

# Fokus på iværksætteri

Center for Erhvervsudvikling



Sønderborg·området

**Udarbejdet af:**

*Pernille Nielsen*  
Projektkoordinator  
Center for Erhvervsudvikling

**August 2005**





## Tak til...

En hel del mennesker har hjulpet til med at undersøge iværksætterkulturen i Sønderborg-området. Derfor skal der lyde en stor tak til jer alle.

Disse mennesker har jeg haft et tæt samarbejde med i forbindelse med projektet *Fokus på iværksætteri*:

- *Peter Engel-Andreasen* – UdviklingsCenter Haderslev
- *Poul-Georg Jertrum* – UdviklingsCenter Haderslev
- *Jacob Bisgaard* – Innovationshus Syd, Rødding
- *Sanne Amdi Holm* – Innovationshus Syd, Rødding
- *Niels Glibjerg* – Grindsted Erhvervsfremme

Følgende personer har også været en del af projektet, men har deltaget mere i periferien:

- *Jørgen Tarp* – ASE
- *Henrik Kohl* – Jobs & Society
- *Carsten Steno* – Erhvervsbladet
- *Lars Bo Jørgensen* – ErhvervsSparring (KPMG/DANA)
- *Lone Johannsen* – Kommunernes Landsforening
- *Palle Christiansen* – DANA

Derudover er der en stor tak til mine kolleger hos Center for Erhvervsudvikling, som alle har været klar til at hjælpe med vejledning, gode råd og et par ekstra hænder:

- *Hans Martens* – Administrerende direktør
- *Ken Holm Thomsen* – Netværk- og marketingkonsulent
- *Refija Dzankovic* – Web-koordinator
- *Thomas Hørdam* – Projektleder
- *Alice Holm-Nielsen* – Administrator
- *Tina Holm Møller* – Kontorassistent

Tak for godt samarbejde til jer alle!

Derudover vil jeg også sige tak til alle de iværksættere og rådgivere fra Sønderborg-området, der tog sig tid til at udfylde et spørgeskema. Uden deres hjælp var denne rapport ikke blevet til noget, og iværksætterkulturen havde været meget sværere at analysere.

*Pernille Nielsen*

Pernille Nielsen  
Center for Erhvervsudvikling  
27. juli 2005



## Indholdsfortegnelse

	Side
<b>1. Projektet overordnet .....</b>	<b>4</b>
<i>a. Hvad går det ud på? .....</i>	<i>4</i>
<i>b. Hvad skal der komme ud af det? .....</i>	<i>4</i>
<i>c. Hvordan vil vi gøre? .....</i>	<i>4</i>
i. Bemærk .....	5
<b>2. Iværksættere .....</b>	<b>6</b>
<i>a. Hvordan gjorde vi? .....</i>	<i>6</i>
<i>b. Hvem er de? .....</i>	<i>7</i>
<i>c. Hvad er konklusionerne? .....</i>	<i>10</i>
<i>d. Hvad har vi lært af denne proces? .....</i>	<i>13</i>
<b>3. Rådgivere.....</b>	<b>14</b>
<i>a. Hvordan gjorde vi? .....</i>	<i>14</i>
<i>b. Hvad er konklusionerne? .....</i>	<i>14</i>
i. Banker .....	15
ii. Revision .....	16
iii. Advokater .....	17
iv. Andre .....	18
v. Samlet .....	19
<i>c. Hvad har vi lært af denne proces? .....</i>	<i>20</i>
<b>4. Sammenligning af resultater .....</b>	<b>21</b>
<i>a. A – Rådgivning .....</i>	<i>23</i>
<i>b. B – Finansiering.....</i>	<i>23</i>
<i>c. C – Fysiske Rammer .....</i>	<i>24</i>
<i>d. D – Myndigheder &amp; Organisationer.....</i>	<i>24</i>
<i>e. E – Medier.....</i>	<i>24</i>
<i>f. F – Socialt &amp; Kulturelt.....</i>	<i>25</i>
<i>g. G – Uddannelse.....</i>	<i>25</i>
<i>h. H – Netværk .....</i>	<i>25</i>
<i>i. I – Afsætningsmuligheder.....</i>	<i>26</i>



	<b>Side</b>
<b>5. Konklusioner .....</b>	<b>27</b>
<i>a. Hvad har vi lært om iværksætterkulturen? .....</i>	<i>27</i>
<i>b. Hvor ligger styrkerne? .....</i>	<i>29</i>
<i>c. Hvor ligger svaghederne? .....</i>	<i>29</i>
<i>d. Hvor ligger mulighederne? .....</i>	<i>30</i>
<i>e. Hvor ligger truslerne? .....</i>	<i>30</i>
<b>6. Hvad skal der ske nu? .....</b>	<b>31</b>
<i>a. Forslag til iværksætterrelaterede aktiviteter .....</i>	<i>31</i>
i. Mentor ordning .....	31
ii. Iværksætterkursus del 2 .....	31
iii. Koordinering af rådgivere i området .....	31
iv. Deling af medarbejdere .....	32
v. Opstartspakke .....	32
vi. Udbredelse af netværk .....	32
<i>b. Hvem skal få disse ting til at ske? .....</i>	<i>33</i>
i. Hvad er CfE's rolle? .....	33
<b>7. Bilagsoversigt .....</b>	<b>34</b>
a. Bilag 1 – Spørgeskema til iværksætterne .....	35
b. Bilag 2 – Spørgeskema til rådgiverne .....	38



## 1. Projektet overordnet

Dette er et projekt som har fokus på iværksætteri og har til formål at undersøge iværksætterkulturen i Sønderborg-området. Projektet er gennemført af Center for Erhvervsudvikling i første halvdel af 2005.

### Hvad går det ud på?

Center for Erhvervsudvikling har indgået et samarbejde med erhvervsfremme-organisationer i Rødding, Haderslev og Grindsted, hvor iværksætternes betingelser i de enkelte områder undersøges. Konkret undersøger Center for Erhvervsudvikling iværksætterkulturen i de 7 kommuner i Sønderborg-området., som består af Nordborg, Augustenborg, Sydals, Broager, Gråsten, Sundeved og Sønderborg kommuner.

### Hvad skal der komme ud af det?

Projektet munder ud i en iværksætter-håndbog, som skal være en vejledning i ”Hvordan vi bedre kan hjælpe de lokale iværksættere.” Vi har den klare målsætning er at få flere iværksættere i gang og få flere af disse til at overleve.

### Hvordan vil vi gøre?

Spørgeskemaer er sendt ud til knap 500 iværksættere i Sønderborg-området, for at se tingene fra iværksætternes synspunkt. Dernæst er områdets rådgivere (banker, advokater og revisorer) indkaldt til møde for at udfylde et lignende spørgeskema. Spørgeskemaerne fra iværksætterne og rådgiverne sammenlignes, og vi har således et overblik over, hvor der er ’huller’ og hvor vi skal sætte ind.

Til sidst kan resultaterne sammenlignes med resultaterne fra de 3 andre områder (Rødding, Haderslev og Grindsted), så vi kan lære af hinanden og derved få de bedste vilkår for iværksætterne. På den måde vil der være flere, der starter som iværksætter og flere iværksættere, der overlever på længere sigt. Dette er ikke gjort i denne rapport da Rødding, Grindsted og til dels Haderslev ikke er så langt fremme i processen på nuværende tidspunkt til at vi kan få brugbare resultater ud af det. Derfor er den del udeladt i denne rapport.



### **Bemærk**

Ved gennemgang af statistisk materiale vil der altid være en fejlmargen. Populationen (som i dette tilfælde er alle iværksættere og iværksætterrådgivere i Sønderborg-området) er ret stor i forhold til stikprøven (de iværksættere og rådgivere, der udfyldte et spørgeskema), derfor vil tallene ikke nødvendigvis være retvisende for områderne, men nærmere kunne ses som trendindikationer.

Antallet af iværksættere i området er svært at definere præcist. Dette skyldes at der kun findes en oversigt over antallet af nye momsregistreringer hos Told & Skat. Men en ny momsregistrering er ikke nødvendigvis en ny virksomhed, da der sker en nyregistrering af momsnummeret så snart der sker ændringer i ejerskabsform, derfor vil også ældre virksomheder figurere på disse lister. Generationskifte og anden ejerskabsoverdragelse hører også ind under denne kategori. På grund af dette er det svært at få et retvisende billede af det nøjagtige antal iværksættere, der hvert år starter egen virksomhed her i Sønderborg-området, vi kan kun bruge listen over nye momsregistreringer som et skøn.

Der findes ikke noget tal over, hvor mange rådgivere, der er for iværksætterne her i området. Det er en større proces at kortlægge dette, noget som Center for Erhvervsudvikling først nu er i gang med. På grund af disse omstændigheder, både omkring antallet af iværksættere og antallet af rådgivere er det svært at sige noget om, hvor *valide* stikprøverne er og hvor *præcise* de statistiske beregninger er. Vi kan dog bruge konklusionerne som trendindikatorer for at se, hvilken retning vi bevæger os i.

I begge spørgeskemaer har der ved hvert spørgsmål været svarmuligheder fra 0 til 5, hvor 5 er høj eller meget, 1 er lav eller lidt og 0 hvis spørgsmålet ikke er relevant. Derudover var det i enkelte spørgsmål muligt at svare ja eller nej. Under hvert punkt var der desuden mulighed for at komme med yderligere bemærkninger.

Ved udregning af statistikkerne har vi ikke medtaget svar på 0, dvs. at gennemsnittet er beregnet ud fra de svar, der ligger mellem 1 og 5. Grunden til dette er fordi 0 også er valgt i tilfælde, hvor spørgsmålet ikke har været relevant for den pågældende iværksætter/rådgiver. Derfor vil det give et forkert billede, hvis de svar, hvor der er svaret 0, bliver medregnet i gennemsnittet.



## 2. Iværksættere

Den ene halvdel af projektet er at klarlægge, hvordan iværksætterkulturen egentlig ser ud i dag. Dette gøres ved at undersøge forholdene set fra iværksætternes side. Til dette har i brugt et stort og omfattende spørgeskema, der stammer fra et tidligere projekt fra 2002 – *Sådan skaber man en særlig lokal iværksætterkultur*. I bilag 1 på side 35 kan du se en overskuelig form af dette spørgeskema.

### Hvordan gjorde vi?

Ud af de 477 spørgeskemaer, der blev sendt ud, var der i alt 50 virksomheder, vi fik noget retur fra. Ud af disse 50 var der 39 skemaer, vi kunne bruge i analysen, hvoraf de 7 var ukendte, dvs. virksomheden havde lyst til at være anonym. Anonymiteten er ikke et problem i forhold til, hvad svarene skal bruges til; det eneste sted det gjorde en forskel var i udlodningen af 2 gavekort, vi brugte som 'lokkemiddel' for at højne svarprocenten. 11 spørgeskemaer kom retur, som ikke kunne bruges, da de ikke opfyldte kravene for at være iværksættere med opstart i 2002-2004.

8 spørgeskemaer fik vi retur fra postvæsenet med adressaten ubekendt, og derudover reagerede 5 virksomheder enten pr. telefon eller pr. e-mail for at fortælle os, at virksomheden enten var lukket eller på anden måde ikke passede ind i vores målgruppe. Det betyder så, at det samlede antal virksomheder kommer ned på 453<sup>1</sup> og den samlede svarprocent er så på 8,6 %<sup>2</sup> på brugbare skemaer.

Vi ved at en del af de 453 virksomheder, som listen er reduceret til, ikke er reelle iværksættere og derfor ikke burde figurere på listen. Problemet er dog, at vi ikke ved, hvilke og hvor mange det drejer sig om. De 16 virksomheder, der fortalte os det, enten via spørgeskemaet eller på anden måde, kan ikke bruges som en forholdsmæssig del af det samlede antal, da vi ikke ved hvor repræsentativ denne gruppe er. Derfor bruger vi antallet på 453 og ikke et forholdsmæssigt nedjusteret antal.

