelt på virksomhedernes etableringsår (%) (2260 observationer).

Det er ikke så overraskende, da det er relativt nemmere at øge omsætningen for nye virksomheder i forhold til etablerede virksomheder. Det er selvfølgelig let nok for virksomheder etableret i 2015, da de ingen omsætning havde året før.

På den anden side forventer og oplever mange iværksættere, når de etablerer sig, at det tager tid at løbe forretningen i gang og få flere kunder, som kan øge omsætningen. Den udfordring smitter dog åbenbart ikke af på deres optimisme.

Det er i sig selv opmuntrende og et godt udgangspunkt, at så mange iværksættere forventer vækst inden for det næste år (fra dataindsamlingsstidspunktet). Men det mest interessante både for iværksætterne selv og set fra samfundets synsvinkel, er, hvor megen vækst, de nye virksomheder kan skabe. At have mange startups er kun første skridt på vej mod et stærkere iværksættersamfund. Kunsten er ikke mindst at kunne udvikle sig fra *startup* til *scaleup*.

I barometeret er der kun spurgt til iværksætternes vækstforventning "de næste 12 måneder" og ikke over f.eks. en årrække. En høj vækst i det kommende år er ingen garanti for høj vækst de efterfølgende år. Tallene i figur 7 viser da også, at vækstforventningerne aftager over tid efterhånden som virksomhederne bliver ældre.

De virksomheder i undersøgelsen, der er etableret i 2011, havde væsentligt lavere forventninger til vækst. Kun 13 % af dem er Vækstambitiøse. Andelen af Vækstoptimistister er også faldet noget til 23 %. Den største gruppe (32 %) er "blot" Vækstpositive.

Det kan både hænge sammen med, at det er lettere at vokse meget fra et lavt og "ukendt" udgangspunkt, og med virksomhedernes konkrete erfaringer med vækstmulighederne i deres specifikke marked.

Det er en vigtig observation, at de nystartede virksomheder besidder en betydelig tro på vækst, fordi den grundlæggende drivkraft er essentiel, når den enkelte iværksætter skal opbygge en forretning fra bunden, og for på aggregeret niveau at udbygge et samfund af iværksættere.

Det er også en vigtig observation, at vækstforventningerne falder i løbet af virksomhedernes første leveår. Det er naturligt, og måske også sundt, at forventninger bliver mere "konservative", når virksomhederne har høstet de første års erfaringer på egen hånd. Men det er samtidig afgørende, at iværksættervirksomhederne bevarer optimismen og troen på, at de kan skalere forretningsmodellen op fra iværksæterniveauet og udvikle en egentlig vækstvirksomhed.

Iværksætterbarometeret fokuserer på virksomheder, der er højst fem år gamle. Det ligger i begrebet "iværksætter". Det kunne imidlertid også være interessant at se på, hvor store vækstforventningerne er blandt virksomheder med f.eks. 10 år bag sig. Det ligger uden for dette barometers *scope*, men til gengæld giver en årlig barometermåling mulighed for at følge udviklingen blandt de forskellige vækstsegmenter i de kommende år.

Lever resultaterne op til forventningerne? Kan de bevare optimismen? Hvilke faktorer, f.eks. ændringer i rammebetingelserne, påvirker resultater og forventninger?

Over tid vil Iværksætterbarometeret således kunne bidrage til at kortlægge, hvordan væksten udvikler sig for Danmarks iværksættervirksomheder i de tidlige år og tegne et billede af, hvilke styrker og svagheder markedet, rammevilkårene og iværksætterkulturen skaber for Danmarks udvikling af nye vækstvirksomheder.

Det er ikke givet, men der er måske større mulighed for, at de Vækstambitiøse, hvis ellers de realiserer forventningerne på toplinjen, med tiden får skabt grundlaget for nye top-100 virksomheder.

I de kommende afsnit ser vi derfor nærmere på, hvad der anno 2015 kendetegner de tre vækstsegmenter blandt iværksætterne – på tværs af en række parametre - og hvordan de forholder sig til spørgsmål, der kan have betydning for deres vækstmuligheder.

BRANCHE: IVÆRKSÆTTERE INDEN FOR "FREMSTILLINGSVIRKSOMHED" MEST VÆKSTAMBITIØSE

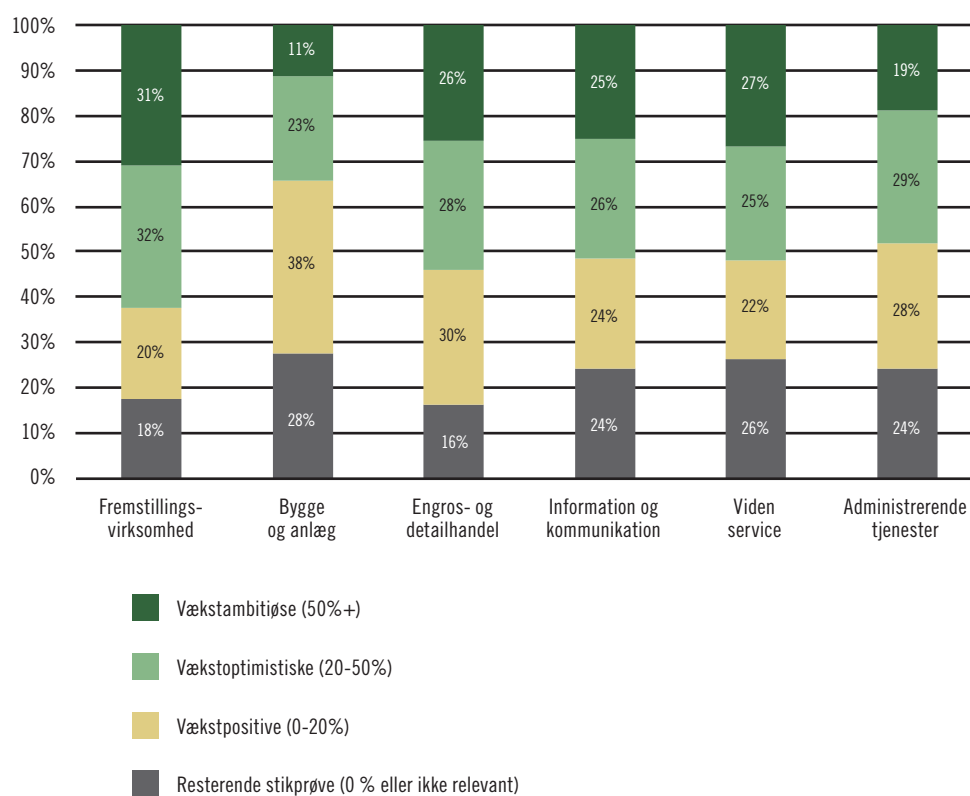
Hvis vi starter med brancherne, kommer respondenterne i undersøgelsen fra 16 forskellige brancher. I det følgende fokuseres på de seks brancher, som er hyppigst repræsenteret i undersøgelsen. Tilsammen tegner disse seks brancher sig for 72 % af respondenterne i undersøgelsen. Se figur 8.

Iværksætterne indenfor "fremstillingsvirksomhed" tror mest på vækst. 31 % af dem er Vækstambitiøse. Det er også i denne branche, at man finder de mest Vækstoptimistiske. Denne optimisme tegner umiddelbart godt for industrien i Danmark, der ellers har mistet mange job under krisen.

Brancherne "viden service", "engros- og detailhandel" samt "information og kommunikation" kommer ind på de næste pladser. Fælles for disse brancher er, at mere end hver fjerde virksomhed er Vækstambitiøs.¹⁸

18 "Information og kommunikation" inkluderer IT, telekommunikation, pressebureauer, TV-produktion, udgivelse mv. "Videns service" inkluderer forskning, reklamevirksomhed, juridisk bistand, revision, arkitektvirksomhed, rådgivnings- og konsulentvirksomhed.

Så er optimismen til omsætningen i brancherne "administrative tjenester" og især "bygge og anlæg" væsentligt mere afdæmpet, om end stadig positiv. I sidstnævnte branche er 38 % af respondenterne kun Vækstpositive.



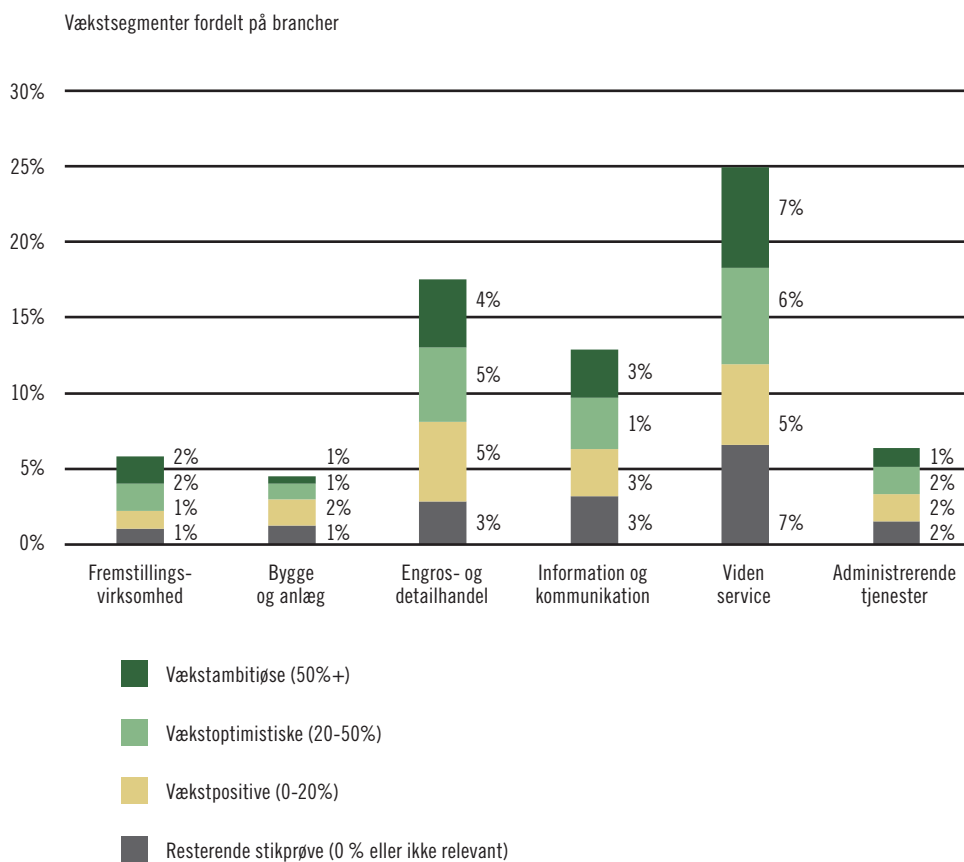
FIGUR 8 : IVÆRKSÆTTERE INDEN FOR "FREMSTILLINGSVIRKSOMHED" MEST VÆKSTAMBITIØSE

Den relative %-fordeling af respondenterne på vækstsegmenter i hver af stikprøvens seks mest repræsenterede brancher (1676 observationer).

Men som figur 9 illustrerer kan det betyde mindre i det store billede, fordi iværksætterne inden for fremstillingsvirksomhed kun udgør 6 % af respondenterne i stikprøven. Den "dominerende" branche er "viden service", der ikke bare omfatter hver fjerde iværksætter i undersøgelsen, men også tegner sig for 27 % af de Vækstambitiøse iværksættere i stikprøven.¹⁹ Det er en branche, der favner bredt – fra forskning til reklamevirksomhed.

¹⁹ Det skal dog bemærkes, at iværksættere i branchen "viden service" er overrepræsenteret i Iværksætterbarometeret i forhold til Erhvervsstyrelsens opgørelse. Se metodebeskrivelse i bilag 1.

FIGUR 9
VIDEN SERVICE
"DOMINERENDE"
BRANCHE BLANDT
IVÆRKSÆTTERNE I
UNDERSØGELSEN

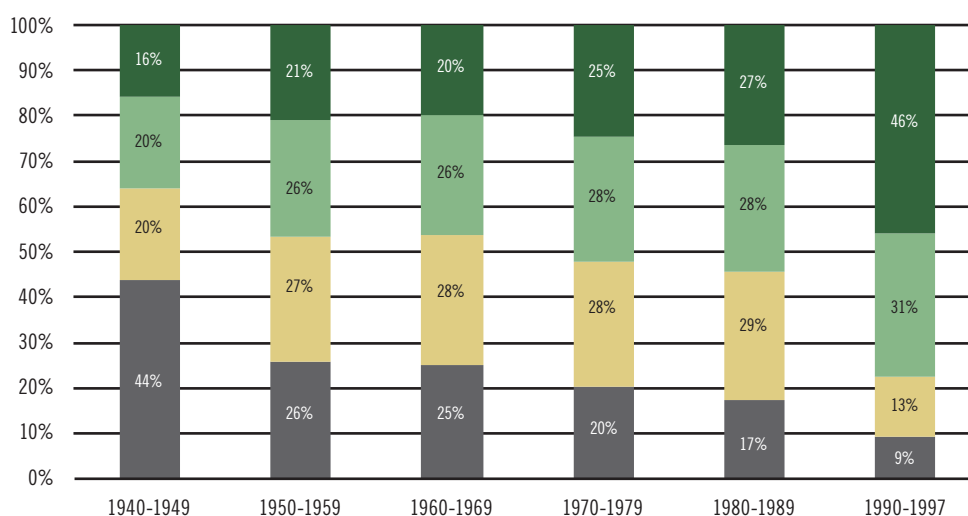


De seks mest repræsenterede brancher i undersøgelsen fordelt på vækstsegmenter (1667 respondenter). Tal i søjler er vækstsegmenternes %-andele af samlet stikprøve.

Optimismen er bl.a. værd at bemærke, fordi de tre brancher med flest Vækstambitiøse iværksættere er såkaldt "eksportintensive". I Nationalregnskabet defineres det som brancher, hvor eksporten udgør mere end 20 % af virksomhedernes samlede årlige produktion. Og potentialet for eksport er væsentligt, hvis en virksomhed gerne vil øge omsætningen og måske en dag vokse sig til en placering blandt de 100 største danske virksomheder. Det krævede i 2014 en omsætning på 4,47 milliarder kroner. Det niveau kan være svært at nå på hjemmemarkedet alene. Derfor er det interessant, at de mest vækstambitiøse iværksættere i barometeret kommer fra eksportintensive brancher.

ALDER: YNGRE IVÆRKSÆTTERE ER MEST VÆKSTAMBITIØSE

Iværksætterbarometeret viser, at op mod hver anden af de yngste iværksættere (46 %) i aldersgruppen 18-25 er Vækstambitiøse. Se Figur 10. Denne aldersgruppe tæller også flest Vækstoptimister, og kun knap hver 10. af de yngste respondenter har svaret "ikke relevant" på spørgsmålet.