Under hvert punkt skulle iværksætteren bedømme forskellige aktører, tilbud eller forhold ud fra en skala fra 0 til 5, hvor 0 var intet/ikke benyttet og 5 var højest. Derudover blev de også spurgt om forskellige basis informationer, såsom køn, alder og branche. Se også bilag 1 på side 35.

<sup>1</sup> 477 – 11 – 8 – 5 = 453

<sup>2</sup> 100 \* 39 / 453 = 8,6 %



## Hvem er de?

Den typiske iværksætter i Sønderborg-området er en mand mellem 30 og 50 år. Han har etableret en virksomhed på fuldtids basis indenfor branchen 'Anden service virksomhed'. I skema 1 herunder kan du se et overblik over, hvordan fordelingen er indenfor de forskellige brancher.

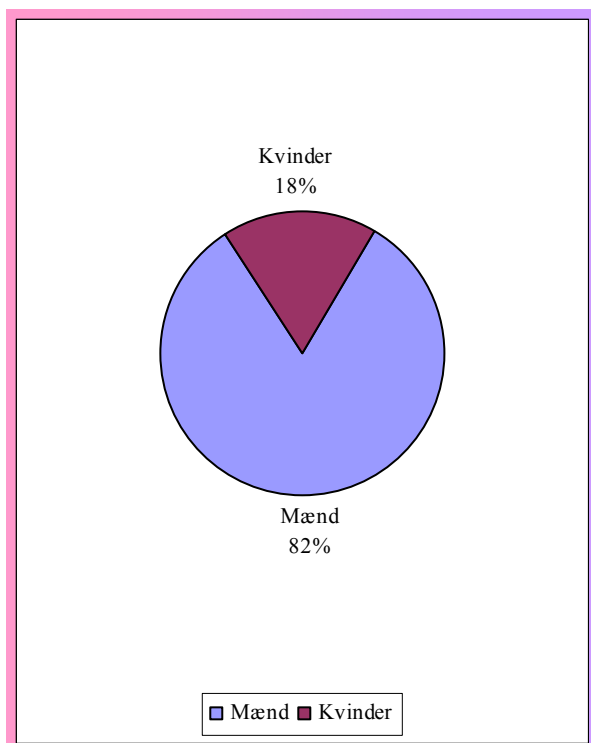
For mændenes vedkommende er det helt klart virksomheder i branchen 'Anden service virksomhed' der er flest af, hvorimod kvinderne, udover denne branche, også etablerer nye virksomheder indenfor 'Tekstil'. De iværksættere, der arbejder på fuld tid i deres virksomhed, har etableret sig indenfor især 'Bygge og anlæg' samt 'Anden service virksomhed'. Deltids iværksætteren arbejder typisk indenfor 'Anden service virksomhed' samt 'Handel og reparation'.

Når iværksætterne bliver delt op efter alder er det 'Hotel og restauration' der er flest af ved de unge under 30 år. I aldersgruppen 30 til 50 år er det 'Bygge og anlæg' samt, igen, 'Anden service virksomhed', der er flest af, og bliver værksætteren over 50 år ryger 'Anden service virksomhed' helt i vejret.

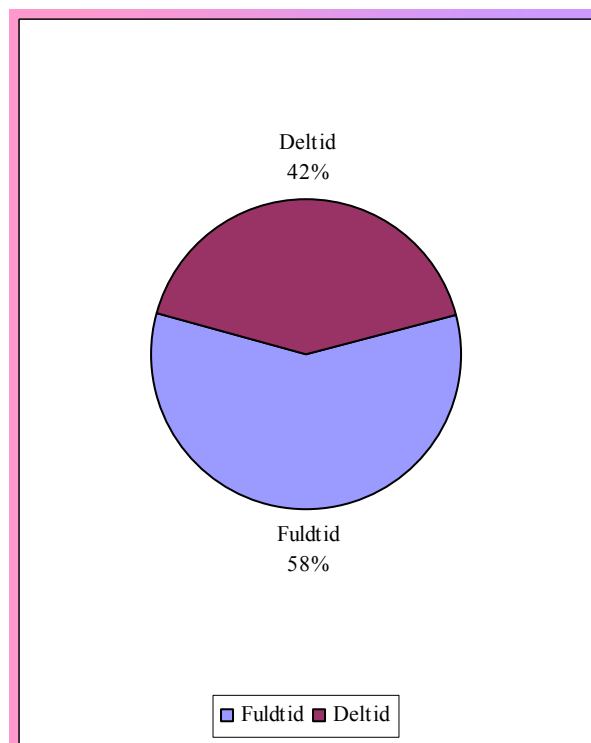
Delt op efter etablerings år er der i 2002 startet en hel del virksomheder indenfor 'Bygge og anlæg'. Ellers er fordelingen relativt lige mellem de enkelte etablerings år, dog på nær 'Anden service virksomhed', der skiller sig ud stort set over hele linien. Se også skema 1 nedenfor samt figur 1-5 på de efterfølgende sider.

Antal i procent	Tekstil	Elektronik	Papir og grafisk	Jern og metal	Træ	Bygge og anlæg	Anden industri	Handel og reparation	Hotel og restauration	Transport og spedition	Forretningsservice	Sundhedsvæsen	Forlystelser, kultur og sport	Anden service virksomhed	Antal	Antal i alt	Procent af samlet antal
Mænd	3	6,1		6,1	3	18,2		12,1	6,1	3	3		3	36,4	33	40	82,5
Kvinder	28,6	0	14,3			14,3		14,3						28,6	7		17,5
Fuldtid	4	8			4	32		4	8		4			36	25	43	58,1
Deltid	16,7		5,6	11,1				22,2		5,6	5,6		5,6	27,8	18		41,9
Under 30 år									66,7					33,3	3		7,1
Mellem 30 og 50 år	13,8	6,9	3,4	3,4	3,4	27,6		10,3		3,4			3,4	24,1	29	42	69
Over 50 år				10				10			20			60	10		23,8
2002	9,1	9,1			9,1	36,4					9,1			27,3	11		26,8
2003			8,3	8,3		8,3		8,3	8,3		8,3		8,3	41,7	12	41	29,3
2004	16,7	5,6		5,6		16,7		16,7	5,6					33,3	18		43,9
Antal i alt	9,1	4,5	2,3	4,5	2,3	18,2		11,4	4,5	2,3	4,5		2,3	34,1			

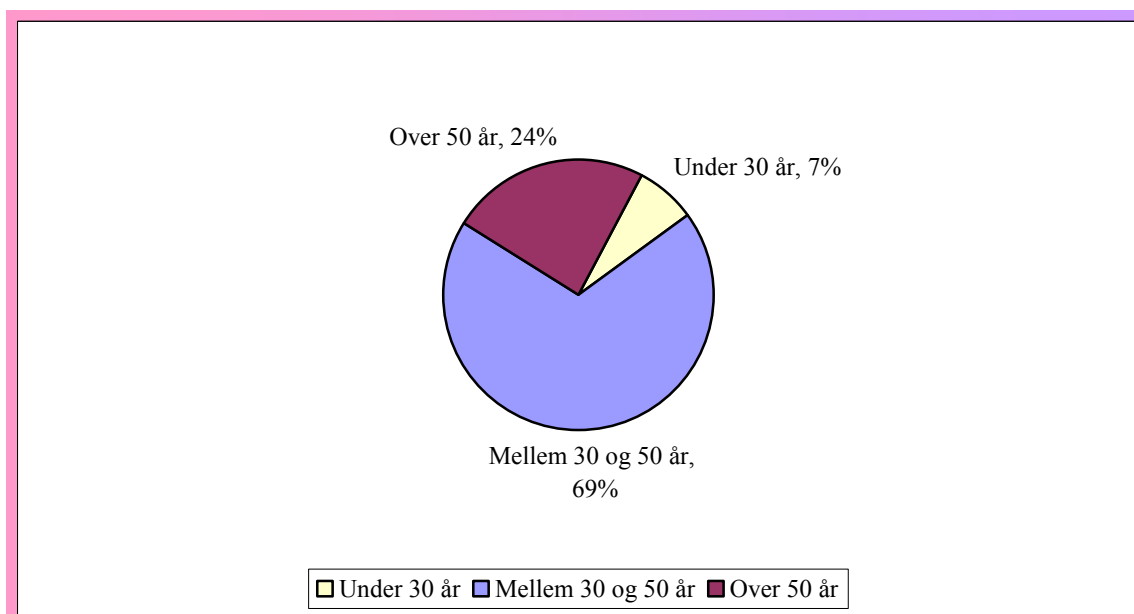
**Skema 1:** Her ses forholdet mellem branche og mænd/kvinder, fuldtid/deltid, alder samt etablerings år. Tallet under 'Antal' svarer ikke nødvendigvis til antallet af eksempelvis mænd, men derimod til antallet af svar mændene har givet under de enkelte brancher. Under 'Antal i alt' er summen større end de 39, der har udfyldt spørgeskemaet, fordi der i nogle spørgsmål er givet mere end ét svar.



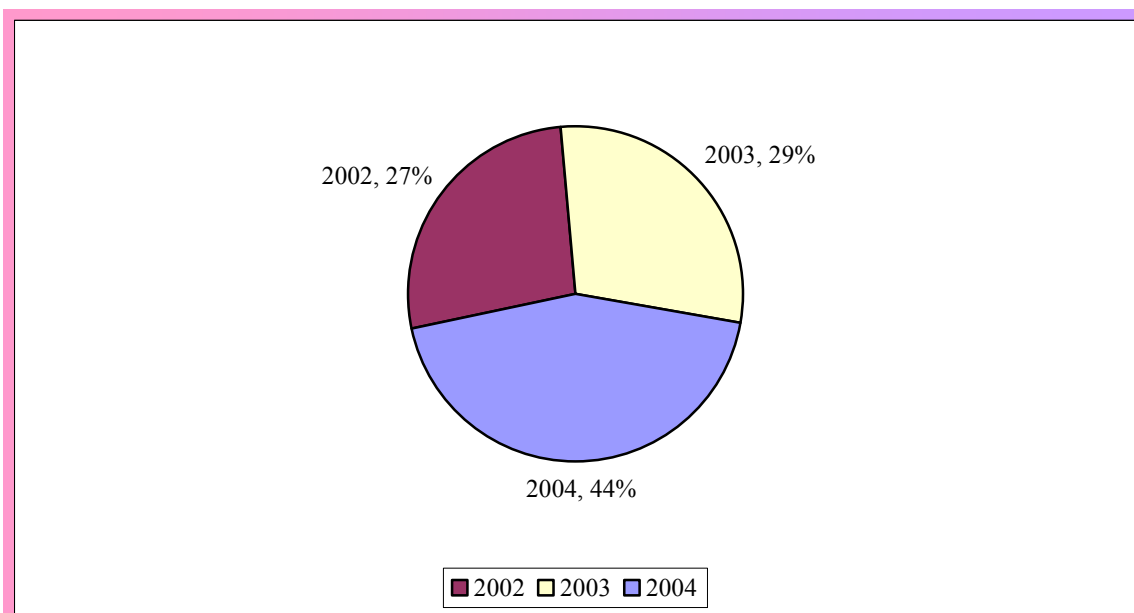
**Figur 1:** Her ses fordelingen af mænd og kvinder på iværksætterområdet. Som det ses er der en stor overvægt af mænd, der starter som selvstændig i Sønderborg-området. Tallene stammer fra skema 1 ovenfor.