FIGUR 10: YNGRE IVÆRKSÆTTERE MEST VÆKSTAMBITIØSE

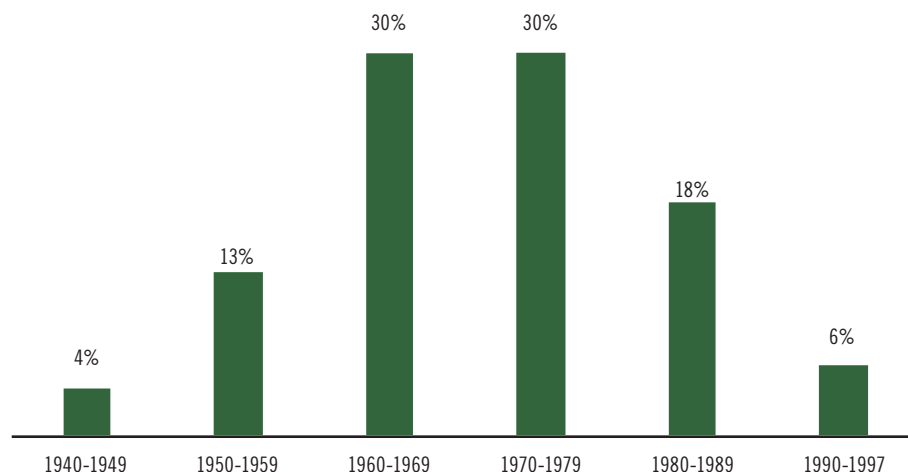
- Vækstambitiøse (50%+)
- Vækstoptimistiske (20-50%)
- Vækstpositive (0-20%)
- Resterende stikprøve (0 % eller ikke relevant)

Vækstsegmenternes %-fordeling inden for hver aldersgruppe (2322 observationer)

Der kan være mange grunde til de unges store optimisme. Drømme, myter og forestillinger om livet og mulighederne som iværksætter kan spille ind. Men det er også værd at huske på, at de unge på den ene side er vokset op i skyggen af den værste finanskrisen nogensinde, og på den anden side i en teknologisk brydningstid, hvor teknologien åbner nye muligheder for at udvikle nye produkter og forretningsmodeller og sænker omkostninger og dermed barrierer for at satse på egen virksomhed.

Hvad årsagerne end måtte være, er det et styrketegn, at de unge tror på den fremtid, som deres generation i høj grad selv skal være med til at bygge. Det hører dog med til billedet, at de unge kun udgør 6 % af den samlede stikprøve. Se figur 11.

**FIGUR 11:
IVÆRKSÆTTERE FØDT
1960-1979 UDGØR
60 % (AF STIKPRØVEN)**



Stikprøvens respondenter fordelt på fødselsår (%) (2322 observationer)

Vækstforventningernes sammenhæng med alder kunne godt bekræfte en generel forestilling i samfundet om, at det er de unge kræfter, der skal skabe fremtidens vækstvirksomheder, fordi de er mest ambitiøse. Figur 10 viser da også, at vækstforventningerne aftager efterhånden som iværksætterne bliver ældre. Allerede i den næste aldersgruppe, som omfatter *millenials* i aldersgruppen 25-35 år, er vækstoptimismen dalet betydeligt. Her er 27 % Vækstambitiøse, 28 % er Vækstoptimister og 29 % er "blot" Vækstpositive. Det er faktisk mellem den yngste aldersgruppe og aldersgruppen 25-35 år, at ændringerne er størst. Her næsten halveres antallet af Vækstambitiøse.

Derefter aftager faldet og iværksætternes forventninger om høj vækst ligger mere konstant, og trenden fortsætter op mod de ældste iværksættere i undersøgelsen, de 65-75 årige. Til gengæld stiger andelen af dem, der enten ikke forventer omsætningsvækst eller ikke mener spørgsmålet er relevant for dem. I den ældste aldersgruppe udgør denne andel 44 % af respondenterne. Det skyldes formentlig, at de nærmer sig pensionstidspunktet. 16 % af den ældste aldersgruppe er dog stadig Vækstambitiøse. Man skal heller ikke undervurdere vækstambitionerne blandt de ældre iværksættere, som ligger ret stabilt for iværksættere født i de fire årtier mellem 1950 og 1989. Mellem 20 % og 27 % i alle aldersgrupper er Vækstambitiøse.

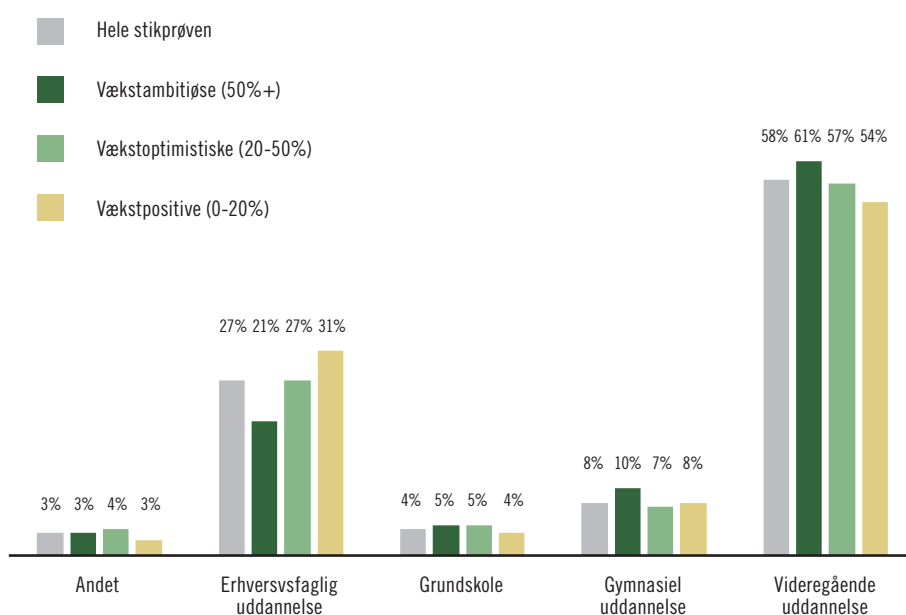
UDDANNELSE: ERHVERVSFAGLIGE IVÆRKSÆTTERE ER MINDST VÆKSTAMBITIØSE

58 % af iværksætterne i barometeret har en videregående uddannelse, og 27 % har en erhvervsfaglig uddannelse. Se figur 12. Det er kun 4 %, der har startet virksomhed med grundskolen som uddannelsesmæssig baggrund. I forhold til hele befolkningens uddannelsesmæssige baggrund,

er der blandt iværksætterne en langt større andel med en videregående uddannelse og en langt lavere andel med grundskolen som højst fuldførte uddannelse. Det vidner om, at iværksætterne generelt prioriterer at færdiggøre en uddannelse, før de starter virksomhed, snarere end at droppe ud af skolen for at gå i gang. Det kunne også tyde på, at uddannelse giver nogle færdigheder og faglige fordele, som iværksætterne gerne vil have med.

Barometeret viser ingen signifikant tendens til, at iværksættere med et højere uddannelsesniveau i bagagen også har højere vækstambitioner, f.eks. fordi man har tilegnet sig flere værktøjer til at drive egen virksomhed eller ved mere om produktudvikling og de relevante markeder. Ganske vist har 61 % af de Vækstambitiøse en videregående uddannelse, men det ligger kun lidt højere end andelen af iværksættere med en videregående uddannelse i hele stikprøven. Faktisk er der en *forholdsmæssigt* større andel blandt de Vækstambitiøse med en gymnasial eller grundskole baggrund.

Til gengæld er der relativt færre Vækstambitiøse iværksættere med en erhvervsfaglig uddannelse. Den største gruppe med den baggrund er Vækstpositive og forventer altså en omsætningsvækst på 0-20 % på et år. Denne gruppe er næsten 50 % større end de Vækstambitiøse med samme uddannelsesbaggrund.



FIGUR 12: IVÆRKSÆTTERE MED ERHVERVSFAGLIG UDDANNELSE ER RELATIVT MINDRE VÆKSTAMBITIØSE

Vækstsegmenterne fordelt på højst fuldførte uddannelse sammenlignet med hele stikprøven (2327 observationer)

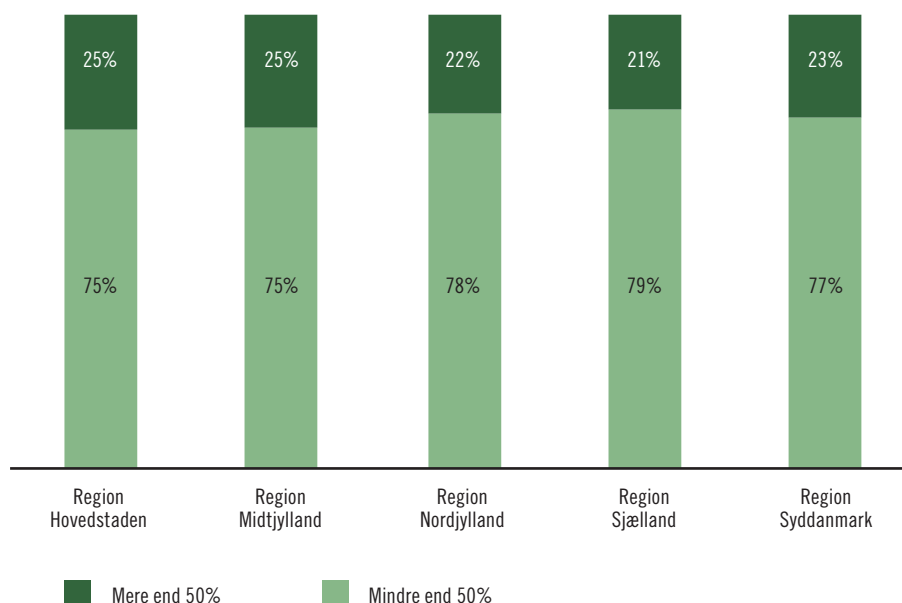
De relativt lavere vækstambitioner hos iværksættere med erhvervsfaglig uddannelse kan hænge sammen med, hvilke brancher de typisk starter virksomhed indenfor. Det kan tænkes, at vækstforventningerne er lidt mere moderate blandt f.eks. håndværksvirksomheder eller inden for visse detailområder.

GEOGRAFI: KRAFTCENTRENE KUN LIDT MERE VÆKSTAMBITIØSE END PROVINSEN

Der har igennem længere tid været megen debat om forskellene på by og land og det såkaldte "udkantsdanmark" og en række forslag til, hvordan man kunne styrke erhvervsudviklingen uden for de største byer. På baggrund af dette nationale tema, er det derfor interessant at se nærmere på, hvad vækstforventningerne er på tværs af regioner.

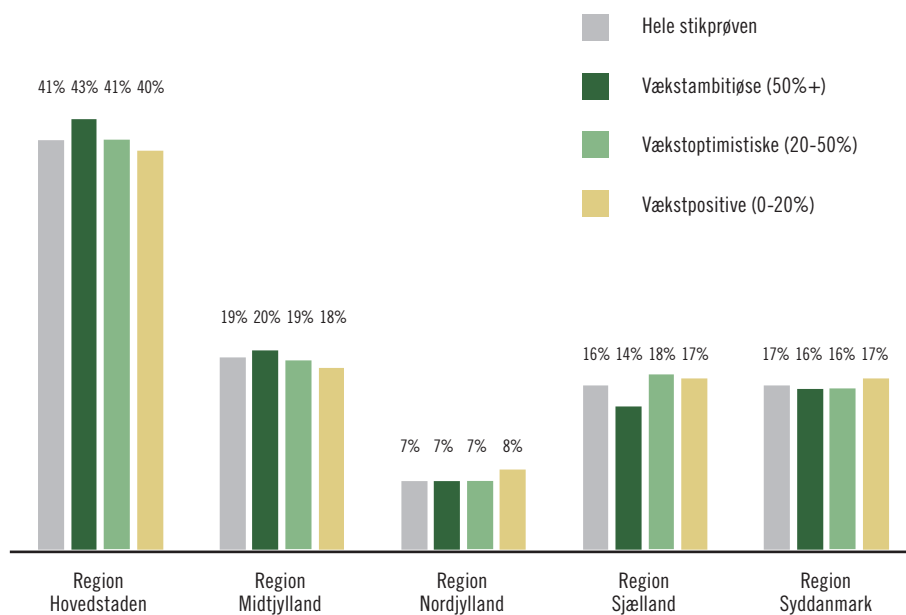
Og resultatet er lige så interessant. Barometeret viser, at der ikke er nogen signifikante regionale forskelle i iværksætternes forventninger til vækst. Ganske vist er forventningerne en kende mere optimistiske i Region Hovedstaden og Region Midtjylland, som omfatter de store byer København og Århus. Men i alle landets regioner ligger andelen af Vækstambitiøse i spændet fra 21 % til 25 % af undersøgelsens population. Se figur 13.

FIGUR 13: REGIONAL ENSARTETHED I VÆKSTAMBITION



Den relative fordeling af respondenter i de fem forskellige regioner, der henholdsvis forventer en øget omsætning på op til 50 % og mere end 50 % (2327 observationer).

Figur 14 viser vækstsegmenterne mere detaljeret i landets regioner. Andelen af Vækstambitiøse i både Hovedstaden og Midtjylland er forholdsvis lidt højere end disse regioners andel af stikprøven. Til gengæld er den lidt lavere i de tre øvrige regioner, især Region Sjælland. Men forskellene er små.



FIGUR 14: HOVEDSTADEN OG MIDTJYLLAND KUN EN KENDE MERE VÆKSTAMBITIØSE

De tre vækstsegmenters relative fordeling på region sammenlignet med hele stikprøven. %-andelene for de fem regioner summer til 100 %.

Pointen – og den gode nyhed – er, at danske iværksættere generelt er et optimistisk folkefærd, uanset om de befinder sig i eller uden for de større iværksætermiljøer. Den i store træk negative debat om ”udkantsområdernes” erhvervs-mæssige fremtidsmuligheder preller åbenbart af på iværksætterne i provinsen. Det tyder på, at der er relativt få geografiske barrierer, og at afstanden til de større iværksætermiljøer, hvor der blandt andet er bedre adgang til kapital og viden, er relativt lille i Danmark.

JOBVÆKST ELLER JOBLØS VÆKST?

En anden vigtig faktor til at måle fremskridt for iværksættervirksomhederne er deres behov for at ansætte arbejdskraft. Derfor spørges der i Iværksætterbarometeret til forventninger om at øge antallet af medarbejdere i virksomheden "inden for de kommende 12 måneder". Antal og vækst i ansatte er også det mål, der bruges for vækstiværksættere.

Nye virksomheder skaber mange af de nye job i samfundet. I 2008 eksempelvis stod disse virksomheder anslået for 45 % af nettojobskabelsen.²⁰ Selvom de etablerede virksomheder tegner sig for langt hovedparten af den samlede beskæftigelse, er de nye virksomheders evne til at skabe job vigtig, fordi disse job typisk er forankrede i Danmark, mens de store virksomheder ofte også skaber job i udlandet, som ikke direkte gavner det danske samfund.

Derfor er iværksætternes forventninger til nye ansættelser en vigtig strømpil for udviklingen i iværksættersamfundet.

Men beskæftigelse er også et mindre entydigt mål for fremskridt end virksomhedernes omsætning. For eksempel er økonomisk vækst ofte, men ikke altid, synonym med jobvækst. Virksomhedernes omsætning kan vokse uden, at de skaber nye job. Siden finanskrisen er "jobløse opsving" blevet et mere fremtrædende tema f.eks. i USA, hvilket bl.a. kan hænge sammen med digitalisering og automatisering af jobfunktioner.

Det bringer de to scenarier for iværksættersamfundet, som vi skitserede i Del 1, i fokus igen.

I *Freelancerlandskabet* kan en underskov af små, nye virksomheder som sagt omdanne lønmodtagerjob til iværksætterjob blandt dem, der starter virksomhederne. Men de skaber ikke nødvendigvis løbende nye arbejdspladser for andre i selve virksomhederne. Til gengæld skaber de måske arbejdspladser i andre små virksomheder, som de samarbejder med i netværk.

I *Innovationsøkonomien* vokser flere iværksættervirksomheder sig større hurtigere og skaber mange faste job inden for virksomhedernes egne vægge, såvel som hos andre virksomheder, nye som etablerede.

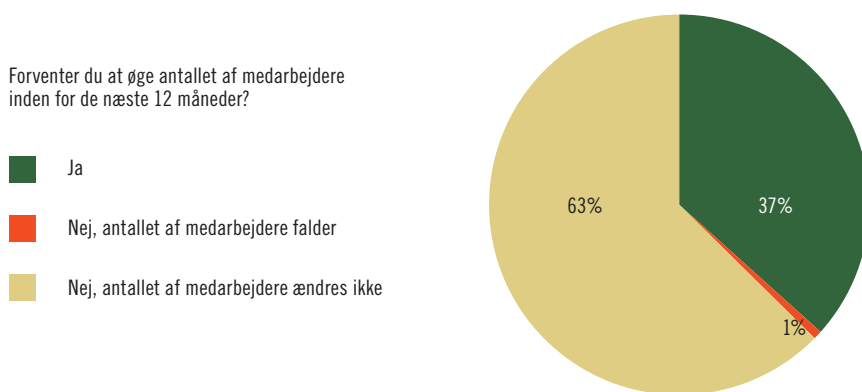
Iværksætterbarometer 2016 giver indikationer, men ikke endegyldige svar på, hvilket af de to scenarier Danmark står i eller bevæger sig imod. Nettojobskabelsen på samfundsniveau, der kan henføres til iværksætteri, er vanskelig at indfange i en enkelt barometermåling som denne. Men ved også at spørge iværksætterne om deres jobforventninger i et 12-måneders perspektiv, og gentage undersøgelsen årligt, vil vi over tid kunne bidrage til billedet af, hvordan de nye virksomheder influerer på jobskabelsen på et arbejdsmarked under forandring.

Her er det billede, der tegner sig i dag.

20 "Iværksættersamfundet" s. 19.

JOBOPTIMISME, MEN PÅ LAVERE AMBITIONSNIVEAU

Iværksætterbarometeret viser, at en pæn andel af iværksætterne tror på, at de kommer til at skabe nye job. Mere end hver tredje iværksættervirksomhed (37 %) forventer at øge antallet af medarbejdere "inden for de næste 12 måneder". Se figur 15.



FIGUR 15: FLERE END HVER 3. IVÆRKSÆTTER FORVENTER FLERE MEDARBEJDERE

Andelen af respondenter, der forventer, at antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder henholdsvis øges, falder eller ikke ændres. Hele stikprøven (2327 observationer)

Det er et tegn på optimisme blandt iværksættervirksomhederne, men optimismen er ikke lige så stor som i forhold til omsætning, hvor 83 % af iværksætterne forventer en øget omsætning.

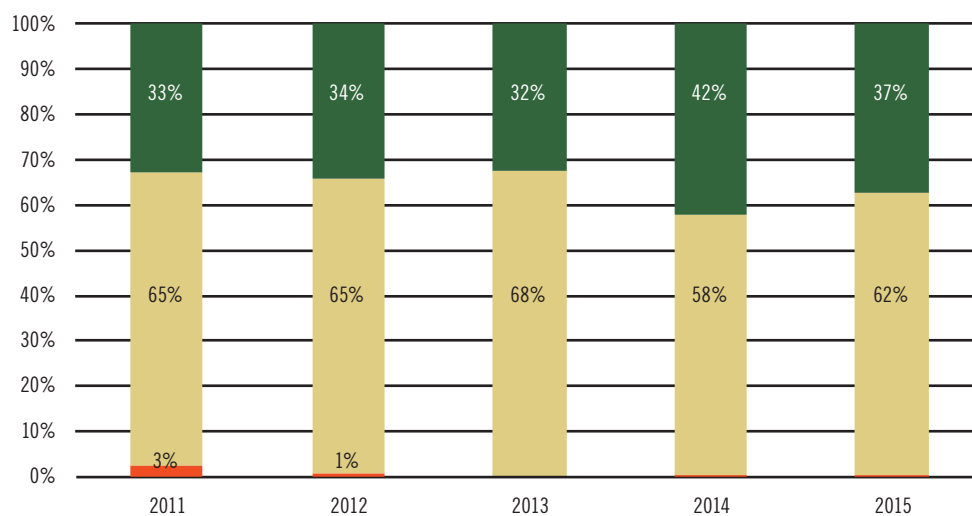
ALDER: JOBOPTIMISME RELATIVT UAFHÆNGIG AF VIRKSOMHEDENS ALDER

Til gengæld favner optimismen relativt bredt, når man ser på virksomhedernes alder. Se figur 16. Forventningerne til at øge antallet af medarbejdere er størst i virksomhedernes tidligste år.

Det er interessant, at en betydelig andel virksomheder allerede forventer at ansætte flere medarbejdere året efter deres etablering. Det tyder på, at virksomhederne har ambitioner om hurtig vækst og udvikling fra den tidligste fase og om at være mere end freelancer-virksomheder. På det punkt har de potentiale til at blive vækstiværksættere.

Der kan selvfølgelig være tale om en beskeden udvidelse af medarbejderstaben med en enkelt ny medarbejder, en deltidsansat eller en student (undersøgelsen opgør ikke antal eller type). Men forventningen afspejler ikke desto mindre en ambition om at blive arbejdsgiver for andre.

**FIGUR 16:
RELATIVT ENSARTEDE
FORVENTNINGER TIL
NYE ANSATTE UANSET
VIRKSOMHEDENS
ALDER**



Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

■ Ja ■ Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke ■ Nej, antallet af medarbejdere falder

%-fordeling af respondenter, der forventer, at antallet af medarbejdere hhv. øges, falder eller ikke ændres fordelt på virksomhedens etableringsår (2260 observationer).

Til gengæld er det ikke opmuntrende, at andelen af virksomheder, der vil øge antallet af medarbejdere, ikke vokser mere i løbet af de første fem år af virksomhedens eksistens. Især hvis målsætningen er at udvikle Danmark til en Iværksætterøkonomi.

Virksomhederne etableret i 2014 har lidt højere forventninger end de nystartede virksomheder, men derefter falder forventningerne igen til et lavere niveau for de virksomheder, der er etableret i perioden 2011-2013. Forskellene er ikke større end, at der kan være tale om tilfældigheder. Men hvis vi i Danmark har ambitioner om at få flere virksomheder, der relativt hurtigt skaber nye arbejdspladser, herunder som erstatning for dem, der forsvinder til udlandet eller robotterne, lader udviklingen noget tilbage at ønske. I årene 2009-2013 blev der f.eks. netto 155.289 færre jobs i Danmark.²¹

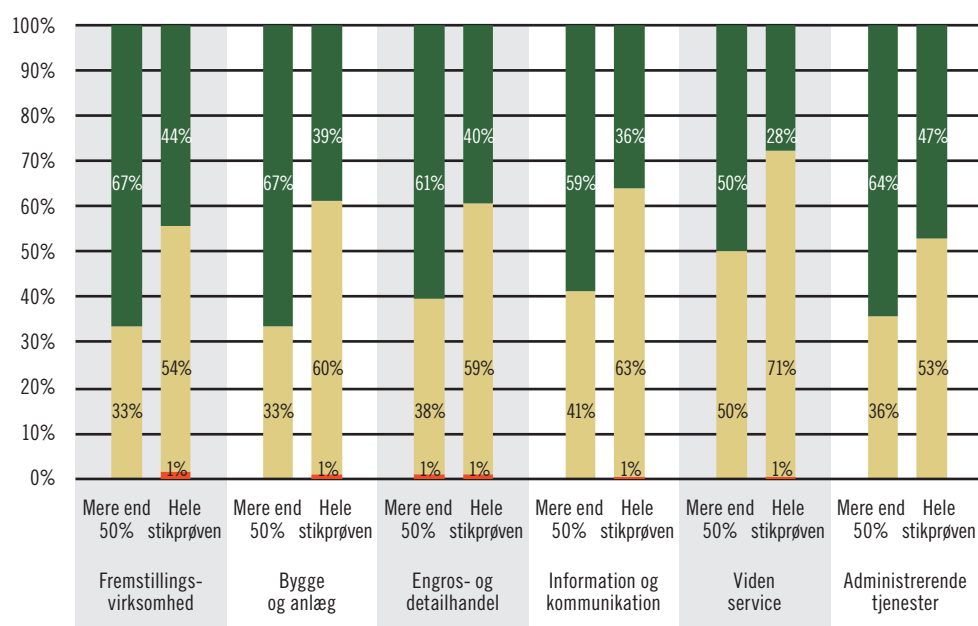
BRANCHE: FREELANCERLANDSKAB ELLER INNOVATIONSØKONOMI?

Mange af de job, der er mest udsatte for udflytning og automatisering, befinder sig inden for fremstillingsvirksomhed, f.eks. "klassisk" industriproduktion.

I lyset af, at antallet af job i industrien faldt med 76.828 i årene efter finanskrisen (2009-13)²², er det et godt tegn, at op mod halvdelen (44 %) af de nye virksomheder inden for "fremstillingsvirksomhed" forventer at øge antallet af ansatte. Se figur 17.

21 Kilde: Danmarks Statistik, Erhvervsbeskæftigelsesstatistik

22 Op.cit.



FIGUR 17: ADMINISTRATIVE TJENESTER OG FREMSTILLING MEST "HYRE-OPTIMISTISKE" (HELE STIKPRØVEN)

Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

■ Ja
 ■ Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke
 ■ Nej, antallet af medarbejdere falder

Procentfordeling i hver af stikprøvens seks mest repræsenterede brancher på spørgsmålet om at "øge antallet af medarbejdere" (1676 observationer). Viser både procentfordelingen blandt alle respondenter i den enkelte branche ("hele stikprøven"), samt blandt de respondenter i den enkelte branche, der forventer en øget omsætning med mere end 50 %.

Det viser, at fremstillingsvirksomhed stadig kræver kompetente medarbejdere, ikke kun maskiner. Udfordringen er, at kun 3 % af den samlede stikprøve er fremstillingsvirksomheder, der forventer at øge omsætningen. De skal altså skabe mange nye job, før det kan mærkes. Se figur 18.

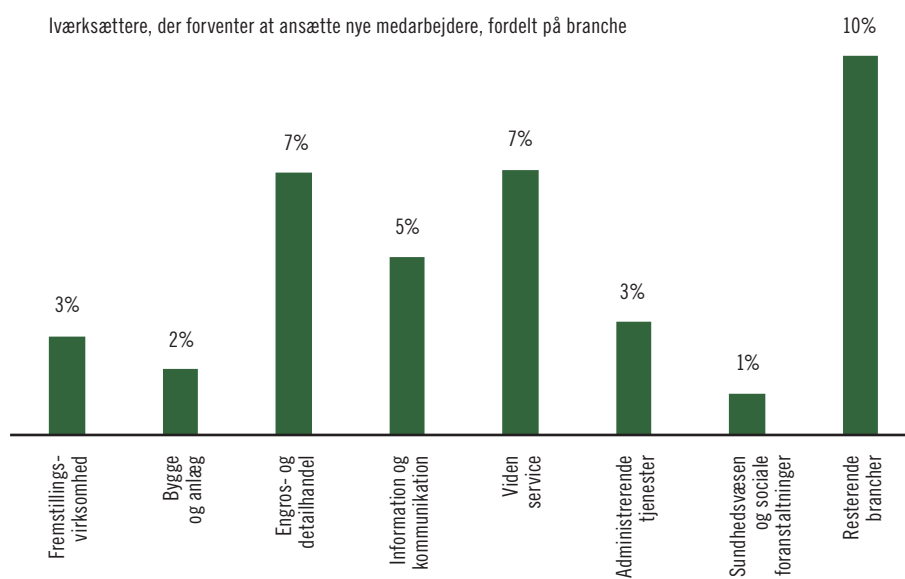
Til gengæld forventer en mindre andel af iværksætterne inden for brancherne "viden service" og "information/kommunikation" at ansætte flere medarbejdere.

Der er tre grunde til, at det er værd at bemærke. For det første tegner disse to brancher sig alene for 38 % af iværksættervirksomhederne i undersøgelsen.²³ For det andet, kommer omtrent hver fjerde iværksættervirksomhed i undersøgelsen fra branchen "viden service", som dermed er den største. Men det er altså ikke den branche, hvor ambitionen om at ansætte flere medarbejdere er højest, når man ser på hele stikprøven. Det er imidlertid den branche, hvor den største andel forventer omsætningsvækst på 50 %+, så her svækkes sammenhængen mellem vækst på toplinejen og vækst i antal medarbejdere. For det tredje omfatter begge brancher erhverv, der forventes at vokse i fremtiden. Det gælder f.eks. softwareudvikling. Det er også erhverv, som ikke afhænger nævneværdigt af en bestemt geografisk placering eller in-house produktion (og dermed egne, fastansatte medarbejdere).

Isoleret set trækker det således mere i retning af Freelancerlandskabet end Innovationsøkonomien.

²³ Det er en større andel end de to brancher udgår i Erhvervsstyrelsens registeropgørelse. Omvendt er der en væsentligt større andel "uoplyst" branche i sidstnævnte. Denne kategori kan således også omfatte virksomheder fra de to brancher.

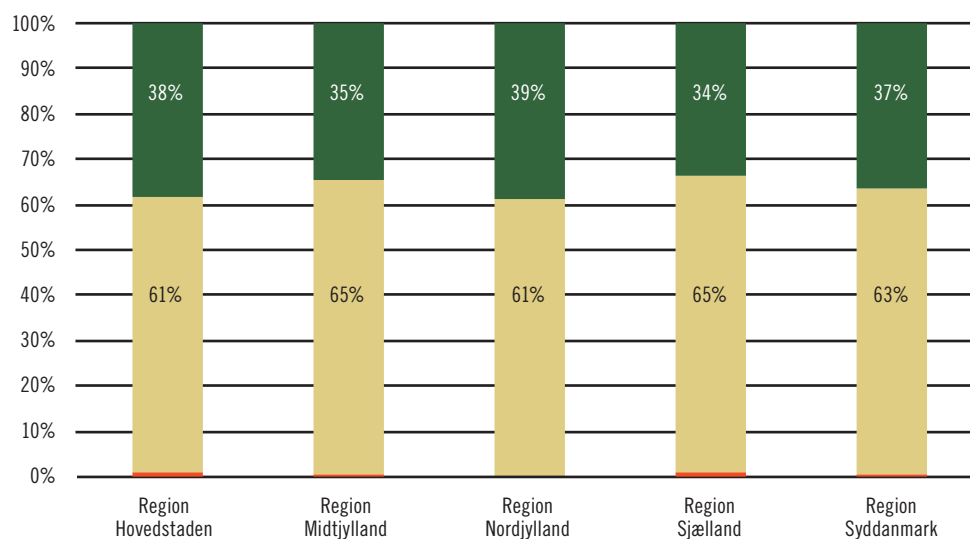
**FIGUR 18:
BRANCHEANDELE, DER
HAR FORVENTNINGER
OM AT ANSÆTTELSE**



Procentandelen af respondenter i hele stikprøven, der forventer at antallet af nye medarbejdere øges inden for de næste 12 måneder fordelt på branche (853 observationer svarende til 37 % af hele stikprøven).

GEOGRAFI: OPTIMISMEN ER JÆVNT FORDELT

Den parameter, hvor optimismen er mest jævnt fordelt, er faktisk geografi. Nordjyske og Københavnske iværksættere er mest optimistiske i deres forventninger til at øge medarbejderantallet, men kun en kende mere end iværksætterne i de øvrige regioner i landet. Se figur 19.