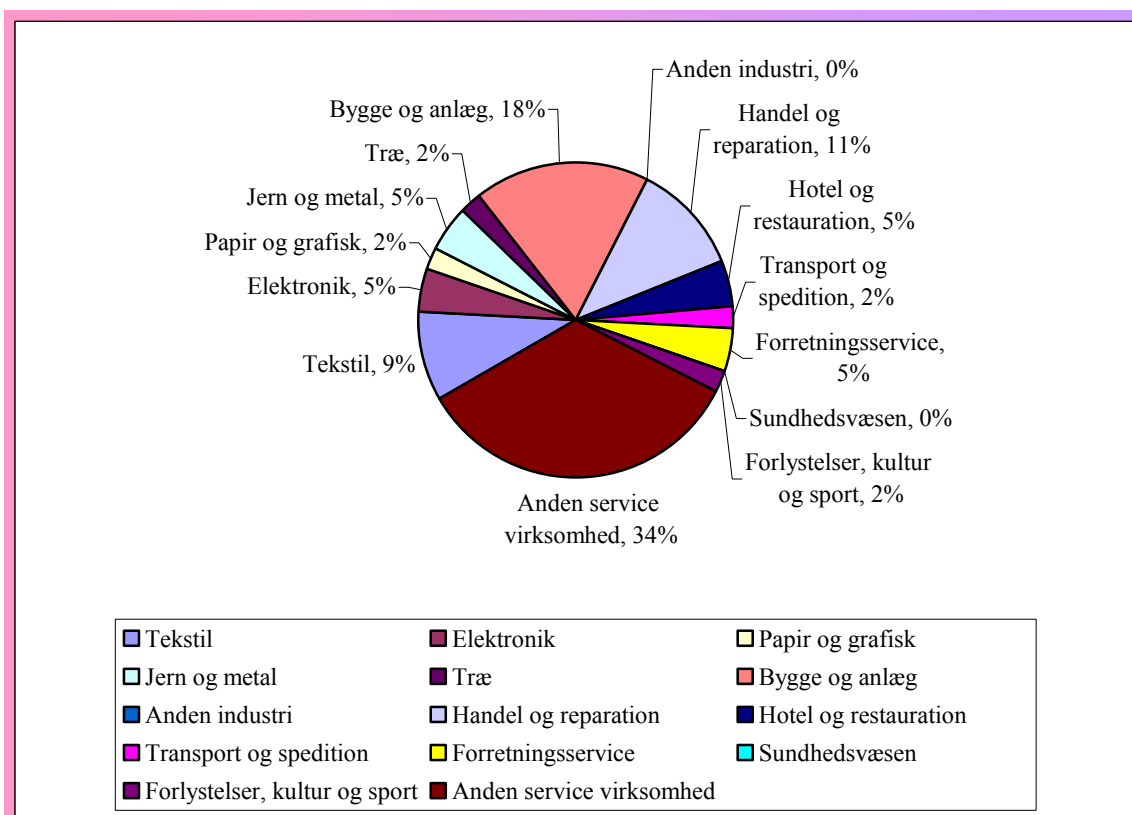
**Figur 2:** Fordelingen af fuldtids og deltids iværksættere. Antallet af personer, der har indtægt fra deres egen virksomhed er noget over halvdelen. Tallene stammer fra skema 1 ovenfor.



**Figur 3:** Aldersfordelingen af iværksætterne i området. Over to tredjedele befinder sig i intervallet mellem 30 og 50 år, men næsten en fjerdedel er over 50 år, når de starter som iværksætter. Tallene stammer fra skema 1 ovenfor.



**Figur 4:** Antallet af iværksættere fordelt på etablerings år. Det relativt store antal iværksættere fra 2004 kan skyldes at der endnu er en del virksomheder, der har overlevet, hvorimod i de andre år kan der være flere, der måtte lukke deres virksomhed. Tallene stammer fra skema 1 ovenfor.

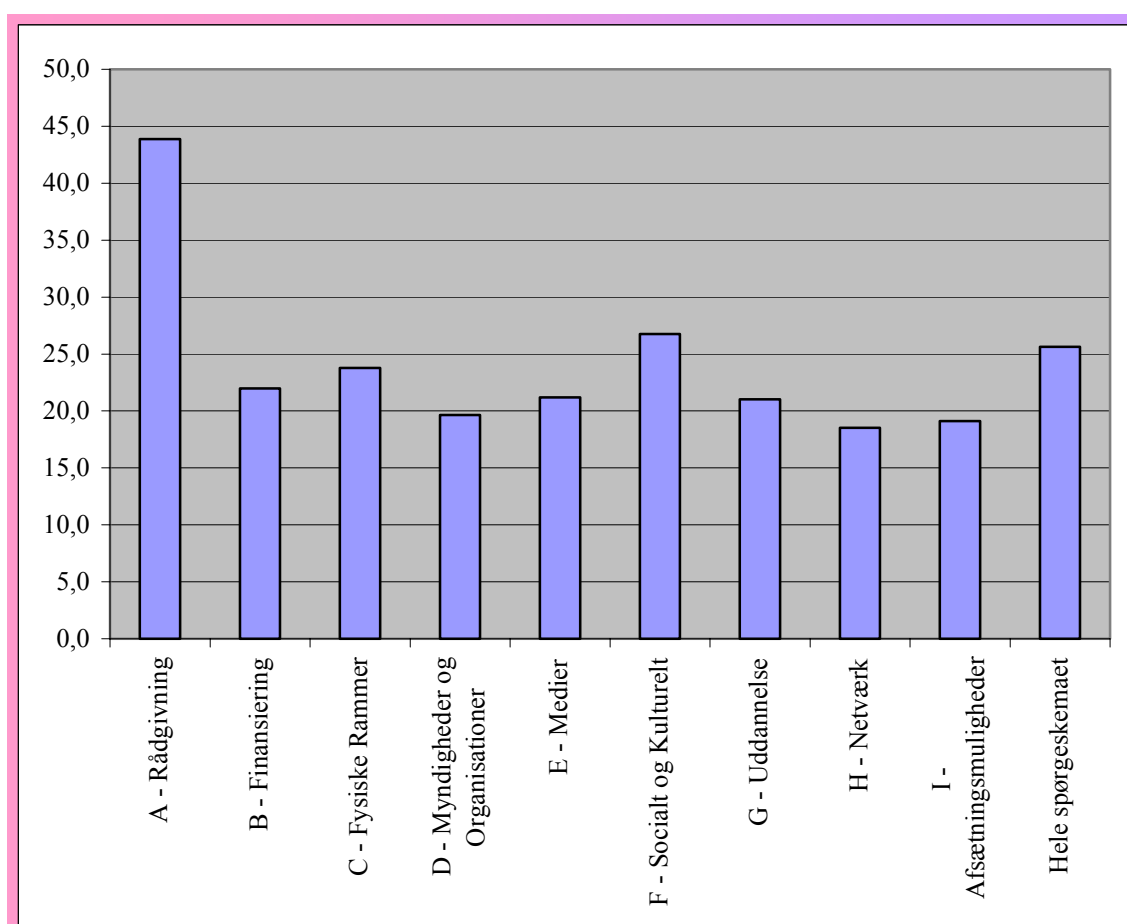


**Figur 5:** En oversigt over fordelingen af brancher indenfor iværksætterområdet for de sidste 3 år. Anden service virksomhed er helt klart topscorer med ca. en tredjedel af alle virksomheder indenfor denne branche. Tallene stammer fra skema 1 ovenfor.



## Hvad er konklusionerne?

Det var et stort og omfattende spørgeskema<sup>3</sup>, der blev sendt ud til iværksætterne. Vi kan tydeligt se, at nogle brugte meget tid på at udfylde det korrekt, mens andre gik lettere hen over det. Ikke alle udfyldte hele skemaet, enten pga. manglende tid/lyst, eller fordi det pågældende punkt ikke var relevant for dem. Derfor er den gennemsnitlige svarprocent også forskellig fra del til del. Del A omkring rådgivning har den langt største svarprocent på 43,9 %. De resterende dele ligger mellem 18,5 % i del H (Netværk) til 26,8 % i del F (Socialt og Kulturelt). At del A har den højeste svarprocent, er måske ikke så mærkelig, mange kaster sig over skemaet startende ved netop del A, men opgiver efter de finder ud af hvor omfattende og tidskrævende det er. Overordnet set har iværksætterne svaret på ca. 1/4 af alle spørgsmål, skemaet som helhed har en svarprocent på 25,6 %.



**Figur 6:** Den gennemsnitlige svarprocent for hvert enkelt område samt for hele spørgeskemaet som helhed. Tallene stammer fra skema 2 nedenfor.

<sup>3</sup> Spørgeskemaet stammer fra et projekt fra 2002 *Sådan skaber man en særlig lokal iværksætterkultur*.



<b>Gennemsnitlig svarprocent for</b>	
A - Rådgivning	43,9
B - Finansiering	22,0
C - Fysiske Rammer	23,8
D - Myndigheder og Organisationer	19,7
E - Medier	21,2
F - Socialt og Kulturelt	26,8
G - Uddannelse	21,0
H - Netværk	18,5
I - Afsætningsmuligheder	19,1
<b>Hele spørgeskemaet</b>	<b>25,6</b>

*Skema 2: Dette er en oversigt over den gennemsnitlige svarprocent under de enkelte punkter fra spørgeskemaet til iværksætterne.*

Indenfor både rådgivning og finansiering er det pengeinstitutterne der scorer højest, hvilket nok i høj grad hænger sammen med, at pengeinstitutter er en meget integreret del af vores hverdag, uanset om vi er iværksættere eller ej. ERFA grupper/netværk er et område, der ikke er særlig kendt blandt iværksætterne, ligesom Business Angels og lokale udviklingsselskaber er meget ukendte.

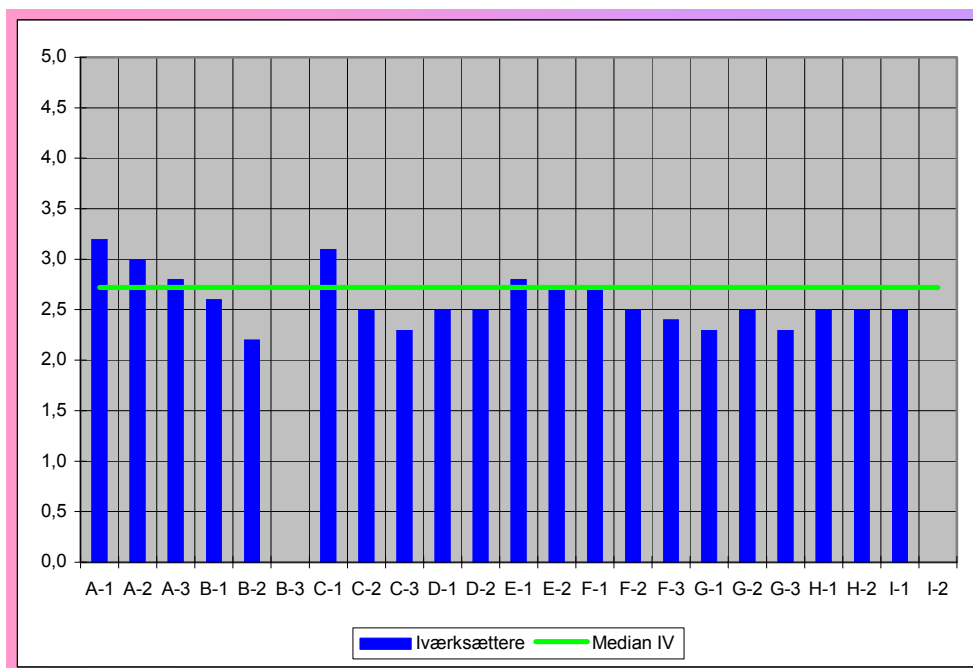
Når det gælder de fysiske rammer, er det især børnepasningsmulighederne der topper, hvorimod udbuddet og anvendeligheden af erhvervsjord ligger længst nede på skalaen. Dette skal dog ikke ses som et stort problem, da den score erhvervsjord får, ikke er så lav endda. Iværksætterne er rimelig tilfredse med Handelsstandsforeningen, mens interesseorganisationerne får bundkarakter. På medie siden er det fagbladene, der indeholder lokalt stof, der scorer højest, men iværksætterne savner nogle nyhedsbreve, der kan fortælle lidt om, hvad der rør sig på iværksætterfronten.