FIGUR 19:
JOBOPTIMISMEN
FORDELER SIG JÆVNT I
LANDET

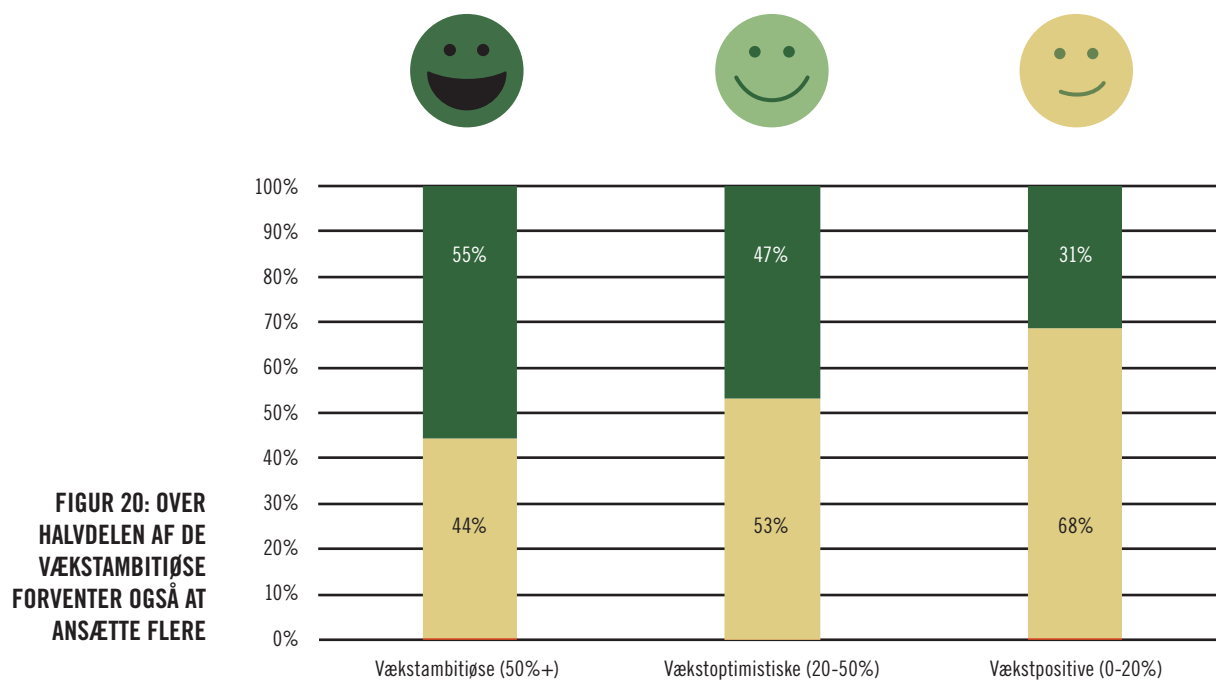
Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

- Ja
- Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke
- Nej, antallet af medarbejdere falder

Procentfordeling af respondenter i hver af de fem regioner (2327 observationer), der forventer, at antallet af medarbejdere i virksomheden inden for de næste 12 måneder hhv. øges, falder eller er uændret.

Også på dette område sætter tallene forholdet mellem "storby" og provins i relief. Man kunne have en teori om, at en højere koncentration og succesrate i byernes iværksættermiljøer ville smitte af på beskæftigelsesforventningerne. Men lige som med virksomhedernes forventninger til omsætningsvækst, er der ingen signifikante forskelle. Når man ser på de regionale tal for iværksætternes forventninger til omsætning og ansættelser under ét, er det svært at genfinde det ofte ganske sort/hvide billede, som skitseres i debatten om "udkanten".

Hvis vi ser på tallene gennem en vækstoptik, er det især de Vækstambitiøse iværksættere, der også forventer at skabe flere job. Op mod dobbelt så mange Vækstambitiøse som Vækstpositive iværksættere forventer at ansætte flere medarbejdere inden for et år. Se figur 20.



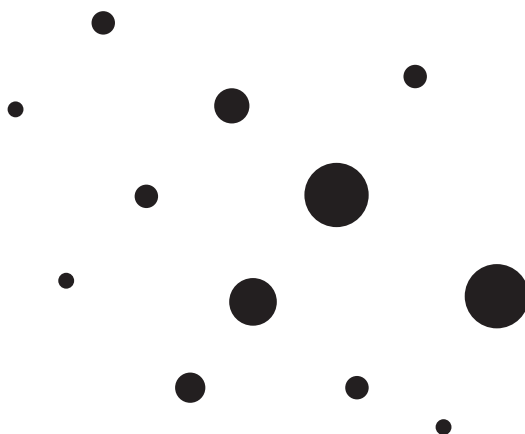
Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

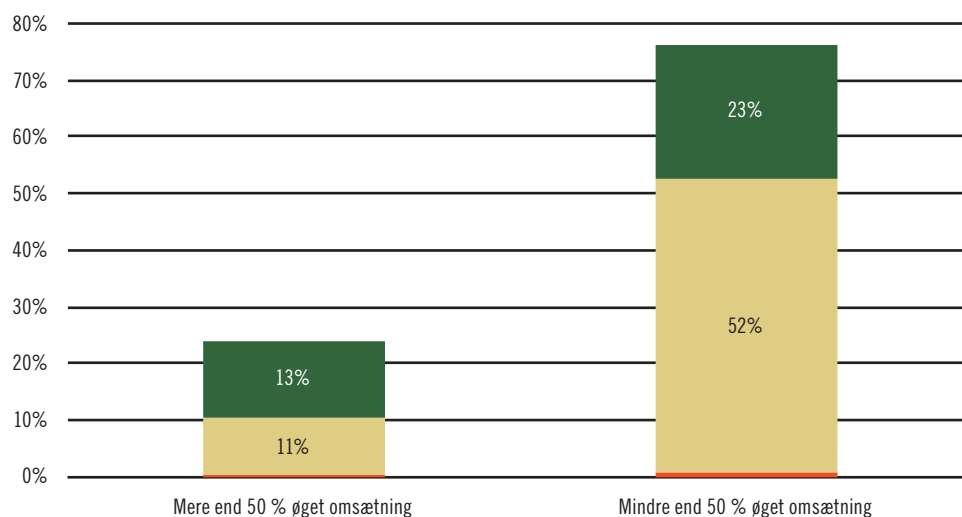
- Ja
- Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke
- Nej, antallet af medarbejdere falder

Andel af respondenter, der forventer, at antallet af medarbejdere øges, falder eller er uændret fordelt på hhv. Vækstambitiøse, Vækstoptimistiske og Vækstpositive (%).

Gruppen af iværksættere, der både er mest optimistiske i forhold til omsætningsvækst og jobskabelse er umiddelbart mest interessant i et erhvervs-mæssigt og samfundsøkonomisk perspektiv. De skaber ikke bare potentielt kraftig økonomisk vækst for sig selv, men deres aktiviteter og drive skaber også indtægtsgrundlag for andre og økonomisk afkast til samfundet. Umiddelbart er det denne gruppe, som rummer mest potentiale i forhold til at skabe fremtidens vækstvirksomheder.

Men de udgør også kun en lille gruppe på 13 % af iværksætterne i undersøgelsen. Se figur 21.





FIGUR 21: DE VÆKSTAMBITIØSE, DER OGSÅ ANSÆTTER, UDGØR 13 % AF DEN SAMLEDE STIKPRØVE

Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

- Ja
- Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke
- Nej, antallet af medarbejdere falder

Procentfordelingen blandt de respondenter (2326 observationer), der forventer en øget omsætning på hhv. op til eller mere end 50 %, samt forventer at antallet af medarbejdere i virksomheden inden for de næste 12 måneder enten øges, falder eller ikke ændres.

Til sammenligning forventer 23 % af iværksætterne at øge omsætningen, ganske vist med mindre end 50 %, men samtidig med, at de øger antallet af medarbejdere.

Denne gruppe bestående af Vækstoptimister og Vækstpositive har således også potentiale, hvis målsætningen først og fremmest er at skabe nye job.

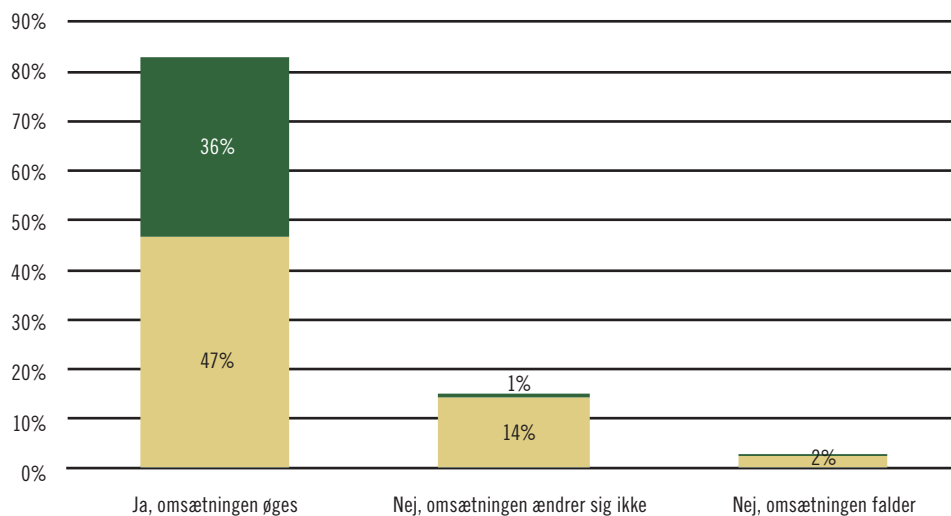
Det er desuden værd at huske på, at undersøgelsens data baserer sig på iværksætternes egne, subjektive vurderinger af det kommende år i deres virksomhed samt, at der i undersøgelsen ikke er spurgt til, hvor mange flere medarbejdere, virksomhederne forventer at ansætte. Fremtidig dataindsamling vil give mulighed for at teste, om iværksætternes forventninger blev indfriet, og eventuelt i hvor stort omfang. Under alle omstændigheder er det vigtigt ikke at overse det økonomiske og beskæftigelsesmæssige potentiale i gruppen af iværksættervirksomheder med knap så store forventninger til egen vækst.

Jobløs vækst?

Iværksætterbarometer 2016 viser ganske vist også optimisme blandt iværksætterne i forhold til at ansætte flere. Men optimismen er trods alt væsentligt mere afdæmpet end iværksætternes forventninger til omsætningsvækst, hvor 83 % forventede stigende omsætning.

Og når data kombineres fremgår det, at næsten halvdelen af alle respondenter i undersøgelsen forventer jobløs vækst i det kommende år (fra dataindsamlingsstidspunktet). Se figur 22.

**FIGUR 22:
47 % FORVENTER
JOBBLØS VÆKST**



Forventer du at øge antallet af medarbejdere inden for de næste 12 måneder?

- Ja
- Nej, antallet af medarbejdere ændres ikke
- Nej, antallet af medarbejdere falder

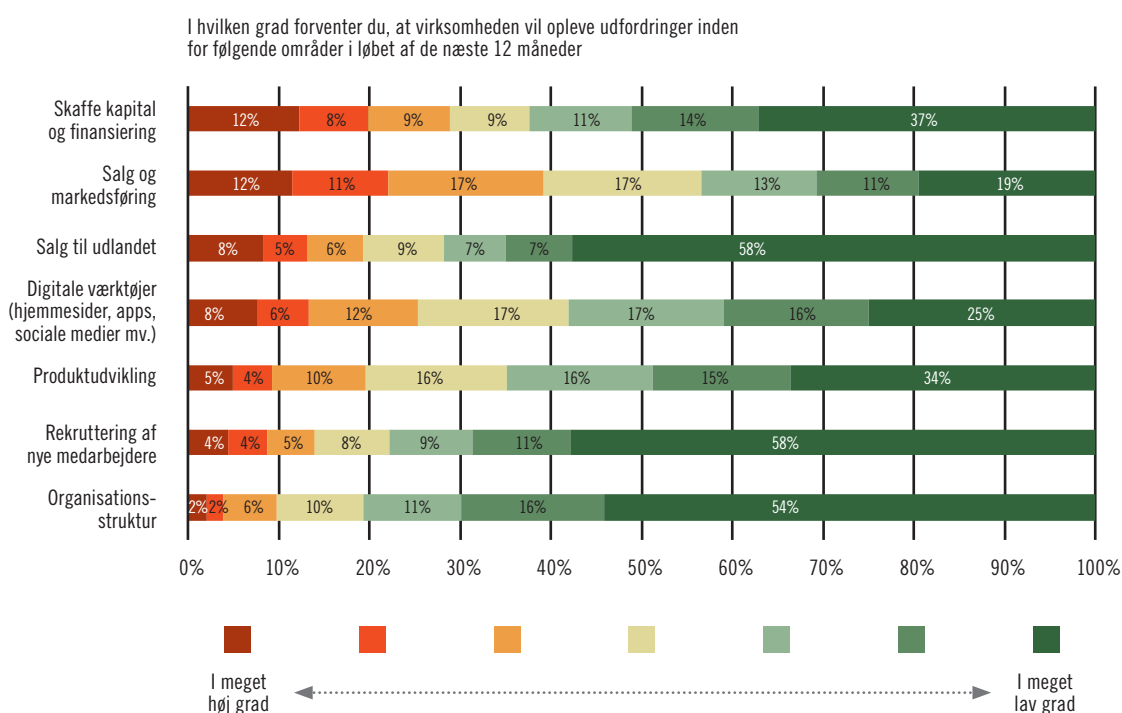
Andel af iværksættere, der forventer hhv. jobløs vækst, jobskabende vækst eller ingen positiv vækst (%). (2327 observationer).

Det er en vigtig pointe. For tallet puster til bekymringen om, at en ellers sund økonomisk vækst i iværksætter-Danmark ikke i særlig høj grad skaber nye, faste arbejdspladser. Måske fordi virksomhederne i højere grad løser opgaverne ved hjælp af eksterne leverandører og/eller mere teknologi frem for fastansatte medarbejdere. Hvad end grunden er, peger Iværksætterbarometeret på dette område mere i retning af Freelancerlandskabet end Innovationsøkonomien. På nuværende tidspunkt indfanger barometeret eller jobstatistikkerne ikke, hvis de deltagende virksomheders voksende omsætning f.eks. skaber job hos underleverandører (f.eks. andre iværksættervirksomheder) eller etablerede virksomheder.

UDFORDRINGER OG RAMMEVILKÅR

Iværksættere kan have mange udfordringer. Og udfordringerne kan være meget forskellige afhængig af virksomhedens branche, alder, geografiske placering mv. Udfordringerne kan i sidste ende vokse sig så store, at virksomheden ikke kan overleve.

Derfor undersøger Iværksætter-barometeret iværksætternes syn på en række af de mest almindelige udfordringer, som de kan stå overfor i hverdagen. Se figur 23.



FIGUR 23: MANGE IVÆRKSÆTTERE FORVENTER UDFORDRINGER INDEN FOR SALG OG MARKEDSFØRING, FINANSIERING OG DIGITALE VÆRKTØJER

Procentvis fordeling af respondenter, der i varierende grad forventer at opleve udfordringer inden for de næste 12 måneder inden for syv forskellige områder. (2327 observationer).

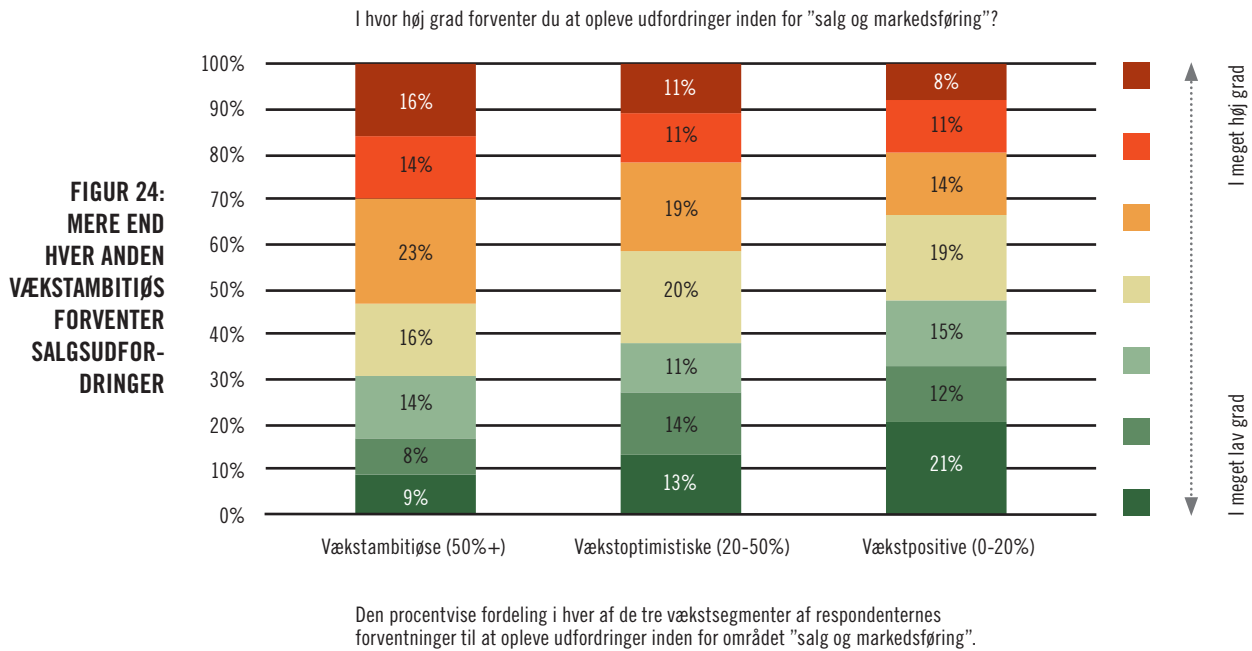
SALG OG MARKEDSFØRING

Især et område skiller sig ud. 38 pct. af iværksætterne forventer "i høj grad" at opleve udfordringer inden for salg og markedsføring i løbet af "de næste 12 måneder". Den store andel kan hænge sammen med, at nye virksomheder i sagens natur skal finde fodfæste, opbygge en kundekreds og synliggøre deres produkter i markedet, og at det ikke kommer af sig selv.

Andelen kan også afspejle, at iværksætterne især har fokus på at sælge for at øge omsætning og cash flow. Det er kun et godt tegn, hvis man gerne vil have sin virksomhed til at vokse. Men svaret kan også afspejle forventningen til markedets og økonomiens tilstand et år frem, som iværksætterne ser den.

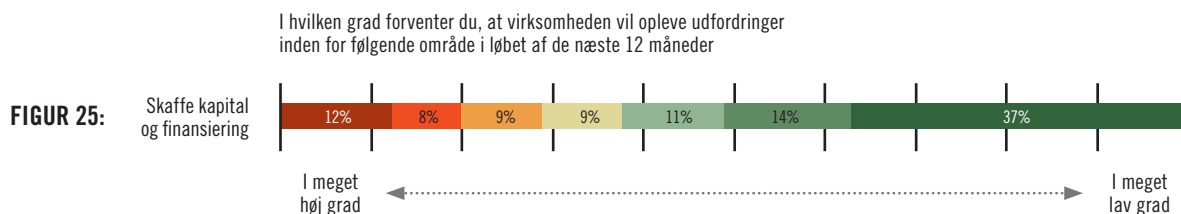
Uanset årsagen er det i sig selv vigtigt, at salg og marketing skiller sig ud som den største udfordring. Det gør det automatisk til et emne, som vi bør have fokus på i erhvervspolitikken, iværksættermiljøerne og i den individuelle virksomhedsrådgivning.

Det understreges af, at andelen, der forventer udfordringer inden for salg og markedsføring er endnu større, når vi udelukkende ser på de Vækstambitiøse iværksættere. Her topper emnet listen over forventede udfordringer ("i høj grad") med 53 %. Se figur 24.



KAPITAL

Næste udfordring på listen er adgang til kapital. 29 % af respondenterne forventer, at virksomheden i høj grad vil opleve udfordringer i forhold til at skaffe kapital og finansiering. Se figur 25.



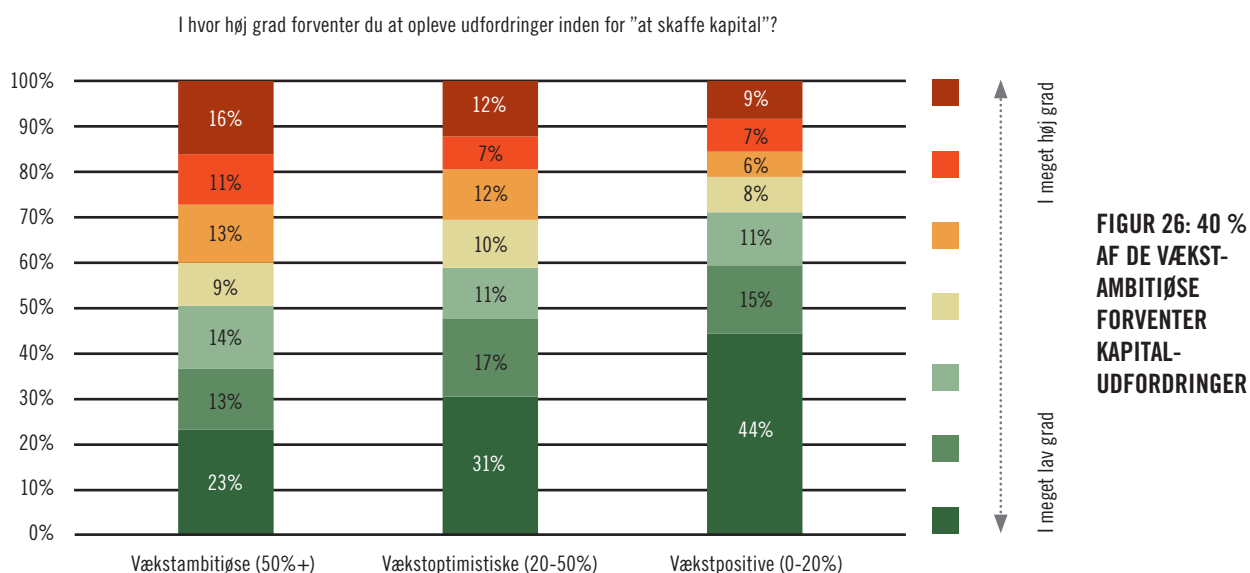
Adgang til kapital er en "klassiker" inden for iværksætterverdenen og ofte debatteret. Nogle internationale undersøgelser viser, at kapitalmarkedet for nye virksomheder er mere udviklet i lande eller områder, som Danmark gerne vil sammenligne sig med, og ikke mindst i forhold til de førende iværksættermiljøer i verden, som Silicon Valley, Israel, London m.fl. I en europæisk landekontekst er adgangen til den tidlige vækstkapital, herunder venturekapital, imidlertid fornuftig i Danmark. Således er Danmark nr. 1 i forhold til rejste penge i tidlig vækstkapital, men kun nummer 7, når det kommer til investeringer i Danmark. Således investerer danske venturefonde dele af deres midler i udenlandske virksomheder, og de danske virksomheder har ikke en lige så stærk tiltrækningskraft i forhold til udenlandsk kapital.

I den sammenhæng skal det pointeres, at venturekapital er en kapitalform, som alene går til en *meget* lille gruppe af virksomheder. Langt hovedparten af danske iværksættere skal finde deres kapital i banken, realkredit, leasing mv. Det er specielt den bankfinansierede kapital, som det efter finanskrisen er blevet vanskeligere for virksomhederne at få adgang til²⁴.

Iværksætterbarometeret undersøger, hvordan iværksætterne selv oplever deres vilkår og muligheder, herunder adgangen til kapital. Det betyder ikke, at alle nye virksomheder har en forretning, der er attraktiv for investorer, og at de derfor naturligt skal have bedre adgang til kapital.

Ikke desto mindre bør det være et fokuspunkt, at knap tre ud af ti virksomheder ser kapital som en udfordring, fordi det gør dem mere eksponerede overfor ustabil omsætning i virksomhedens etableringsfase, og i værste fald kan medføre, at virksomheden løber tør for penge.

En endnu større andel, nemlig 40 % af de vækstambitiøse iværksættere i undersøgelsen, forventer at opleve udfordringer med adgang til kapital. Se figur 26.



Den procentvise fordeling i hver af de tre vækstsegmenter af respondenternes forventninger til at opleve udfordringer inden for området "at skaffe kapital".

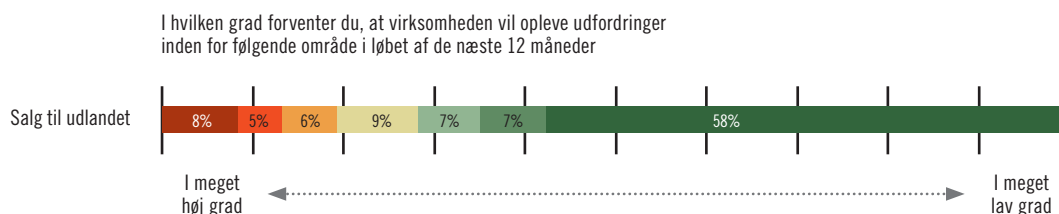
På den ene side regner denne gruppe med at øge omsætningen med 50-100 %+ på bare ét år. På den anden side forventer fire ud af ti, at det bliver en udfordring at skaffe kapital til væksten.

Det kan fortolkes på flere måder. Måske er de Vækstambitiøse *for* optimistiske. Det kan bedre vurderes efter næste måling i barometeret. Det kan være, at de bygger forventningerne på at tjene nok til at investere i forretningen for at øge omsætningen. Der er også den mulighed, at de forventer at overvinde eventuelle udfordringer, herunder undervejs at skaffe den fornødne kapital til at indfri vækstforventningerne. Det fremgår ikke direkte af undersøgelsen.

24 Ifølge Danmarks Statistikbank fik 3 % af de virksomheder der søgte finansiering i banken afslag i 2007. I 2014 var andelen steget til 22 %. Ligeledes fik 5 % afslag fra realkreditinstitutter i 2007. I 2014 var tallet 38 %.

EKSPORT

I betragtning af den generelle opmærksomhed på globalisering og international konkurrence er det også interessant, at kun en mindre andel af virksomhederne ser "salg til udlandet" (eksport) som en større udfordring. Se figur 29



FIGUR 29

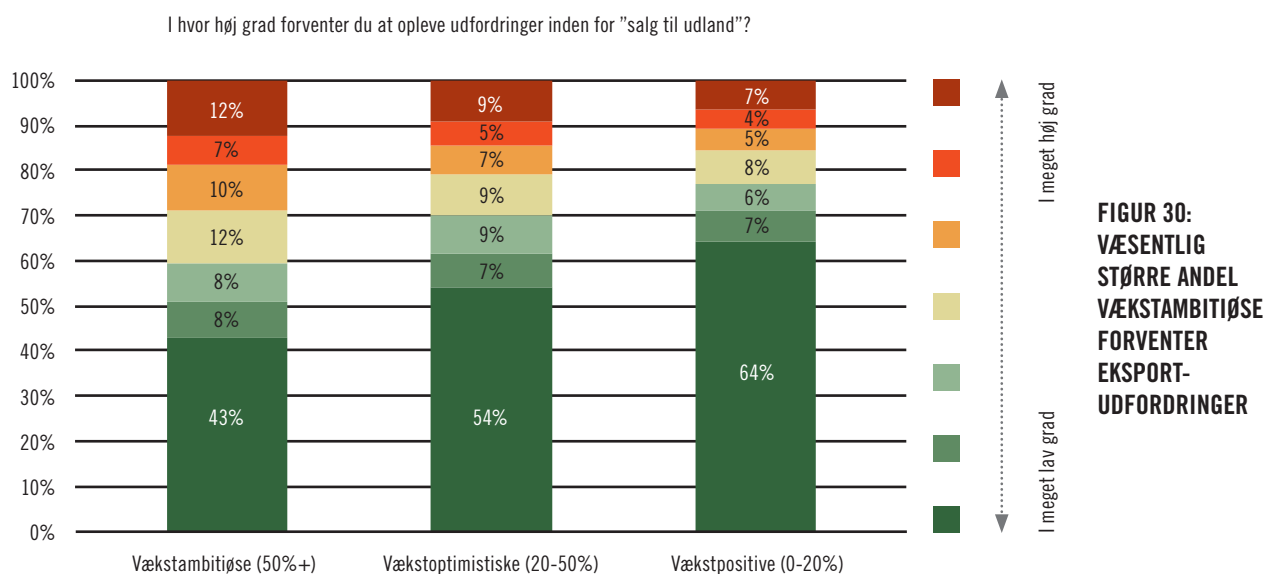
Det kan selvfølgelig skyldes, at eksporten kører godt. Mere sandsynligt hænger det nok sammen med virksomhedernes alder og udviklingsstadiet – at de endnu kun opererer på det nationale marked.

Det kan imidlertid også hænge sammen med virksomhedernes brancher og ambitionsniveau.

Mange iværksættere i "udkantsområderne" har tendens til at beskæftige sig inden for mindre eksportintensive brancher. På Sjælland og i Nordjylland er der fx en større andel af iværksættere, der mener, at eksport ikke er relevant for deres virksomhed.

Der er selvfølgelig intet problem i at basere sin virksomhed på hjemmemarkedet, hvis det er stort nok. Og det er naturligt for nye virksomheder at fokusere dér først. Men vi ved også, at eksport typisk er en stor vækstdriver. Hvis vi skal udvikle flere nye vækstvirksomheder i Danmark skal eksporten mere i fokus. Især hvis ambitionen er at få flere *startups* til at udvikle sig til *scaleups*.

I den sammenhæng viser barometeret, at der er omtrent 81 % flere Vækstambitiøse, der i høj grad forventer udfordringer med eksporten end Vækstpositive. Se figur 30. Det giver en indikation om potentialet hos de Vækstambitiøse i forhold til eksport og skalérbare vækstmuligheder.

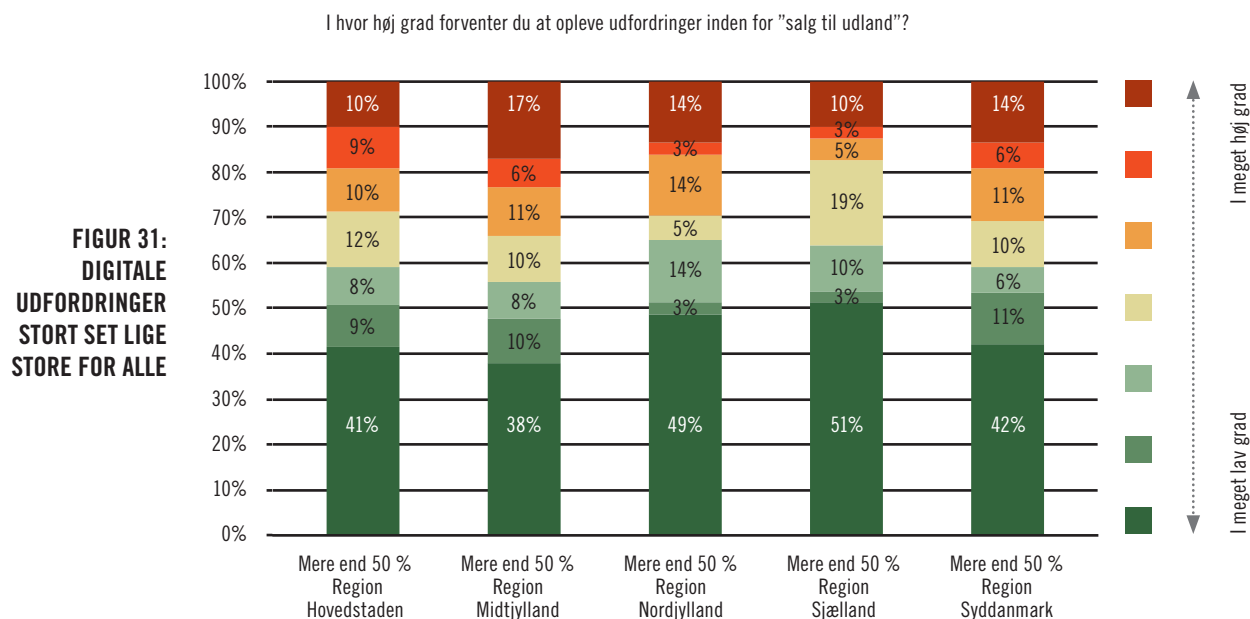


FIGUR 30:
VÆSENTLIG
STØRRE ANDEL
VÆKSTAMBITIØSE
FORVENTER
EKSPORT-
UDFORDRINGER

Den procentvise fordeling i hver af de tre vækstsegmenter af respondenternes forventninger til at opleve udfordringer inden for området "salg til udlandet".