Iværksætterne er godt klar over der findes iværksætterkurser og rangerer dem også højt, men de savner noget generel viden og interesse omkring iværksætteri på de almene uddannelses-institutioner.

Som man kan se i figur 7 nedenfor, så svinger iværksætternes svar ikke det helt store. I spørgsmålene om hvor nemt det er at komme i kontakt med rådgiverne (spørgsmål A-1) og rådigheden af etableringslokaler (spørgsmål C-1) er der dog et lidt større spring. Iværksætterne ved de er der, både rådgiverne og lokalerne. I spørgsmålet omkring hvor nemme finansieringsmulighederne er at finde (spørgsmål B-2) svarer iværksætterne ikke særlig højt. Det kan tyde på, at de har svært ved at overskue mulighederne og hvordan deres egen virksomhed passer ind i dem.



I det store hele virker det som om, det er meget tilfældigt, hvis en iværksætter benytter sig af erhvervsfremmende tiltag. En hel del giver udtryk for, at de slet ikke ved, hvilke muligheder de har, når de, som helt nye iværksættere, vil etablere deres egen virksomhed. Men fælles for dem alle er, at de i lang tid har gået med ønsket om at starte deres egen virksomhed, nu fik de pludselig chancen og tog den. For at efterkomme denne manglende viden om, hvad der findes af hjælp og rådgivning for disse nye iværksættere, foreslår flere at samle en mappe med informationer om, hvilke muligheder man har, hvis man vil starte egen virksomhed. Erhvervs- og Selskabsstyrelsen samt Erhvervs- og Byggestyrelsen har netop udgivet en Firmastartpakke, som giver råd og vejledning omkring, hvordan en iværksætter skal forholde sig i opstartsfasen. Denne pakke kunne eksempelvis udvides med mere område-specifikke oplysninger. Læs mere om, hvad der kan gøres for iværksætterne i afsnittet *Hvad skal der ske nu?* på side 31.



**Figur 7:** Det er iværksætternes gennemsnitlige svar i de blå søjler samt medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") som den grønne streg. På grund af et andet spørgeskema til iværksætterne er det ikke muligt direkte at sammenligne alle svar. Derfor er spørgsmålene B-3, og I-2 ikke besvaret og spørgsmålene D-1 og D-2 samt H-1 og H-2 slået sammen. Se også skema 3 på side 21.



### **Hvad har vi lært af denne proces?**

Ud fra en del af de svar vi fik tilbage på dette spørgeskema, kan vi konkludere at skemaet var alt for omfattende og for stort. De lokale iværksættere kunne ikke overskue det og finde tiden til at udfylde det. Dette skrev de både under kommentarerne til skemaet, men kan også læses ud fra den relative lave svarprocent. I Rødding udsendte de efterfølgende et reduceret og simplificeret spørgeskema i stedet for, hvilket højnede svarprocenten en hel del. Derfor vil spørgeskemaet til iværksætterne i den endelige iværksætter-håndbog være helt anderledes end det, iværksætterne her i området har besvaret.



### 3. Rådgivere

Den anden halvdel af projektet går ud på at få et overblik over rådgivernes syn på iværksætterkulturen i området. Til denne del har vi også anvendt et spørgeskema, men belært af skemaet til iværksætterne, er dette skema nu simplificeret og noget nemmere at overskue. For fortsat at kunne sammenligne resultaterne med resultaterne fra iværksætternes skema, er de overordnede aktørgrupperinger bibeholdt. Desuden er de generelle temaer under hver gruppering også bibeholdt, hvilket gør det noget nemmere at sammenligne med resultaterne fra iværksætternes skema. Bilag 2 på side 38 indeholder spørgeskemaet til rådgiverne.

#### Hvordan gjorde vi?

Vi inviterede 164 rådgivere fra Sønderborg-området til et møde omkring iværksætterkulturen i området, hvor dog kun 20 mødte op. De fik først en kort gennemgang af projektet, hvorefter vi havde afsat tid til udfyldelse af spørgeskema og spørgsmål. Til sidst var der et kort oplæg fra en ny iværksætter fra området, hvilket gav rådgiverne et lille indblik i, hvordan det er at være iværksætter i dag. Der blev i alt udfyldt 16 spørgeskemaer, fordelt på banker, revision, advokater og andre. En overskuelig form af dette skema kan ses i bilag 2 på side 38.

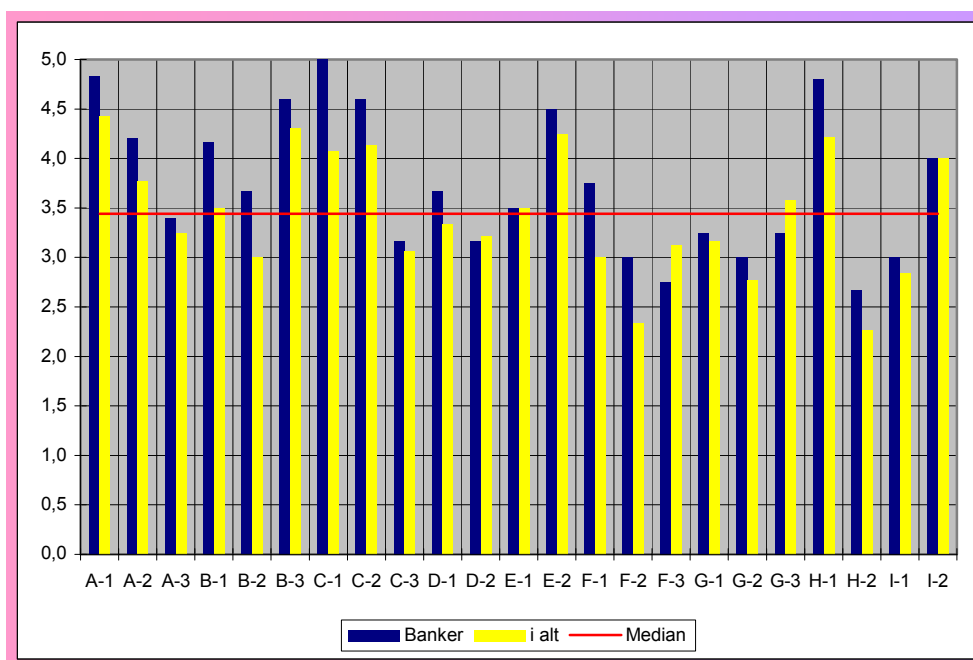
Bankerne var størst repræsenteret med 6 deltagere fra 4 forskellige banker. Dernæst var der 5 forskellige rådgivere fra hver sit revisionsfirma. Desværre var der kun et enkelt advokatfirma til stede, hvilket giver nogle statistiske problemer, når de forskellige kategorier skal sammenlignes. Til sidst var der 4 rådgivere, som ikke hører ind under en af de tre andre kategorier, men som alligevel udgør en væsentlig del af hele rådgivningsnetværket for iværksætteren.

#### Hvad er konklusionerne?

Først er der et kig på de enkelte grupper af rådgivere (banker, revisorer, advokater og andre). Som nævnt ovenfor er det svært at isolere advokater, da der kun var en enkelt, der udfyldte spørgeskemaet. Derfor er det svært at sige noget om gruppen af advokater i området som helhed. Til sidst et afsnit, hvor konklusionerne for alle rådgiverne er samlet.

## Banker

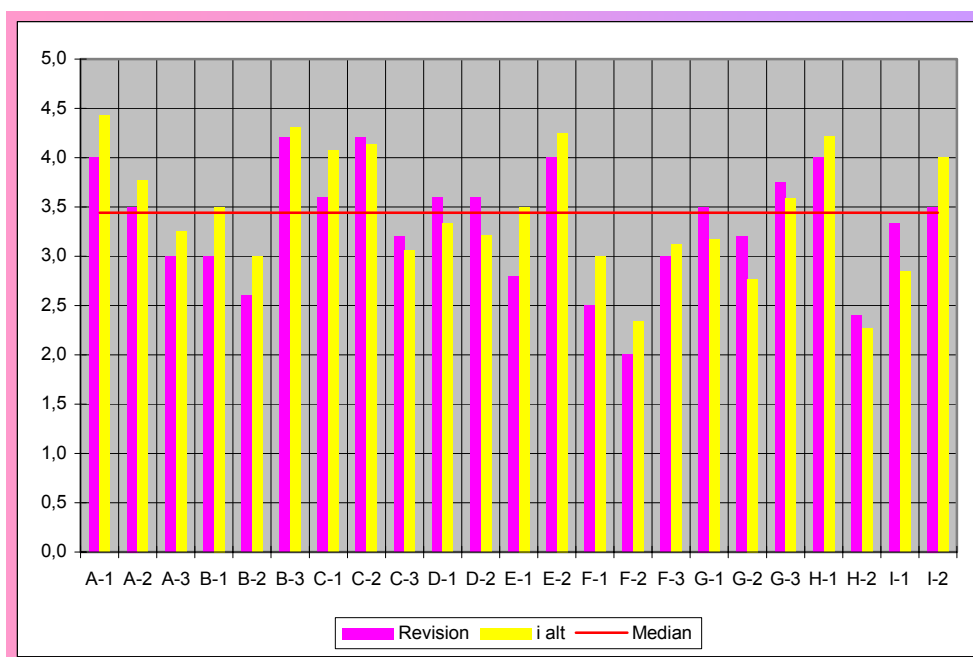
I stort set alle spørgsmål svarer bankerne højere end gennemsnittet for alle rådgivere i undersøgelsen. Det er kun på 3 områder, de ligger under, nemlig i spørgsmålene om de offentlige myndigheder og organisationer udbyder nok vejledning til iværksættere (spørgsmål D-2) (0,048 point under), om kvaliteten af de sociale og kulturelle arrangementer for/om iværksættere (spørgsmål F-3) (0,375 point under) og om hvor lydhøre uddannelsesinstitutionerne er overfor idéer og forslag (spørgsmål G-3) (0,333 point under). Disse forskelle er relative små i forhold til hele skalaen mellem 0 og 5. I spørgsmålet om udbuddet af attraktive etableringslokaler finder man den største forskel, her svarer bankerne næsten et helt point (0,929 point) over gennemsnittet.



**Figur 8:** Det er bankernes gennemsnitlige svar i de mørkeblå søjler og alle rådgiveres gennemsnitlige svar i de gule søjler. Medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") for alle rådgiveres svar vises som en rød streg.

## Revision

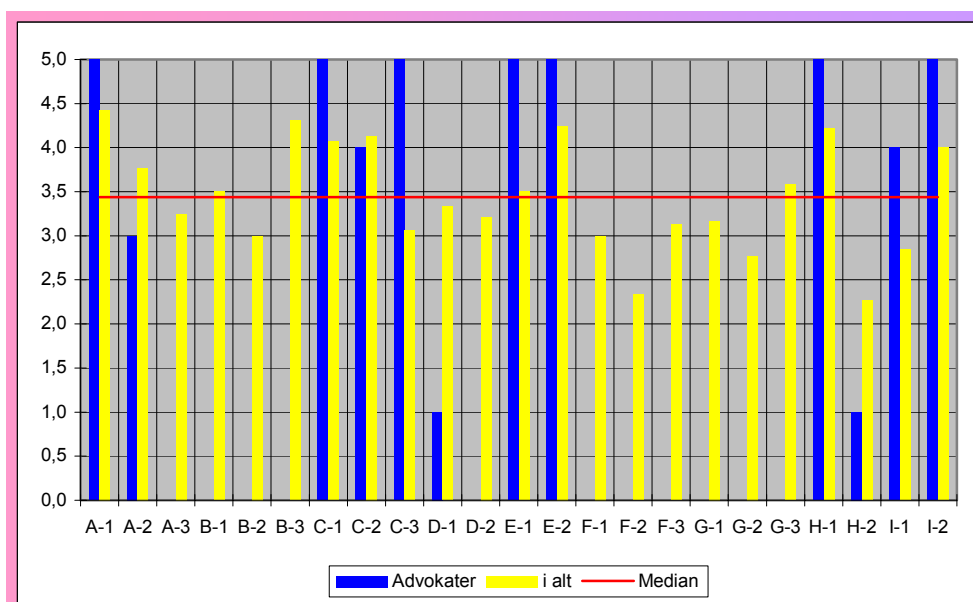
Hos revisionsfirmaerne er billedet helt anderledes. I 14 ud af de 23 spørgsmål er det gennemsnitlige svar fra revisorerne under det samlede gennemsnit. Den største forskel er i spørgsmålet om iværksætterområdet er dækket af de lokale medier (spørgsmål E-1), hvor svaret ligger 0,7 point under det samlede.