Det er også en iøjnefaldende udfordring. For den kan være en hæmsko for at øge omsætningen så meget, som de Vækstambitiøse forventer, hvis denne gruppe iværksættere har svært ved at komme ud over grænserne.

Ser vi på den regionale fordeling hører de Vækstambitiøse, der mest forventer udfordringer med deres eksport, hjemme i Midtjylland. Her forventer 34 % i høj grad udfordringer med deres eksport. Se figur 31.



Den procentvise fordeling i hver af de tre vækstsegmenter af respondenternes forventninger til at opleve udfordringer inden for området "digitale værktøjer".

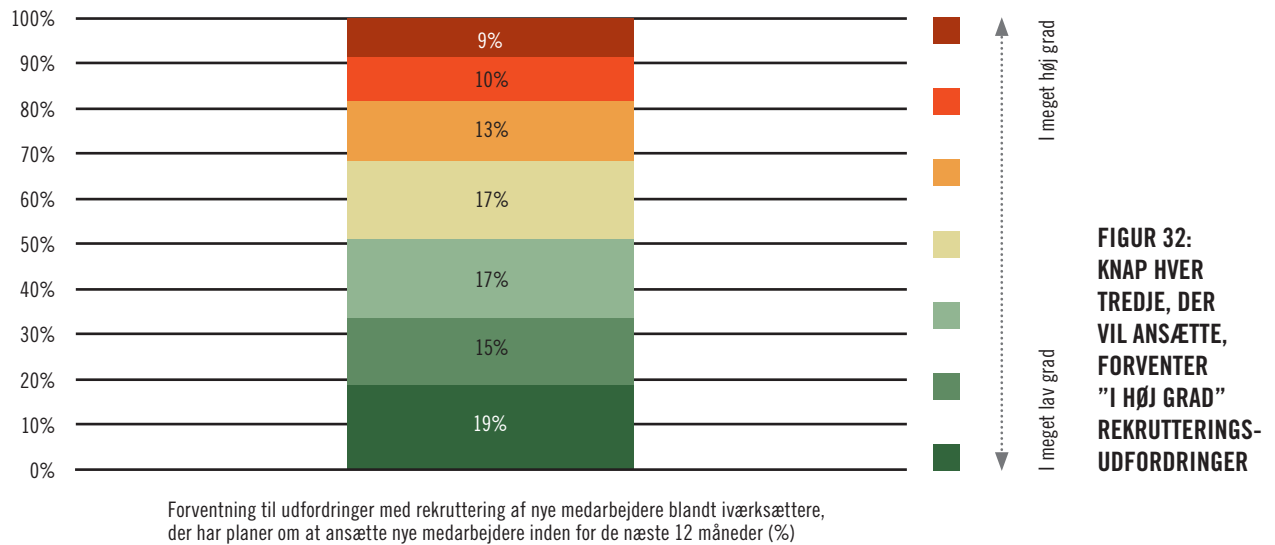
På den baggrund kunne man på lokalt plan arbejde mere målrettet med at stimulere det lokale iværksætermiljø. Det kunne eksempelvis være gennem mere oplysning og rådgivning og ved at knytte stærkere bånd til iværksætermiljøerne i de større byer, hvor flere iværksættervirksomheder opererer i eksportfokuserede brancher.

REKRUTTERING

Rekruttering er ikke ét af de områder, hvor iværksætterne i barometeret samlet set forventer de store udfordringer. Det skyldes bl.a., at kun godt hver tredje virksomhed (37 %) i undersøgelsen som beskrevet forventer at øge antallet af medarbejdere. Men eftersom nye arbejdspladser er en vigtig faktor for samfundet og derfor et vigtigt mål for udviklingen i iværksætter-Danmark, er det også vigtigt at se nærmere på tallene.

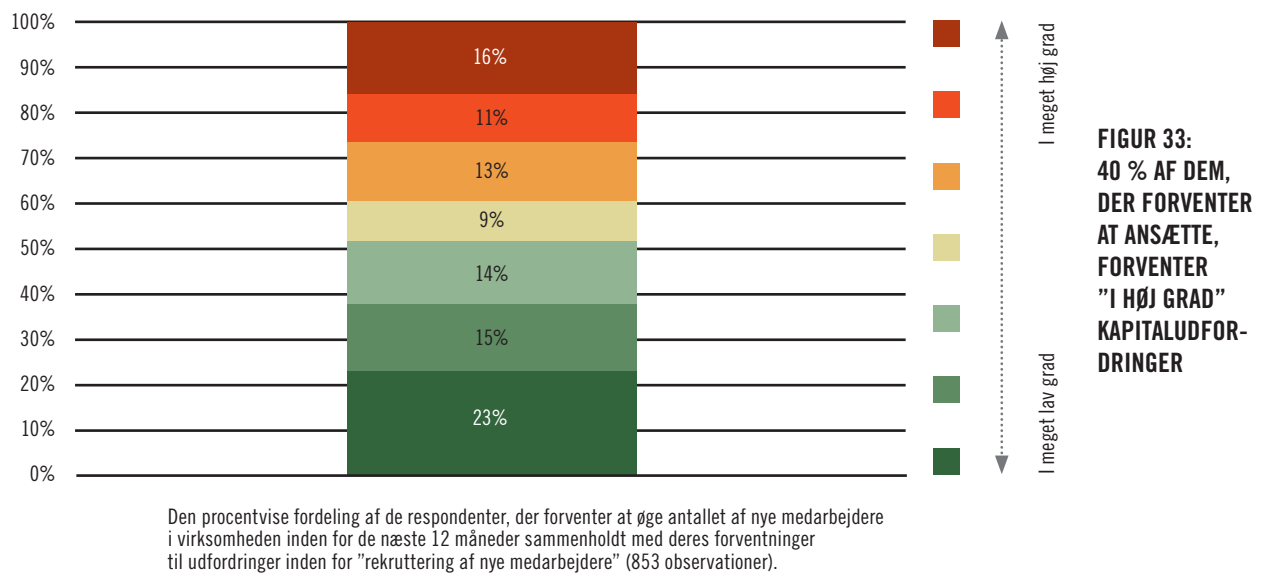
De viser, at 32 % af de iværksættere, der forventer at øge antallet af medarbejdere, "i høj grad" også forventer, at det bliver en udfordring at rekruttere dem. Se figur 32.

Det kan skyldes flere ting, som undersøgelsen ikke besvarer direkte: At finde medarbejderne med de rette kompetencer, at få råd til at ansætte dem, administrative opgaver forbundet med at være arbejdsgiver osv. Men tallet giver stof til eftertanke.



FIGUR 32:
KNAP HVER
TREDJE, DER
VIL ANSÆTTE,
FORVENTER
"I HØJ GRAD"
REKRUTTERINGS-
UDFORDRINGER

Når man ser på forholdet mellem rekruttering og kapital, er tallene endnu mere markante. 40 % af de iværksættere, der forventer at ansætte nye medarbejdere inden for et år, forventer "i høj grad" at opleve udfordringer i forhold til at skaffe kapital og finansiering. Det samme gør sig kun gældende for 23 % af de iværksættere, der *ikke* forventer at ansætte medarbejdere. Se figur 33.



FIGUR 33:
40 % AF DEM,
DER FORVENTER
AT ANSÆTTE,
FORVENTER
"I HØJ GRAD"
KAPITALUDFOR-
DRINGER

På den ene side er dette forventeligt, fordi det som regel koster investeringer – kapital - at få virksomheden til at vokse og at udvide medarbejderstaben. På den anden side kan manglende adgang til kapital på det rette tidspunkt blive en hindring for, at flere iværksættervirksomheder skaber nye job til andre.

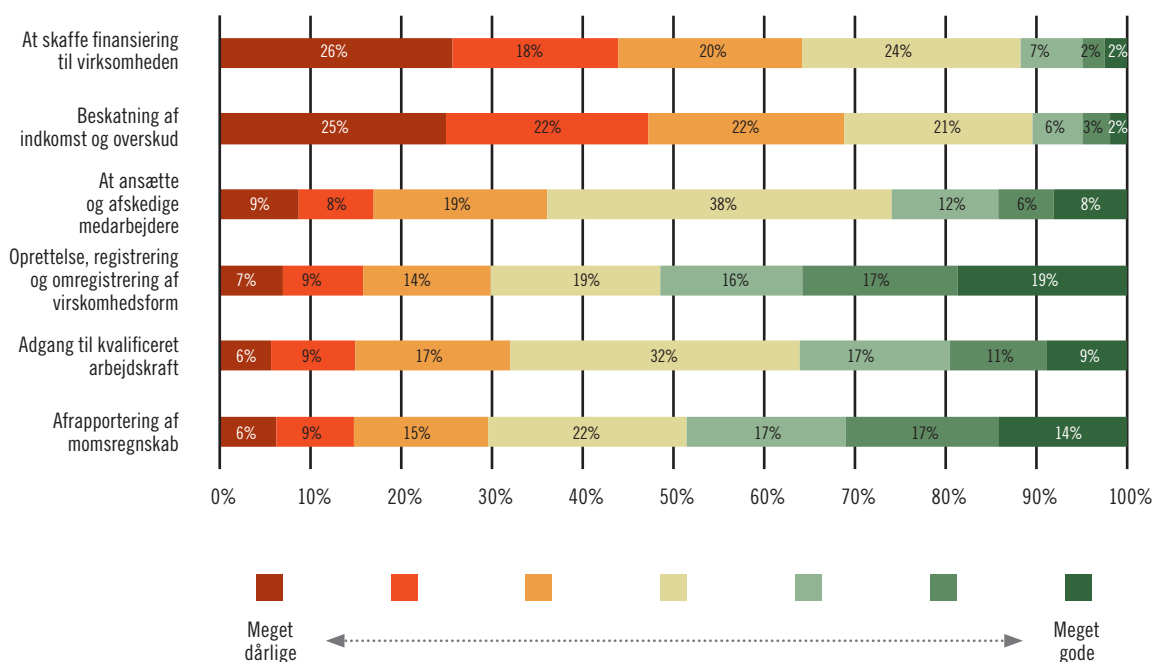
BESKATNING OG FINANSIERING SKILLER SIG NEGATIVT UD FRA GODE RAMMEVILKÅR

I de internationale undersøgelser får Danmark generelt gode karakterer for erhvervs klimaet og rammevilkårene og ligger i top på de fleste indeks.

En stor andel af respondenterne i Iværksætterbarometeret mener da også, at der er "gode" rammevilkår, hvad angår de mere administrative vilkår som f.eks. "oprettelse, registrering og omregistrering af virksomhedsform" (51 %) og "afrapportering" af momsregnskaber" (49 %). Se figur 34. På disse områder af undersøgelsen er virksomhedernes oplevelse af de danske rammevilkår mest tilfredsstillende. Det er et vigtigt resultat, da den slags administrative opgaver kan opleves tungere for nystartede virksomheder, der f.eks. endnu ikke har ansatte at fordele opgaverne til.

FIGUR 34: IVÆRKSÆTTERNE MEST SKEPTISKE OVER FOR BESKATNING OG FINANSIERING

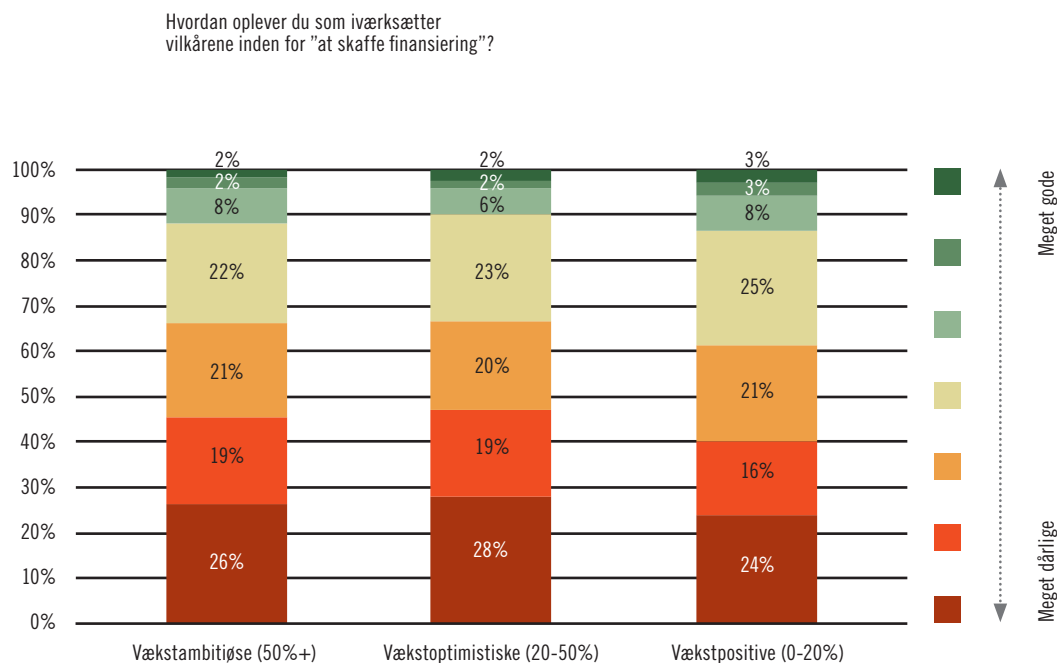
Hvordan oplever du som iværksætter vilkårene i Danmark inden for følgende områder?



Respondenternes oplevelse af vilkårene i Danmark på syv centrale områder (%) (2327 observationer).

Til gengæld har respondenterne et mere kritisk syn på adgangen til finansiering og beskatning. Mange oplever rammevilkårene som "dårlige", når det gælder "at skaffe finansiering til virksomheden" (64 %) og "beskatning af indkomst og overskud" (69 %). Set med iværksætternes egne øjne er der behov for skabe bedre rammer for iværksættere på disse områder.

De Vækstambitiøse og de Vækstoptimistiske iværksættere (begge med 2/3 af respondenterne) er meget enige i deres oplevelse af, at vilkårene inden for finansiering er dårlige. De Vækstpositive oplever det ikke helt så markant. Se figur 35.

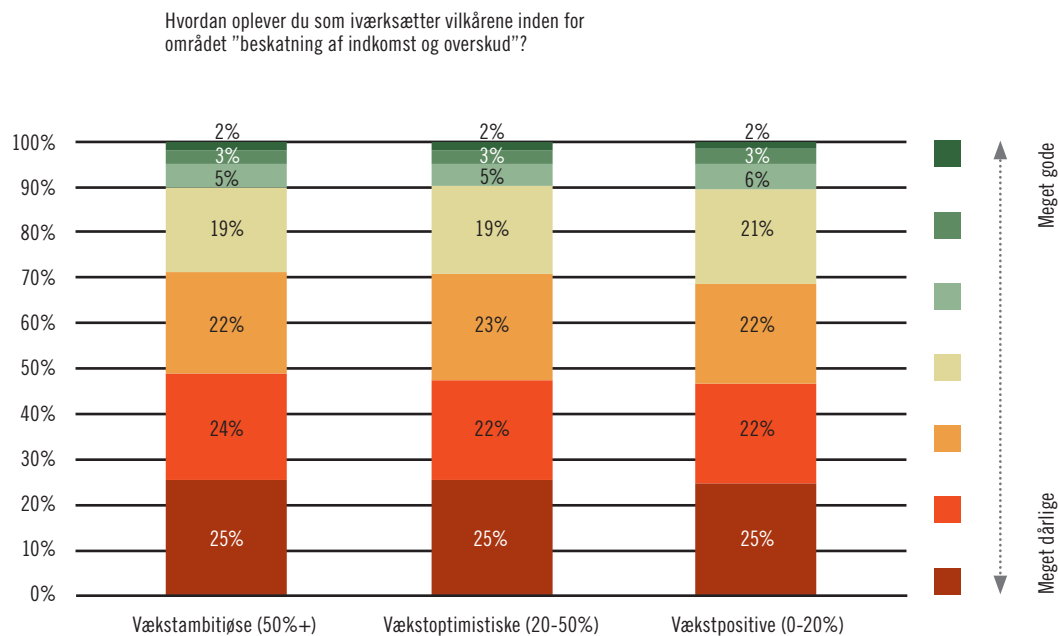


FIGUR 35.
VÆKSTAMBITIØSE
OG VÆKSTOPTI-
MISTISKE ENIGE
OM DÅRLIGE
FINANSIERINGS-
VILKÅR

Den procentvise fordeling af, hvordan respondenterne i de tre vækstsegmenter oplever vilkårene i Danmark inden for området "skaffe finansiering".

Til gengæld er alle tre vækstsegmenter meget enige om, at vilkårene, hvad angår beskatning (af indkomst og overskud) er dårlige. Se figur 36.

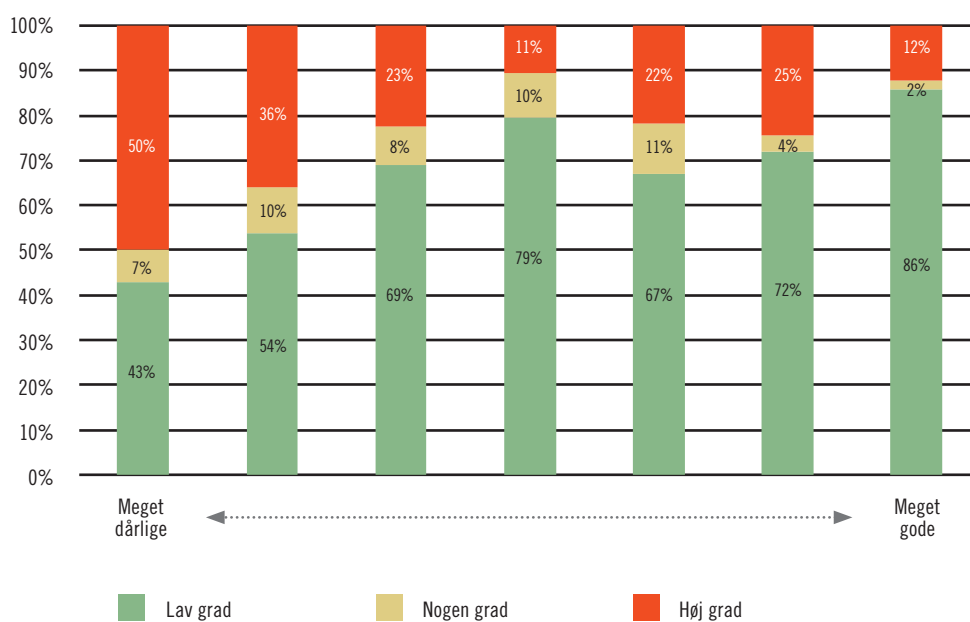
**FIGUR 36:
UDBREDT
ENIGHED OM
DÅRLIGE
"BESKATNINGS-
VILKÅR"**



Den procentvise fordeling af, hvordan respondenterne i de tre vækstsegmenter oplever vilkårene i Danmark inden for området "beskatning af indkomst og overskud".

Analysen viser også, at der er en sammenhæng mellem de udfordringer, iværksætterne forventer at opleve i forbindelse med at skaffe kapital og så de rammevilkår, de oplever på området. Se figur 37.

Blandt de respondenter, der oplever vilkårene som "meget dårlige", forventer 50 % "i høj grad" at opleve udfordringer mht. at skaffe kapital, mens det kun er 12 % blandt de respondenter, der oplever vilkårene vedrørende finansiering som "meget gode". Andelen af "skeptikere" er altså mere end fire gange så stor blandt de respondenter, der forventer at opleve "meget dårlige" vilkår.



**FIGUR 37:
SAMMENHÆNG
MELLEM
FORVENTEDE
UDFORDRINGER
OG OPLEVELSER
AF RAMMEVILKÅR**

Figuren viser i hvilken grad respondenterne oplever udfordringer med at "skaffe kapital" set i forhold til deres oplevelse af rammevilkårene på området (%)

Iværksætterbarometer 2016 rummer mange data og delresultater. På de foregående sider har vi præsenteret og analyseret de vigtigste observationer fra tilstanden i iværksætter-Danmark. I den følgende Del 3 opsummerer og perspektiverer vi resultaterne af barometeret.

DEL 3

FRA FREMTIDENS PERSPEKTIV

I rapportens Del 3 opsummeres nutiden i form af iværksætternes udsagn fra barometerundersøgelsen og de tre strategiske spørgsmål fra Del 1 bruges til at sætte perspektiv på fremtiden for Danmark som iværksættersamfund.

1. BAROMETERET STÅR PÅ OPTIMISTISK "HØJTRYK" MED ET PAR MØRKE SKYER PÅ HORISONTEN

Overordnet står iværksætterbarometeret på optimistisk "højtryk" blandt iværksætterne i undersøgelsen. 83 % venter vækst i omsætningen og næsten hver fjerde hører til segmentet "Vækstambitiøse", der forventer en omsætningsvækst på over 50 % på bare ét år. Det er på flere måder en opmuntrende optimisme, som f.eks. overskygger, at omkring 60 % af virksomhederne etableret i 2007 var lukket igen fem år senere, og at kun knap 3 promille var blevet til vækstiværksættere i 2012.

Som sagt: Iværksættere skal være drevet af en stærk fremtidstro og motivation for at starte egen virksomhed, og det er betryggende at genfinde i det første iværksætterbarometer, også blandt de virksomheder, der allerede har været i gang i nogle år. Det er også betryggende, at optimismen er bredt forankret i de seks brancher, som omfatter næsten tre fjerdedele af respondenterne, foruden bredt forankret på tværs af landets regioner.

På ét punkt svinger nålen mellem højtryk og lavtryk: *Jobskabelse*.

På den ene side forventer 37 % af virksomhederne i barometeret at øge antallet af medarbejdere indenfor 12 måneder, om end en mere afdæmpet vækstforventning end for omsætningen.

På den anden side forventer 47 % af virksomhederne "jobløst vækst". De Vækstambitiøse er mest forventningsfulde i forhold til at øge antallet af ansatte, men dog ikke meget mere end de øvrige segmenter. Og de Vækstambitiøse, der *også* vil ansætte, udgør kun 13 % af stikprøven.

Det er naturligt, at de nye virksomheder er mere tilbageholdende i deres forventninger til jobskabelse end til omsætningsvækst. Iværksætterne vil nok sikre sig, at der er stabil omsætning til at betale lønninger til ansatte.

Men jobskabelsen er samtidig et afgørende omdrejningspunkt i iværksættersamfundet. De nye virksomheder har historisk stået for 45 % af nettojobskabelsen²⁵, og vækstiværksættere ikke bare måles, men *defineres*, på deres evne til at skabe arbejdspladser hurtigt og øge antallet af arbejdspladser konstant. I det perspektiv bliver det meget interessant at følge udviklingen på barometeret i kommende målinger. Hvis Danmark skal have flere vækstiværksættere, skal nålen helst svinge i retning af stabilt "højtryk" for jobskabelsen.

25 Iværksættersamfundet, 2015

Barometeret viser også, at der hviler et par mørke skyer over iværksætternes optimisme. De danske iværksættere skal bl.a. være bedre til salg, markedsføring og eksport. På to områder er skyerne særlig tunge: Adgangen til kapital og beskatningsniveauet. Tallene taler for sig selv. Mest bekymrende er det, at 40 % af de Vækstambitøse forventer udfordringer med at få adgang til kapital, fordi det også er de virksomheder med det største vækstpotentiale, i hvert fald vurderet ud fra egne ambitioner.

Iværksætterbarometeret understreger, at der fortsat er et stort uløst finansieringsbehov i Danmark, og at kapitaludfordringen er en direkte udfordring for væksten.

Det er langt fra første gang, at problemstillingen bliver rejst i iværksættermiljøet. Og det er da heller ikke en problemstilling, der bliver løst med et snuoptag. Det tager f.eks. tid at opdyrke et marked for mere venturekapital, især fra internationale kilder. Det behøver vi ikke lade os hverken hæmme eller skræmme af. For Danmark kan selv adressere og afhjælpe i hvert fald en del af problemet gennem en samtidig implementering af flere tiltag. Her er fire forslag:

Skattefradrag

Vi kunne etablere en fradragsmodel, hvor privatpersoner får fradrag på indkomstskatten, hvis de investerer i en iværksættervirksomhed. I praksis tildeles fradraget virksomheden, som kan udstede det til en investor. Denne model anvendes allerede med succes i England. I Sverige opererer man med en lignende model, så der er nok eksempler fra nærmarkederne, som man kan lære af.

Lettelse af Finanstilsyn

Finanstilsynet kunne lempe reglerne for bankers hensættelser på iværksættervirksomheder med en soliditetsgrad under 20 %. En sådan lempelse vil sikre almindelige driftskreditter til mange af de mindre virksomheder.

Styrkelse af Vækstfondens ventureaktiviteter

En styrkelse af ventureaktiviteterne i Vækstfonden rettet mod f.eks. life science og andre investeringstunge iværksættervirksomheder vil bane vejen for en fortsat tilgang af nye, innovative virksomheder på dette område, som mangler privat, risikovillig kapital.

Kapital til de mindre SMV'er

Der mangler et målrettet kapitaltilbud til de SMV'er, der har 5-50 mio. kr. i omsætning. En brug af f.eks. Vækstfonden til at stimulere fonde inden for dette område vil kunne skabe en ny markedsplads for risikovillig kapital.

2. SCALING-UP KRÆVER BRED INDSATS

Der mangler hverken opbakning til iværksætterne eller initiativkraft og vækstforventninger blandt deltagerne i iværksætterbarometeret. Men der er et stort skridt fra at etablere mange virksomheder til at øge "gennemstrømningen" af virksomheder i top-100. Tallene efter 5 år for "iværksætterårgang 2007" taler for sig selv.

Rejsen fra iværksætter til milliardvirksomhed i top 100-klassen er lang, så vi vil ikke direkte kunne spore effekten af nye initiativer i de første mange års barometermålinger. Men 5 år fra nu vil vi kunne måle, hvor mange af de iværksættere, der etablerede deres virksomhed i 2015, som vil kvalificere sig til titlen "vækstiværksætter". Det er en stor mundfuld for et lille iværksættersamfund med en åben økonomi og et begrænset hjemmemarked at udvikle en større andel nye virksomheder til vækstvirksomheder og ultimativt til store virksomheder.

En del af udfordringen er kulturel. Det handler bl.a. om at tænke stort og internationalt nok. Der er generationer af iværksættere på vej, der er flasket op med ny teknologi, globalisering og internettet som markedspladsen, og for hvem det vil være naturligt ikke bare at tænke ud af boksen, men også langt ud over nationale, fysiske markeder. Barometeret viser, at de unge også har de højeste vækstforventninger.

Kunsten bliver at gøre det attraktivt for dem at fastholde basen i Danmark. Placeringerne i de internationale målinger viser, at erhvervsklimaet generelt ikke burde være den største udfordring. Men der skal flere ting til at forstærke Danmarks tiltrækningskraft som iværksætttermiljø.

Behovet for bedre adgang til et mere varieret og risikovilligt kapitalmarked har vi allerede berørt. Det handler også om at skabe en stærkere vekselvirkning, hvor et større og mere dynamisk iværksætttermiljø tiltrækker mere kapital. Som igen tiltrækker flere iværksættere til miljøet.

Det handler også om ejerskab. Det ville være en strukturel fordel for den videre udvikling af selskaber i Danmark, hvis vi havde en mere aktiv small eller mikro-cap børs. Små virksomheder bliver sjældent børsnoteret i Danmark. Det betyder, at et helt eller delvist salg til venturefonde, kapitalfonde eller industrielle købere bliver eneste alternativer for en ejer. Det medfører, at for mange virksomheder bliver solgt for tidligt. Ejeren får gevinst, men samfundet får ikke gavn af innovative vækstvirksomheder, der vokser sig store på danske grund. Det er tankevækkende, at man i Sverige har langt mere iværksætteraktivitet på børsen, hvor både private og institutionelle investorer tilsyneladende er villige til at investere i nye virksomheder. Samme likviditet findes ikke i København.

Internationalt fokus

Både GEDI undersøgelsen og barometeret fastslår, at der mangler noget omkring internationalisering af danske iværksættere. Danmark er en lille åben økonomi og derfor er international handel en nødvendighed, hvis der skal udvikles store virksomheder. Barometeret bekræfter, at mange enten ikke prioriterer eksport eller ser den som en stor udfordring. Derfor bør der støttes op om flere og stærkere internationale programmer for iværksættere. Der er taget initiativer som Scale-it, men der er behov for meget mere. Det er vigtigt, at en del af forankringen sker i Eksportrådet, og at støtteprocenten er høj for de ydelser, der leveres. Hvis det ikke er tilfældet vil for mange gå uden om kvalificeret rådgivning.

Accelerationsprogrammer

Flere steder i verden arbejdes der med accelerationsprogrammer. Nogle er offentligt initieret, mens andre har et privat udgangspunkt. Også i Danmark har vi flere eksempler f.eks. Start-Up Bootcamp og Accelerace. En konkret og stor satsning på dette område, gerne med en eller flere private aktører involveret, vil kunne skabe et øget fokus på vigtigheden af en accelereret udvikling af sin start-up virksomhed. Her er initiativer som Scale-Up Denmark på vej, som måske kan være med til at booste udviklingen i de nye selskaber.

Større enkeltinvesteringer

Sammen med accelerationsprogrammer kunne man se på mulighederne for at lave større enkelt- investeringer i Danmark. Flere har påpeget, at når der investeres 10 mio. kr. i Danmark i en software- virksomhed, så bliver der investeret 10 mio. \$ i en tilsvarende virksomhed i USA – altså 6-7 gange flere penge. Det betyder, at muligheden for at skalere virksomheden og indtage nye markeder er markant bedre i USA end i Danmark. Der er behov for en gen- eller nytænkning af vores venturesystem, således at de rigtige virksomheder får tilstrækkeligt kapital.