**Figur 9:** Det er revisorerne gennemsnitlige svar i de pink søjler og alle rådgiveres gennemsnitlige svar i de gule søjler. Medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") for alle rådgiveres svar vises som en rød streg.

### Advokater

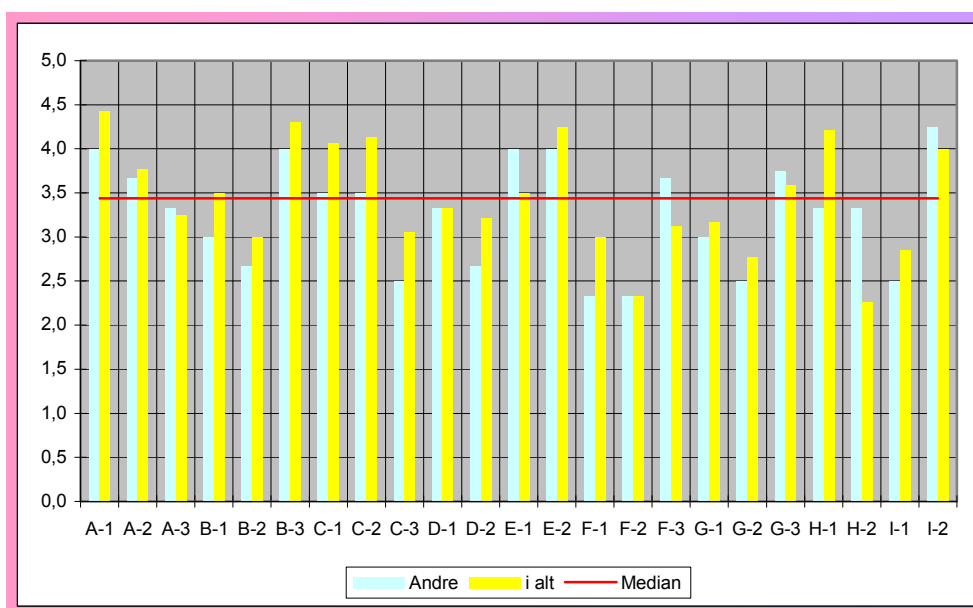
Her har vi utroligt svært ved at sige noget om niveauet i forhold til de samlede svar, da kun én advokat har udfyldt spørgeskemaet. Desuden er der svaret 0 i ca. halvdelen af spørgsmålene, fordi det på den ene eller anden måde ikke var relevant for den pågældende advokat. Generelt ligger advokatens svar langt fra de samlede, undtagen i spørgsmålet om mulighederne for etablering i udviklingsparker og lignende (spørgsmål C-2). Her ligger svarene ret tæt op ad hinanden, 4 for advokaten og 4,133 samlet. De offentlige myndigheder og organisationers vejledning til iværksættere (spørgsmål D-1) bliver her vurderet til at være ret lav, nemlig 1, hvorimod det samlede svar ligger på 3,333. Det er også her man ser den største forskel i svarene.



**Figur 10:** Det er advokatens gennemsnitlige svar i de blå søjler og alle rådgiveres gennemsnitlige svar i de gule søjler. Medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") for alle rådgiveres svar vises som en rød streg. Da der kun var en enkelt advokat til stede og vedkommende svarede 0 i flere spørgsmål, er det ikke alle spørgsmål man kan sammenligne med de gennemsnitlige svar for alle rådgivere samt medianen.

## Andre

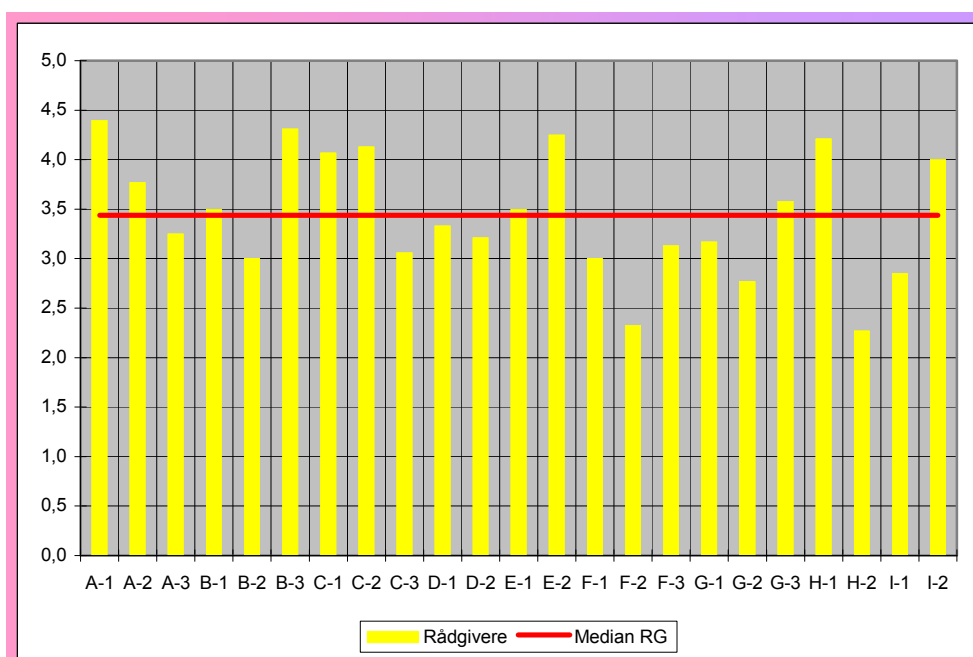
I kategorien 'Andre' ligger ca. lidt over halvdelen af svarene under de samlede svar. Derudover er der 2 som falder fuldstændig sammen med. Det er i spørgsmålene om offentlige myndigheder og organisationers vejledning til iværksættere (spørgsmål D-1) (begge på 3,333 point) og om synligheden af sociale og kulturelle arrangementer (spørgsmål F-2) (begge på 2,333 point). Den største forskel i svarene ser vi i spørgsmålet om hvorvidt rådgiverne indgår i erhvervsrettede netværk (spørgsmål H-2). Det samlede svar ligger på 2,267 point, hvorimod rådgivere i denne kategori har svaret 3,333 point.



**Figur 11:** Det er andre rådgiveres gennemsnitlige svar i de turkise søjler og alle rådgiveres gennemsnitlige svar i de gule søjler. Medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") for alle rådgiveres svar vises som en rød streg.

### Samlet

Ca. halvdelen af svarene ligger over medianen på 3,44. I spørgsmålene om Myndigheder & Organisationer (spørgsmålene under D) samt Socialt & Kulturelt (spørgsmålene under F) ligger samtlige svar dog under medianen. I figur 12 nedenfor kan man se, at i spørgsmålene om synligheden af sociale og kulturelle arrangementer (spørgsmål F-2) og i hvor høj grad man indgår i erhvervsrettede netværk (spørgsmål H-2) ligger svaret en hel del under medianen. Arrangementer for og om iværksætterne skal altså gøres mere synlige end de er i dag. Derudover skal netværk udbredes mere blandt iværksætterne, men vil også være en fordel at gøre blandt rådgiverne.



**Figur 12:** Her vises alle rådgiveres gennemsnitlige svar i de gule søjler og medianen ("gennemsnittet af gennemsnittet") for alle rådgiveres svar som en rød streg.



## **Hvad har vi lært af denne proces?**

Spørgeskemaet til rådgiverne havde vi justeret til i forhold til iværksætternes tunge spørgeskema. Dette bevirkede at der var små problemer med at sammenligne alle svar direkte, men er dog forsøgt på bedste måde i det næste afsnit.

I forbindelse med udarbejdelsen af iværksætter håndbogen skal spørgeskemaet til rådgiverne dog stadig rettes lidt til, idet nogle af spørgsmålene virkede overfladiske og kunne i enkelte tilfælde måske have mere end én mening. Skemaet virker dog let tilgængelig og meget mere overskuelig i sin udformning i forhold til skemaet til iværksætterne, derfor bør vi bibeholde dens nuværende form og kun ændre på selve spørgsmålsteksten.

## 4. Sammenligning af resultater

Ved sammenligningen af resultater fra iværksætterne og fra rådgiverne har det været nødvendigt at lave nogle tilpasninger i forhold til spørgsmålene fra spørgeskemaet til iværksætterne. Som nævnt tidligere var dette skema alt for stort og omfattende, så skemaet til rådgiverne blev justeret og gjort mere overskueligt. Derfor er der også spørgsmål, hvor svar fra flere spørgsmål til iværksætterne er slået sammen for at kunne sammenligne det med et svar fra rådgiverne. For et overblik over, hvilke spørgsmål det drejer sig om, se i tekstboksen herunder.

	Iværk-sættere:	Råd-givere:	Forskel: (IV-RG)
<b>A - Rådgivning</b>			
Synlighed	3,2	4,4	-1,2
Kvalitet	3,0	3,8	-0,8
Udbytte	2,8	3,3	-0,5
<b>B - Finansiering</b>			
Udbud	2,6	3,5	-0,9
Tilgængelighed	2,2	3,0	-0,8
Behov		4,3	
<b>C - Fysiske Rammer</b>			
Udbud	3,1	4,1	-1,0
Muligheder	2,5	4,1	-1,6
Prisniveau	2,3	3,1	-0,8
<b>D - Myndigheder &amp; Org.</b>			
Kendskab	} 2,5	3,3	-0,8
Nok vejledning		3,2	-3,2
<b>E - Medier</b>			
Dækning	2,8	3,5	-0,7
Modtagelighed	2,7	4,3	-1,6
<b>F - Socialt &amp; Kulturelt</b>			
Udbud	2,7	3,0	-0,3
Synlighed	2,5	2,3	<b>0,2</b>
Kvalitet	2,4	3,1	-0,7
<b>G - Uddannelse</b>			
Udbud	2,3	3,2	-0,9
Tilgængelighed	2,5	2,8	-0,3
Lydhørhed	2,3	3,6	-1,3
<b>H - Netværk</b>			
Behov	} 2,5	4,2	-1,7
Udbredelse		2,3	<b>0,2</b>
<b>I - Afsætningsmuligheder</b>			
Muligheder	2,5	2,9	-0,4
Hjælp		4,0	

### Bemærkninger til skema 3

I følgende punkter i spørgeskemaet til iværksætterne er der lavet tilpasninger for at kunne lave en sammenligning med spørgsmålene til rådgiverne, se også skema 3 ved siden af samt spørgeskemaet til iværksætterne i bilag 1 på side 31:

#### A – Rådgivning

'Udbyttet' er fundet som et gennemsnit mellem 'Service-niveau', 'Aktivitetsniveau' og 'Imødekommenhed'.

#### C – Fysiske Rammer

'Muligheder' er fundet som et gennemsnit mellem 'Fysisk tilgængelighed', 'Anvendelighed for IV'ere' og 'Kvalitet og egnethed'.

#### D – Myndigheder & Org.

Et samlet gennemsnit for alle spørgsmål i denne kategori.

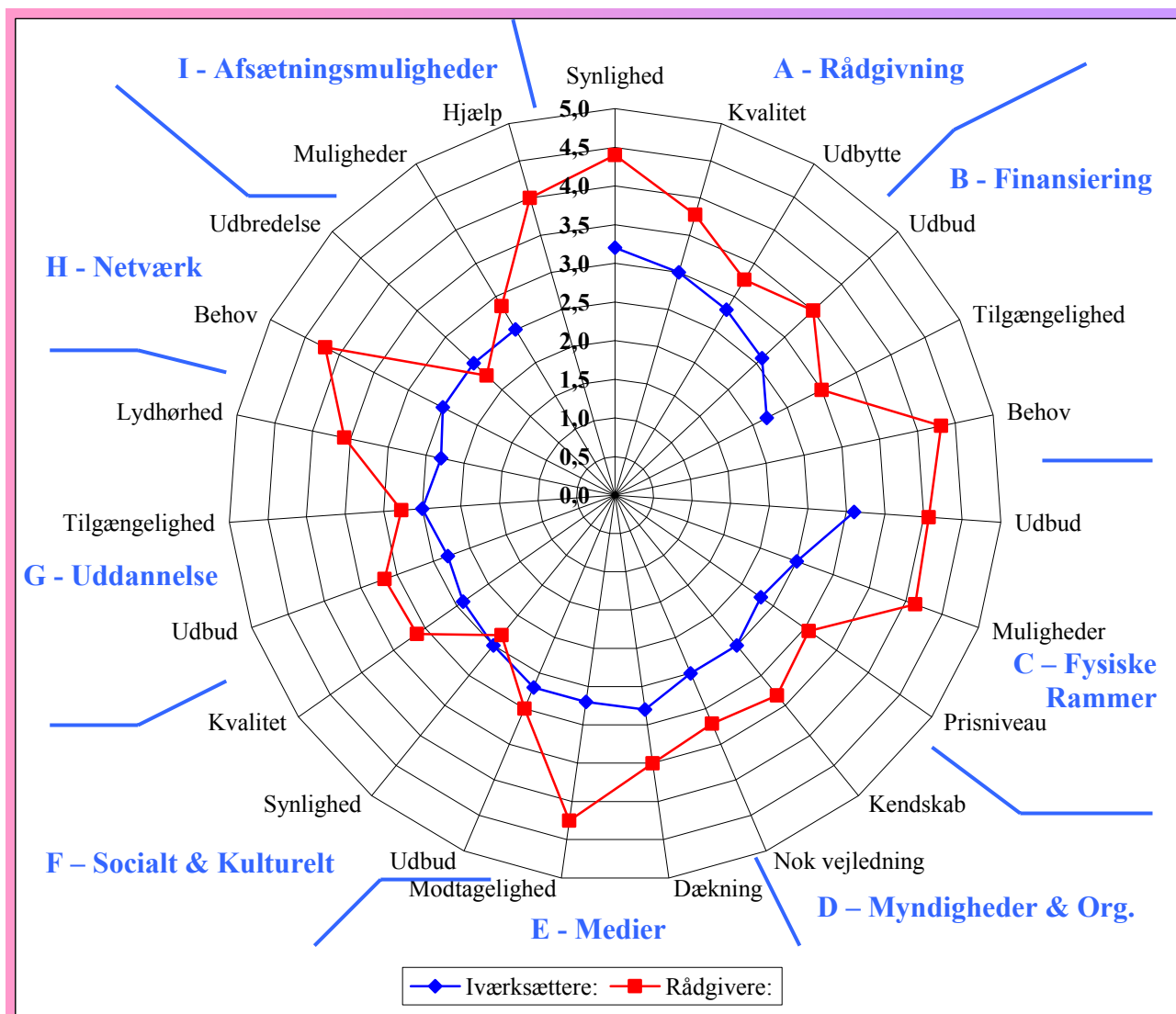
#### E – Medier

'Dækning' er fundet som et gennemsnit mellem 'Dækning af IV (spalte mm)', 'Dækning af IV nyheder (tid)' og 'Dækningsgrad'.

#### H – Netværk

Et samlet gennemsnit for alle spørgsmål i denne kategori.

*Skema 3: Dette skema viser både de gennemsnitlige svar fra iværksætterne og fra rådgiverne. Derudover vises også forskellen mellem disse svar. Da iværksætternes spørgeskema ikke var magen til rådgivernes er der derfor nogle svar, som er slået sammen eller slet ikke udfyldt. Se tekstboksen ved siden af for en uddybning af dette. Dette skema er også afbilledet i 'spindelvævs'-diagrammet nedenfor.*



**Figur 13:** Ovenstående 'spindelvævs'-diagram viser iværksætternes og rådgivernes svar, hvor man kan se at rådgiverne generelt svarer højere end iværksætterne, på nær i 2 spørgsmål, nemlig om synligheden af sociale og kulturelle arrangementer (spørgsmål F-2) og udbredelsen af netværk (spørgsmål H-2). Diagrammet er lavet på basis af tallene fra skema 3 ovenfor.



Herunder gives en samlet konklusion under de enkelte kategorier, hvor tallene fra skema 3 er uddybet nærmere.

## **A – Rådgivning**

Rådgivernes opfattelse af hvor synlige de er, er noget større end den opfattelse iværksætterne selv har. Dog mener iværksætterne at synligheden af rådgiverne er i orden, eller i hvert fald i den bedre ende af skalaen. Vedrørende kvaliteten og udbyttet af rådgivningen, så vurderer iværksætterne også det til at være over middel.

Forskellen mellem iværksætternes opfattelse af hvor nemt det er at komme i kontakt med iværksætterrådgiverne (spørgsmål A-1) og rådgivernes egen opfattelse er relativ stor, nemlig 1,2. Her burde man måske skele lidt mere til iværksætternes holdning, da det jo er dem der har behovet for at komme i kontakt med disse rådgivere. Dog skal det nævnes at vurderingen fra iværksætterne ikke er så lav endda, det gennemsnitlige svar for dette spørgsmål ligger på 3,2 og for rådgiverne på 4,4, hvilket er de højeste svar i det hele taget. Ved vurderingen af kvaliteten af rådgivningen (spørgsmål A-2) falder iværksætternes svar en anelse til 3,0, men rådgivernes eget svar falder ligeledes, så forskellen mellem de to er nede på 0,8. Under udbyttet af rådgivningen (spørgsmål A-3) falder iværksætternes svar igen med 0,2 til 2,8, hvorimod rådgivernes svar falder noget mere til 3,3.

## **B - Finansiering**

Større viden omkring de forskellige produkter og muligheder er helt klart grunden til forskellen mellem iværksætternes svar og rådgivernes svar på spørgsmålet om mulighederne inden for finansiering. Rådgiverne kender deres egne produkter, hvorimod lang de fleste iværksættere bliver sluppet løs i en jungle af muligheder, der kan være svær at finde rundt i.

Forskellen mellem iværksætternes svar og rådgivernes svar på spørgsmålet om mulighederne inden for finansiering (spørgsmål B-1) ligger på henholdsvis 2,6 og 3,5. Rådgivernes svar til spørgsmålet om tilgængeligheden af disse muligheder (spørgsmål B-2) falder dog også en del til 3,0, hvor iværksætternes svar falder næsten tilsvarende til 2,2. Derudover mener rådgiverne i stor grad at der er behov for risikovillig kapital til iværksætterne (spørgsmål B-3), svaret hertil ligger på 4,3.



## **C – Fysiske Rammer**

Der er stor forskel på opfattelsen af hvor mange etableringslokaler, der er til rådighed for iværksætterne. Også her kan grunden være at rådgiverne simpelthen har større viden omkring egnede lokaler, siden de beskæftiger sig med iværksættere (og har gjort i mange år) og de udfordringer iværksætterne står overfor. Rådgiverne har højst sandsynlig et andet overblik over markedet for etableringslokaler, men hvis mulighederne ikke bliver synliggjort, er det klart at iværksætterne vil have den opfattelse at der ikke er nær så mange til rådighed.

Rådgiverne mener, at der er en hel del etableringslokaler til rådighed for iværksætterne (spørgsmål C-1), deres svar ligger på 4,1, hvorimod iværksætternes svar ligger 1,0 under. Rådgiverne kan også se mulighederne i udviklingsparker og lign. (spørgsmål C-2) da de svarer det samme på dette spørgsmål (4,1), men igen har det ikke været synliggjort på samme måde overfor iværksætterne, hvilket gør at de kun svarer 2,5. I dette spørgsmål er der også den største forskel mellem de to grupper, nemlig 1,6.

## **D – Myndigheder & Organisationer**

Under dette punkt svarer iværksætterne meget neutralt. Dette kan skyldes at de først skal til at sætte sig ind i hele den del omkring myndighederne og forskellige organisationer. De forskellige rådgivere er mere vant til at arbejde med dem.

Iværksætterne svarer samlet set 2,5 under dette punkt, hvorimod rådgiverne svarer lidt højere (3,3).

## **E – Medier**

Her er de to grupper meget uenige. Iværksætterne mener ikke dækningen af iværksætterområdet er særlig højt, heller ikke modtageligheden af iværksætter historier. Rådgiverne, derimod, mener der er noget større dækning og at medierne meget gerne vil tage imod historier om iværksættere. Der kan meget vel ligge en forskel i forventning til grund for denne forskel. Hvis iværksætterne forventer noget større dækning end rådgiverne vil dette give udslag i deres svar, som i dette tilfælde.

Iværksætternes svar til mediernes dækning af iværksætterområdet (spørgsmål E-1) og modtagelighed af iværksætter relaterede historier (spørgsmål E-2) ligger på henholdsvis 2,8 og 2,7. Set fra rådgivernes synspunkt er svarene henholdsvis 3,5 og 4,3. I spørgsmålet om modtageligheden (spørgsmål E-2) er den største forskel mellem svarene fra de to grupper, nemlig 1,6 ligesom under spørgsmålet om mulighederne indenfor udviklingsparker og lign. (spørgsmål C-2) – se også længere oppe.



## **F – Socialt & Kulturelt**

De sociale og kulturelle arrangementer scorer under middel hos iværksætterne, hvorimod rådgiverne generelt vurderer dem lige over middel. Denne tendens kan måske forklares ud fra, at rådgiverne ikke leder efter arrangementerne på samme måde som iværksætterne, og måske mere tilfældigt støder på dem.

Inden for denne kategori findes et af de 2 spørgsmål, hvor rådgiverne svarer lavere end iværksætterne. Forskellen er dog ikke så stor, kun 0,2, i spørgsmålet om synligheden af de forskellige sociale og kulturelle arrangementer (spørgsmål F-2). Svarene er her henholdsvis 2,5 og 2,3 for iværksætterne og rådgiverne. Under udbudet af disse arrangementer (spørgsmål F-1) ser billedet næsten omvendt ud. Iværksætterne svarer 2,7 og rådgiverne 3,0 i dette spørgsmål. Kvaliteten af arrangementerne (spørgsmål F-3) er der dog ikke så stor enighed om. Her svarer iværksætterne kun 2,4, hvor rådgiverne vurderer dem til 3,1.

## **G – Uddannelse**

Den relative store forskel mellem svarene fra de to grupper skyldes til dels nok, at rådgiverne på et eller andet plan har et samarbejde med uddannelsesinstitutionerne, måske hverken officielt eller direkte, men der er en anden 'kraft' bag rådgiverne, når de kommer med nye idéer eller forslag i forhold til den enkelte iværksætter.