Brug den offentlige sektor

Endelig bør man for at skabe nye, store virksomheder bruge den offentlige sektor aktivt. I dag er iværksættervirksomheder i høj grad udelukket ift. at levere til den offentlige sektor. Man kan ikke blive en del af SKI, og det er meget vanskeligt at deltage i udbud pga. manglende størrelse og

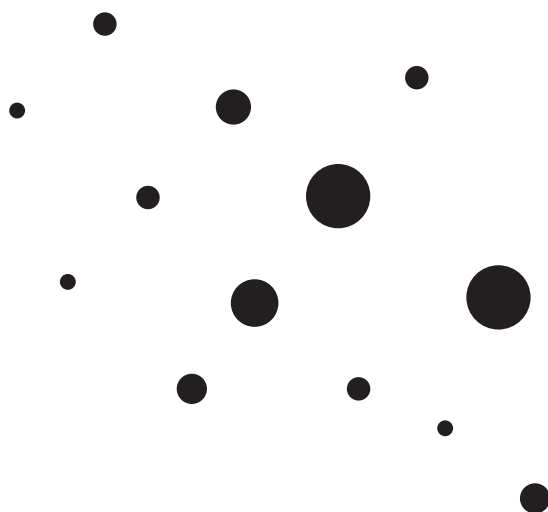
historik. Mange af de store virksomheder, der er skabt i Danmark, har deres udspring i en intervention fra den offentlige sektor. Det gør sig gældende for vindmøller, høreapparater og vand og spildevandsrensning. Og man skal ikke alene gøre det for iværksætternes skyld. Den offentlige sektor har i den grad behov for de innovationer, der kommer fra de nye virksomheder. Derfor bør en vis procentandel af det offentlige indkøb reserveres til nye virksomheder eller alternativt, at områder, man ønsker en udvikling indenfor, f.eks. hjælpemidler, understøttes mere.

Iværksætter-skills

Det er helt centralt, at Danmark gør mere for at opbygge og styrke specifikke færdigheder inden for iværksætteri. Det betyder helt konkret, at innovation og iværksætteri skal styrkes på tværs af hele uddannelsessystemet og igennem hele uddannelsesforløbet. Dette arbejde har hidtil været centreret omkring Fonden for Entreprenørskab. Men udviklingen er fortsat for langsom specielt på universiteterne. Derfor bør Fonden styrkes yderligere, og man bør især i folkeskolen se på, hvordan innovation og iværksætteri kan få en central placering på skoleskemaet, gerne med eget fag og eksamen. I takt med den digitale udvikling bør det kombineres med et fag i kodning, som fagligt bør prioriteres lige så højt som matematik, engelsk og dansk.

Kultur

Der er behov for at arbejde med kulturen i Danmark. Vi skal sørge for at blive ved med at hylde de dygtige iværksættere, men vi skal også puste til ambitionerne om at drive virksomheden til en stor verdensomspændende koncern.



3. HVILKEN TYPE IVÆRSÆTTER-ØKOSYSTEM BYGGER VI?

GEDI peger i sin omfattende landeanalyse på, at Danmark har et stærkt økosystem for iværksætteri. Spørgsmålet er, hvilken type iværksætter-økosystem, vi er ved at udvikle?

Vi kan glæde os over den langsigtede stigende tendens inden for etablering af nye virksomheder, hvor vi ligger i top 5 i OECD. Det vidner om en grundlæggende bevægelse fra industrisamfundets lønmodtagerstruktur i retning af et iværksættersamfund. Og det er meget positivt, især fordi danskerne ikke bare bliver iværksættere, fordi der ikke er noget alternativ. Motivation driver værket. Men vi kommer ikke uden om, at tallene også viser alvorlige mangler både målt på vækstiværksættere og gennemstrømningen i top-100 over de største virksomheder.

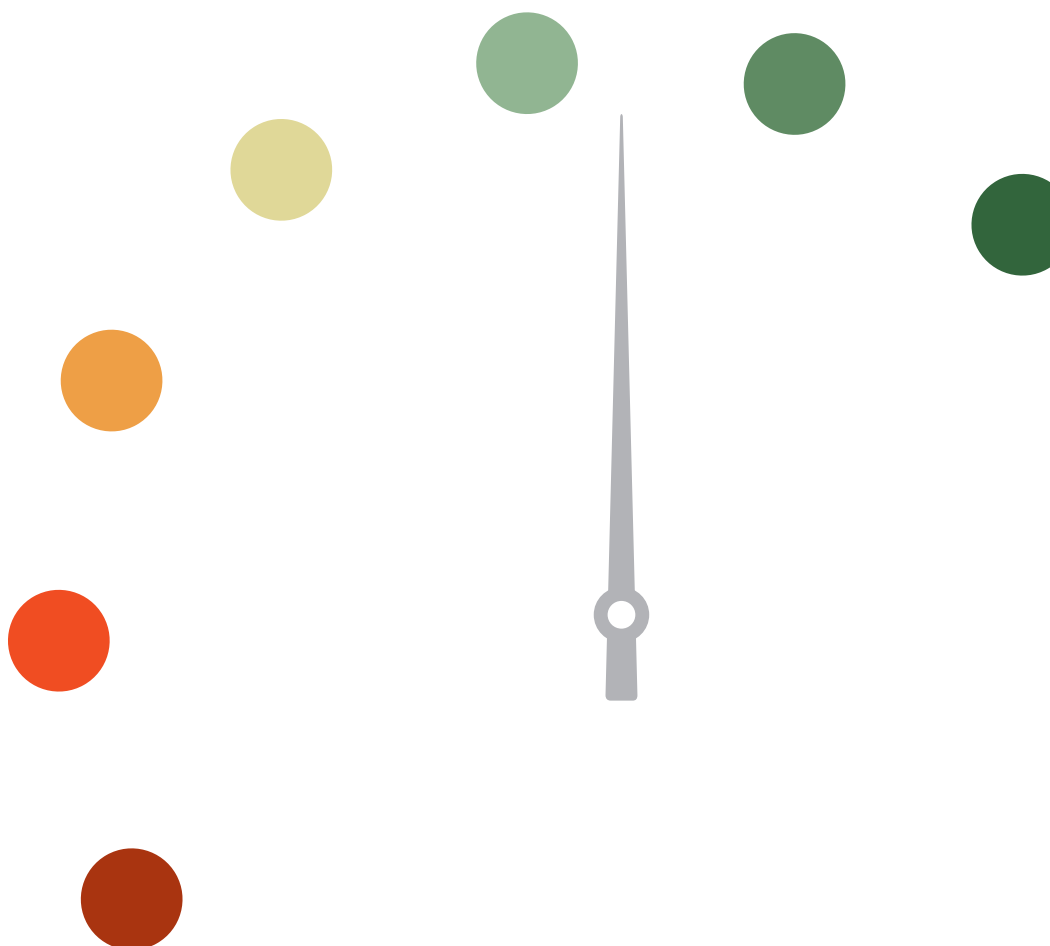
Tallene tyder på, at det nuværende udviklingsstadium i det danske iværksættersamfund mest ligner Freelancerlandskabet, som skaber flere nye virksomheder i et mere flydende arbejdsmarked, men hvor vækstiværksættere i en enkelt årgang fem år efter etableringen skal tælles i promiller. Det peger flere resultater fra Iværksætterbarometeret også på.

Det er grundlæggende sundt, at iværksættere vil og kan skabe deres egne job og derigennem skubber nogle lønmodtagerjob over i de selvstændiges rækker, men det handler mere om et ændret arbejdsmarked end en samfundsmæssig gevinst, som er vanskelig at indkredse. Hvis man ser udviklingen ind i iværksættersamfundet som et kontinuum med forskellige faser, har Danmark stadig et stykke vej til et iværksætttermiljø, der kan matche de førende. Måske er Freelancerlandskabet blot første fase.

"Innovationsøkonomien" kunne ses som en idé til en national vision for iværksættersamfundets udvikling over de næste 10-20 år, som kunne bygge på følgende pejlemærker:

1. Antallet af nye virksomheder, der etableres hvert år, skal stabilt ligge over 22.000
2. 1 % af en iværksætterårgang defineres som vækstiværksættere efter 5 år
3. 15 % af Danmarks 100 største virksomheder er under 30 år gamle
4. De nye virksomheder står for 50 % af nettojobskabelsen
5. Danmark skal være det land i Europa, der stiller mest risikovillig kapital til rådighed for iværksættere og blandt de 3 bedste i verden

Det Iværksætterbarometer, som hermed er lanceret i 1. udgave, bidrager med ny empiri fra Danmarks iværksættervirksomheder, der er op til 5 år gamle. Det vil barometeret gøre årligt, så vi år for år ved, om udsigten for iværksættersamfundet står på højtryk eller lavtryk, og hvor udviklingen går hen.



BILAG: OM UNDERSØGELSEN

Iværksætterbarometer 2015 er baseret på en spørgeskemaundersøgelse blandt iværksættere i Danmark, der har etableret virksomhed inden for de seneste 5 år. Populationen er således iværksættere med en eller flere eksisterende virksomheder, der er etableret inden for de seneste fem år.

Stikprøverammen er udtrukket fra NN Erhverv efter følgende kriterier:

- etableringsdato efter 22. september 2010
- virksomhedsform: aktieselskab, anpartsselskab, enkeltmandsvirksomhed, interessentselskab, iværksætterselskab
- branche: industri, bygge og anlæg, handel, transport, hoteller og restauranter, information og kommunikation, finansiering og forsikring, ejendomshandel og udlejning, erhvervs-service, offentlig administration, undervisning og sundhed, kultur, fritid og anden service og uoplyst

Virksomheder med oplyst e-mail adresse og uden reklamebeskyttelse

Sidstnævnte kriterium er nødvendig af praktiske årsager, men det betyder samtidig, at stikprøven ikke er udtrukket tilfældigt, hvorfor det ikke er muligt at generalisere fra stikprøven til hele populationen.

Spørgeskemaet består af 18 spørgsmål. Det indeholder oplysninger om baggrundsvariable såsom iværksætterens fødselsår, køn og højest fuldførte uddannelse samt om virksomheden, fx antal beskæftigede og finansieringsform. På spørgsmål om oplevede og forventede udfordringer er der 7 værdikategorier, hvor 1 er specificeret som "i meget lav grad" og 7 er "i meget høj grad". Respondenten har ikke mulighed for at skrive fritekst i besvarelsen.

Spørgeskemaet er sendt ud til 55.158 personer i efteråret 2015. 2.327 personer har svaret, hvilket giver en svarprocent på 4,2% og en bortfaldsprocent på 95,8%. En bortfaldsanalyse indikerer, at respondenternes sammensætning adskiller sig fra populationen på områder som branche og iværksætterens alder, mens fordelingen på køn og område er mere repræsentativ.

BRANCHEFORDELING

Iværksætterbarometeret er ikke repræsentativt for iværksætternes fordeling på brancher. Således er iværksættere inden for videnerhverv overrepræsenteret blandt respondenterne i forhold til både stikprøverammen og antal cvr-registreringer inden for de sidste 5 år (4. kvartal 2010-3. kvartal 2015). Videnerhverv omfatter bl.a. advokatvirksomhed, revision, virksomhedskonsulenter, arkitekter, rådgivende ingeniører, reklame- og analysebureauer samt dyrlæger. Også inden for information og kommunikation er der en overrepræsentation, mens bygge- og anlægsvirksomheder er underrepræsenteret i iværksætterbarometeret. Når der sammenlignes med cvr-registreringer skal man imidlertid være opmærksom på, at der er en stor andel registreringer med uoplyst branche. Hovedparten af disse er sandsynligvis servicevirksomheder (da det er langt mere ligetil at brancheplacere en fremstillings- eller bygge-og-anlægsvirksomhed end en servicevirksomhed), og i så fald er iværksætterbarometeret mere repræsentativt for branchefordelingen både i stikprøverammen og i cvr-registreringerne, end tallene umiddelbart indikerer.

BRANCHE	ANDEL VIRKSOMHEDER		
	CVR-registreringer	Stikprøveramme	Respondenter
C. Industri	4%	5%	6%
F. Bygge og anlæg	8%	9%	5%
G. Handel	15%	17%	18%
H. Transport	3%	3%	1%
I. Hoteller og restauranter	5%	5%	4%
J. Information og kommunikation	10%	9%	14%
K. Finans og forsikring	1%	5%	4%
L. Ejendomshandel og udlejning	2%	4%	2%
M. Videnerhverv	14%	16%	26%
N. Administrative tjenesteydelser	7%	8%	7%
OPQ. Offentlig administration, undervisning og sundhed	6%	9%	6%
R. Kultur, forlystelser og sport	3%	3%	3%
S. Andre serviceydelser	4%	5%	4%
X. Uoplyst	18%	1%	1%

KØN OG ALDER

Der er en lille overrepræsentation på 2%-point af kvinder i iværksætterbarometeret i forhold til fordelingen blandt cvr-registreringerne de sidste 5 år.

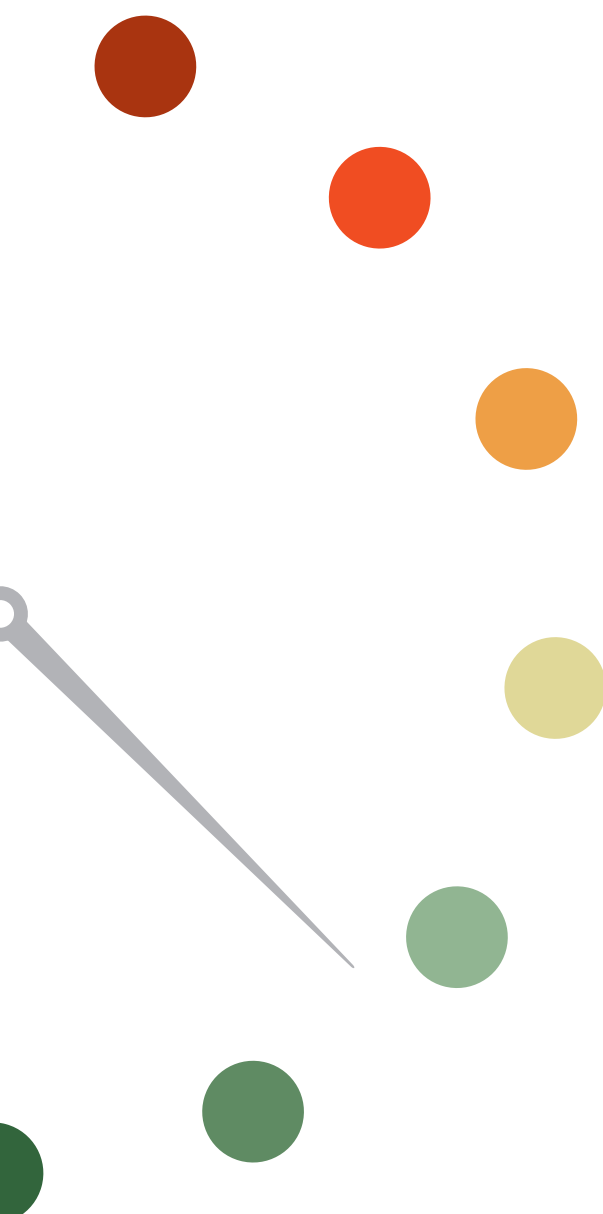
Når det kommer til alderssammensætningen er der større forskelle på fordelingen i iværksætterbarometeret og blandt cvr-registreringerne. Således er der en væsentlig overrepræsentation af iværksættere over 45 år i barometeret og en underrepræsentation af iværksættere under 35 år. Den reelle misrepræsentation er sandsynligvis mindre, idet en større andel af unge end ældre iværksættere opgiver virksomheden igen i løbet af dens første leveår, og dette forhold afspejles ikke i cvr-registreringerne.

OMRÅDE

Iværksætterbarometeret er repræsentativt for iværksætternes regionale placering. Både blandt respondenterne, i stikprøverammen og blandt cvr-registreringerne er over 40% af iværksætterne placeret i Hovedstadsregionen. Under 10% er placeret i Region Nordjylland, mens 15-20% er placeret i de øvrige regioner.

KONKLUSION

Iværksætterbarometeret viser forventningerne og udfordringerne blandt 2.327 iværksættere. Besvarelserne viser nogle interessante tendenser, der gennem sammenligning med andre undersøgelser og erfaringsbaseret viden, kan danne grundlag for perspektivering og fremadrettede policy anbefalinger.



Iværksætter barometer 2016