Udbuddet af uddannelse (spørgsmål G-1) mener iværksætterne selv ikke er helt så stort, derfor har de svaret 2,3 under dette spørgsmål. Rådgiverne har svaret lidt højere, nemlig 3,2, så forskellen er på knap 1. Tilgængeligheden af disse uddannelser (spørgsmål G-2) er de to grupper næsten enige om, her svarer iværksætterne 2,5 og rådgiverne svarer 2,8, så her er forskellen knap så stor. Den største forskel findes dog i spørgsmålet om, hvor lydhøre uddannelsesinstitutionerne er overfor idéer og forslag (spørgsmål G-3), nemlig 1,3. Her er svarene henholdsvis 2,3 og 3,6 for iværksætterne og rådgiverne.

## **H – Netværk**

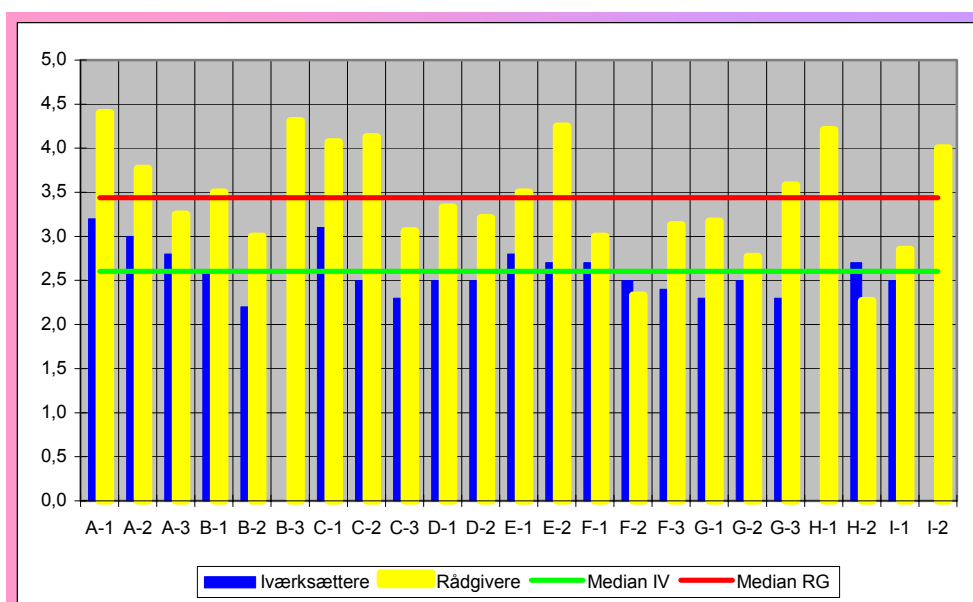
Ved besvarelsen af spørgsmålene i denne kategori *kan* vurderingen være ud fra iværksætternes forestilling om, hvad der sker af netværksdannelse og ikke ud fra, hvad de rent faktisk har oplevet, som rådgiverne meget naturligt vil. Iværksætterne er nye i branchen og skal først lære alting at kende, hvor rådgiverne typisk har fungeret i den pågældende rolle i adskillige år.

Udbredelsen af netværk (spørgsmål H-2) vurderer iværksætterne til at være højere end rådgiverne, nemlig henholdsvis 2,5 og 2,3. Rådgiverne mener dog helt klart at behovet for at danne og medvirke i netværk er ret stort (spørgsmål H-1), til dette spørgsmål har de svaret 4,2.

## I – Afsætningsmuligheder

At iværksætterne svarer neutralt inden for afsætningsmuligheder kan skyldes at de ikke er bekendt med andet end, hvad deres egne tal viser. Rådgiverne har en større kontaktflade og vil derfor have et større grundlag at svare ud fra.

Rådgiverne har svaret meget lavt på spørgsmålet om afsætningsmuligheder (spørgsmål I-1), et af de laveste svar de har givet, nemlig 2,9. Iværksætternes svar ligger lige under på 2,5. Rådgiverne er dog meget enige om at hjælp til salg og markedsføring vil fremme nye virksomheders muligheder (spørgsmål I-2), her har de svaret 4,0.



**Figur 14:** En oversigt over de gennemsnitlige svar fra både iværksætterne (blå søjler) og fra rådgiverne (gule søjler) samt medianerne af disse gennemsnit (grøn og rød streg).



## 5. Konklusioner

Efter spørgeskemaerne fra iværksætterne og rådgiverne er analyseret kan vi nu sige noget om den generelle iværksætterkultur i Sønderborg-området. Dette beskrives nedenfor efterfulgt af en SWOT<sup>4</sup> analyse af iværksætterkulturen, hvorefter de enkelte punkter fra denne analyse herefter bliver diskuteret.

### Hvad har vi lært om iværksætterkulturen?

Efter en gennemgang af spørgeskemaerne er vores overordnede indtryk, at der bliver gjort en del for iværksætterne i området og mange har en positiv holdning til og positive intentioner med denne gruppe. Men det efterlader også det indtryk, at der kan gøres mere og kræfterne kan samles bedre for at få de optimale betingelser frem og motivere flere til at komme i gang og/eller fortsætte med deres idé.

Generelt scorer svarene fra rådgiverne højere end svarene fra iværksætterne. Kun ved synligheden af sociale og kulturelle arrangementer (spørgsmål F-2) samt ved udbredelsen af netværk (spørgsmål H-2) ligger rådgivernes gennemsnitlige svar under iværksætternes. Desuden ligger de også kun en smule over, nemlig 0,2 i begge tilfælde. Der kan være flere forklaringer på denne tendens. En grund kan være at rådgiverne tror det går bedre end iværksætterne oplever det.

En anden grund kan være at rådgiverne rent faktisk har en finger på pulsen og ved hvad der sker på området, da de har en større kontakt med forskellige iværksættere og derigennem får et større og mere samlet billede af iværksætterkulturen i Sønderborg-området – måske endda også et mere realistisk billede. Derudover har rådgiverne også adskillige år i branchen og derigennem større viden om forskellige muligheder og tiltag for iværksætterne, hvor iværksætterne – helt naturlig – først er på vej ind for at udforske disse. Men, selvom dette skulle være tilfældet, må vi ikke glemme iværksætterne og deres opfattelse af iværksætterkulturen i Sønderborg-området. Det jo er dem, der skal trives i denne kultur samt motiveres til at fortsætte med deres virksomhed, og som skal fortælle den positive oplevelse videre til andre, der har inspirationen og lysten til at blive iværksætter.

Rådgiverne skal være bedre til at kommunikere de forskellige muligheder ud, så iværksætterne har større overblik over, hvad der findes og hvad der kunne være aktuelt for den pågældende. En mulighed kunne være, at hver enkelt rådgivende institution/virksomhed udarbejder en ”startpakke”, som fortæller noget om rådgivningen og mulighederne i den pågældende branche. Derudover er det også meget vigtigt at iværksætteren ved nøjagtigt, hvad han/hun kan forvente af den enkelte rådgiver. Hvis rådgiveren tilbyder de første timer gratis skal det fremgå meget tydeligt, hvornår taxameteret begynder at tælle.

<sup>4</sup> SWOT står for Strengths (styrker), Weaknesses (svagheder), Opportunities (muligheder) og Threats (trusler).



Som helhed gælder det om at iværksætteren føler sig respekteret og får nøjagtig den rådgivning, der passer til ham/hende og hans/hendes idé. Jo bedre rådgiverne (og lokalsamfundet i det hele taget) tager imod iværksætterne, jo mere motiveret bliver de og derved vil deres overlevelseschancer også stige. Dette vil på længere sigt give flere nye iværksættere, da de "gamle" iværksættere helt naturligt vil opfordre nye til at kaste sig over deres idé og hjælpe dem i gang, fordi de selv var blevet taget godt imod. Derfor er det meget vigtigt at iværksætteren føler sig godt behandlet og får nøjagtig det de forventer af den pågældende rådgiver, og så måske lidt til. Det er som regel det lille ekstra, som koster minimalt af indsats fra den enkelte, der giver det største plus.

<b>STYRKER</b>	<b>SVAGHEDER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Positiv holdning til iværksættere blandt rådgivere</li> <li>* Rådgiverne er synlige</li> <li>* Opbakning til iværksætterne fra rådgiverne</li> <li>* Stort udbud af lokaler i lokale forsker-/udviklings parker               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Syddanske Forskerparker</li> <li>- Elsmark Entrepreneurpark</li> <li>- Forskerpark Syd v/ Alsion</li> </ul> </li> <li>* Entrepreneurship bliver mere og mere indbygget i uddannelserne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Lav medie-dækning af iværksætter området</li> <li>* Lavt kommunikations niveau omkring oplysning af muligheder for iværksættere</li> <li>* Iværksætterne har et lavt kendskab til mulighederne</li> <li>* Lønmodtagerkultur i Danmark</li> </ul>
<b>MULIGHEDER</b>	<b>TRUSLER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Koordinering af rådgiver-kræfter i området</li> <li>* Udarbejdelse af "start pakke"</li> <li>* Mentorordning</li> <li>* Iværksætterkursus del 2</li> <li>* Deling af medarbejdere</li> <li>* Udbredelse af netværk               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ErhvervsSparring</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Kommunesammenlægning - hvad betyder dette for iværksætter området?               <ul style="list-style-type: none"> <li>- uens muligheder i forskellige kommuner?</li> <li>- (ingen) udvikling af regional erhvervsservice?</li> <li>- ingen/lav økonomi til iværksætterfremmende projekter?</li> </ul> </li> <li>* For stor fokus på "vækst iværksættere"               <ul style="list-style-type: none"> <li>- man glemmer lidt den "almindelige iværksætter"</li> </ul> </li> </ul>

**Skema 4:** Skemaet viser en SWOT analyse af iværksætterkulturen i Sønderborg-området. De enkelte punkter i skemaet bliver uddybet herunder.



### Hvor ligger styrkerne?

En af Sønderborg-områdets helt store styrker indenfor iværksætterkulturen er at rådgiverne er meget positive overfor iværksætterne. Der er en rigtig god holdning til og opbakning af iværksættere blandt rådgiverne, som gør at iværksætterne bliver taget godt imod, når de kommer rundt til de forskellige. Også det, at de er synlige når iværksætterne har brug for deres vejledning, gør at det er nemmere for iværksætterne at bevæge sig rundt og lære alting at kende.

I forvejen findes allerede Syddanske Forskerparker samt Elsmark Entrepreneurpark i området, men efter bygningen af Alsion kommer også Forskerpark Syd til. Dette betyder at der er ret store muligheder for at finde egnede etableringslokaler for iværksætterne i Sønderborg-området. I disse udviklingsparker skabes desuden en synergi mellem virksomhederne, hvilket også gør det nemt at lære af hinanden og finde sparring hos andre, der er længere fremme i etableringsfasen end én selv.

Bygningen af Alsion har ligeledes bevirket, at der er kommet mere fokus på iværksætteri fra uddannelsesinstitutionernes side. Dette betyder, at flere og flere studerende kommer i berøring med iværksætteri og de vil derfor, helt naturligt, udforske området mere, hvilket kan resultere i flere iværksættere i området.

### Hvor ligger svaghederne?

Områdets medier dækker ikke iværksætterområdet tilstrækkeligt. Iværksætterne efterlyser netop flere historier for og om sig selv, for at få en følelse af, at de ikke er alene i denne verden, men at der er andre, der har haft nøjagtig samme problemer som de selv.

Ved at udvide dækningen af iværksætter området kan man opnå større 'accept' i samfundet og komme mere væk fra lønmodtagerkulturen, som vi ved, vi har i Danmark. Vi er vokset op med at skulle ud på arbejdsmarkedet som lønmodtager og ikke som iværksætter.

Ifølge rådgiverne findes der mange muligheder for iværksætterne i området, problemet er bare at iværksætterne ikke kender til disse muligheder. Rådgiverne skal være bedre til at kommunikere disse muligheder ud til iværksætterne, så de på den måde får større valgmuligheder og bedre kan træffe et valg ud fra, hvad der er vigtigt og bedst for netop deres virksomhed.



### Hvor ligger mulighederne?

Der kan gøres forskellige tiltag for at forbedre iværksætterkulturen i Sønderborg-området. En af dem kan være at koordinere tilbud og gratis rådgivning, således at det bliver mere overskueligt for den enkelte iværksætter. Det kan også være gavnligt at udbrede kendskabet til fordelene ved, at medvirke i netværk.

Iværksætterne selv kom også med forskellige forslag. De foreslog udarbejdelsen af en 'start pakke' med oplysninger om, hvad man skal være klar over og opmærksom på, når man vil starte egen virksomhed. Herudover kom der forslag om en form for mentor ordning, hvor en helt ny iværksætter bliver sat sammen med en iværksætter, der var 1-1½ år længere fremme i processen. Iværksætterne efterlyste også et 'Iværksætterkursus del 2', som tog over, hvor 'del 1' slap, dvs. kom mere i dybden på de forskellige områder.

Til sidst blev der også foreslået at man kunne dele en medarbejder, så 2-3 (eller flere) nye virksomheder slog sig sammen om en kontorassistent/bogholder, således at de ikke hver især skulle have udgifter til en medarbejder, men kunne deles om disse faste omkostninger. Mere om disse muligheder under *Hvad skal der ske nu?* på side 31.

### Hvor ligger truslerne?

I forbindelse med kommune sammenlægningen om ca. 1½ år kan vi frygte at nogle af mulighederne for iværksætterne begrænses eller forsvinder helt. På nuværende tidspunkt kan vi ikke sige ret meget om, hvad der sker på området. Vi kan først se efter et stykke tid, om mulighederne har ændret sig og, i så fald, hvor meget. Sønderjyllands Erhvervscenter, der varetager en stor del af iværksætterrådgivningen, forsvinder og det er så meningen at denne rådgivning skal lægges ud til de enkelte kommuner. Hvordan tingene så ser ud for Sønderborg-området er der ikke rigtig nogen der ved. Dette betyder, at der kan komme ringere rådgivning til iværksætterne ud af det, da det pludselig er en anden instans, der skal varetage det. Denne instans (i dette tilfælde den nye Sønderborg kommune) skal først lære området at kende og hvordan tingene kører bedst muligt. Desuden skal økonomien også først tilpasses, så derfor vil der helt klart være en indkøringsperiode, som *kan* stille iværksætterne dårligere end tilfældet er i dag.

Vi skal passe på ikke at fokusere for meget på "vækst iværksætteren" og mindre på den "almindelige iværksætter". "Vækst iværksætteren" har potentiale til at vokse og dermed skabe arbejdspladser, hvilket er godt for ethvert område, men det er mindst lige så vigtigt at den "almindelige iværksætter" får den støtte og rådgivning han/hun har brug for, da dette jo også er en 'arbejdsplads'. For at sætte det lidt firkantet op kan man sige at jo flere "almindelige iværksættere" man har i et område, jo mindre "vækst iværksættere" har man brug for. Der skal dog være plads til alle, og alle skulle gerne have lige vilkår og få den samme gode rådgivning, der passer netop til deres virksomhed, uanset om der er tale om en "vækst iværksætter" eller en "almindelig iværksætter".



## 6. Hvad skal der ske nu?

I dette afsnit beskrives forskellige forslag til aktiviteter og tiltag der kan gavne iværksætterkulturen i Sønderborg-området. Herefter overvejes, hvem der skal sørge for at disse ting sker.

### Forslag til iværksætterrelaterede aktiviteter

Herunder listes forskellige aktiviteter, der kan være med til at fremme og styrke iværksætterkulturen i Sønderborg-området. Nogle af disse aktiviteter er foreslået af iværksætterne selv via spørgeskemaet.

#### **Mentorordning**

Ved at blive koblet sammen med en anden iværksætter, der er 1-1½ år længere fremme i processen vil den nye iværksætter få sparring og informationer omkring lige netop de faldgrupper og udfordringer, der er for ham/hende på netop det stadie, de befinder sig på i opstarten. Det skal være en mentor, der nemt kan sætte sig ind i de problemstillinger den nye iværksætter vil komme til at stå overfor og som derved kan guide i den rigtige retning. Mentoren må ikke være for langt fremme i processen med sin egen virksomhed, da det ellers vil være for længe siden han/hun stod i samme situation som den nye iværksætter.

#### **Iværksætterkursus del 2**

En del iværksættere beklagede sig over, at det nuværende iværksætterkursus er for overfladisk og ikke kommer nok i dybden med de forskellige emner. Derudover sad der altid en eller flere på holdet, som ikke var så seriøs i sin idé som resten, hvilket påvirkede hele kurset. Derfor kom der forslag om at starte op med et iværksætterkursus del 2, som skal gå mere i dybden med tingene, så iværksætterne vil føle sig bedre rustet til de udfordringer de bliver stillet over for. På dette kursus vil de mindre seriøse automatisk være sorteret fra, så hele kurset vil få et meget mere seriøst præg.

#### **Koordinering af rådgivere**

Flere rådgivere tilbyder gratis opstarts rådgivning i en eller flere timer. Dette er der en del iværksættere, der benytter sig af, men der er ingen struktur i hvem der gør det og hvor mange timer det drejer sig om. Hvis vi kan koordinere indsatsen lidt mere på dette område, så vi får større overblik over det, vil iværksætterne også nemmere kunne forholde sig til, hvor de skal gå hen og hvor lang tid de har til rådighed. Det skal kommunikeres klart ud til iværksætterne præcis hvad de kan forvente af den enkelte rådgiver, det vil sige at rådgiveren bliver nødt til at definere hvilke punkter i forbindelse med opstart af egen virksomhed, de kan være behjælpelige med, hvor lang tid dette vil tage, hvor mange timer de stiller gratis til rådighed og hvad prisen så er efterfølgende, når de gratis timer slipper op.



### **Deling af medarbejdere**

Derudover kom også et forslag om en 'dele' bogholder, dvs. oprettelsen af et netværk blandt små iværksættervirksomheder, der ligner hinanden, hvori de kunne ansætte én person til varetagelse af bogføringen for disse virksomheder, for, på den måde, at frigive ressourcer til andre og mere interessante arbejdsopgaver. Udarbejdelse af regnskaber virker på mange som et nødvendigt onde, og på denne måde vil de kunne fritage sig selv for at beskæftige sig med det mere end højst nødvendigt, men samtidig uden det kommer til at koste en formue for den enkelte lille virksomhed. Ansættelsen af én person kan nemt vælte budgettet for den lille virksomhed, også selvom det er en deltidsansættelse, men på denne måde deles de med flere om alle udgifter.

### **Opstartspakke**

Især i den aller første tid føles det meget forvirrende at være iværksætter. Man skal til at sætte sig ind i alt muligt andet end hvad der direkte har at gøre med det produkt man vil sælge. For at modvirke denne forvirring har Erhvervs- og Selskabsstyrelsen samt Erhvervs- og Byggestyrelsen udgivet en Firmastartpakke i form af en CD-rom med råd og vejledning om opstart af egen virksomhed<sup>5</sup>. Denne pakke kan udvides med område-specifikke oplysninger, f.eks. er der noget specielt man skal være opmærksom på her i Sønderborg-området, hvem er iværksætter rådgiverne her i området og hvilke services tilbyder de (tilbyder de gratis opstarts timer), hvor henvender de sig for hjælp til forretningsplan eller for at finde egnede lokaler. Disse lokale oplysninger kan samles på en CD-rom, som kan medsendes CD-rom'en fra Firmastartpakken.

### **Udbredelsen af netværk**

Netværksdannelse på arbejdsmarkedet bidrager i høj grad til nytænkning samt uformelle råd i diverse henseender for de forskellige virksomheder, der er involveret i disse netværk. Iværksætterne er dog helt nye i branchen og har ikke det samme naturlige netværk at trække på, derfor kan dette område styrkes en del. Dette kan gøres ved at involvere sig i eksempelvis ErhvervsSparring, en landsdækkende organisation, der har til formål at give iværksættere over hele Danmark mulighed for at sparre med erfarne erhvervsfolk.

---

<sup>5</sup> CD-rom'en kan bestilles via [www.virk.dk](http://www.virk.dk).



## Hvem skal få disse ting til at ske?

Ansvar for at ovenstående idéer og forslag til, hvordan iværksætterkulturen kan styrkes, skal uddelegeres til forskellige instanser, for at vi kan gøre os håb om, at de vil blive ført ud i livet. Her giver vi et forslag til hvordan rollerne kan fordeles, men set i lyset af den kommende kommune sammenlægning vil der være en del, der skal omfordeles, når der kommer bedre overblik over kommunernes roller.

### Hvad er CfE's rolle?

Center for Erhvervsudvikling har ikke ressourcer til at få alle disse ting til at ske på iværksætterområdet. Dette betyder, at der skal uddelegeres nogle ting, hvis de skal gennemføres. På nuværende tidspunkt er der dog allerede nogle ting i gang hos CfE, der skal styrke iværksætterkulturen i området. I starten af 2006 forventer vi at starte en lokal ErhvervsSparrings klub<sup>6</sup> i Sønderborg-området. Dette går ud på, at sætte erfarne erhvervsfolk sammen med helt nye iværksættere, som mødes et antal gange over en årrække, for på den måde at kunne udveksle erfaringer og iværksætteren kan få andre øjne på deres virksomheds styrker, svagheder, muligheder og trusler.

Derudover har vi fået en aftale i stand med Erhvervsbladet om at bringe flere iværksætter historier. Dette har vi gjort i samarbejde med Rødding, Haderslev og Grindsted så alle områder hver især leverer historier fra deres område.

Da vi allerede nu har lavet en liste over rådgivere i området, som vi ved yder rådgivning til iværksættere, kan denne del måske udvides med en koordinering og optegnelse af hvilken form for rådgivning de yder og hvor meget iværksætteren kan forvente. Det vil kræve lidt arbejde i en opstarts-fase og herefter lidt vedligeholdelse hen ad vejen, men vi vil få et overblik over, hvilken slags rådgivere der findes i området, som vil gavne de nye iværksættere.

---

<sup>6</sup> Læs mere om ErhvervsSparring på [www.erhvervssparing.dk](http://www.erhvervssparing.dk).



## **7. Bilagsoversigt**

Bilag 1 – Spørgeskema til iværksætterne

Bilag 2 – Spørgeskema til rådgiverne



## **Bilag 1 - Spørgeskema til iværksætterne**

### **Del 1**

**Virksomhedens navn**

**Branche:**

Tekstil (f.eks. systue)  
Elektronik (f.eks. fabrik)  
Papir og grafisk (f.eks. trykkeri)  
Jern og metal (f.eks. maskinfabrik)  
Træ (f.eks. savværk)  
Bygge og anlæg (f.eks. muremester)  
Anden industri (f.eks. plastfabrik)  
Handel og reparation (f.eks. butik)  
Hotel og restauration  
Transport og spedition m.v. (f.eks. vognmand)  
Forretningsservice m.v. (f.eks. bogholder)  
Sundhedsvæsen (f.eks. fysioterapeut)  
Forlystelser, Kultur og sport (f.eks. et galleri)  
Anden service virksomhed (f.eks. konsulentvirksomhed)

**Ifølge vores lister er din virksomhed momsregistreret (enten ny- eller gen-registrering) indenfor de seneste 3 år. Hvad er grunden til dette?**

Opstart af ny virksomhed  
Overtagelse af eksisterende virksomhed  
Andet – hvilket?

**Arbejder du i din virksomhed på:**

Fuld tid  
Deltid

### **Del 2**

**Benyttede du iværksætterrådgivere i forbindelse med opstarten/overtagelsen af din virksomhed?**

Ja  
Nej  
Hvorfor ikke?

**Er din virksomheden stadig aktiv?**

Ja  
Nej  
Hvorfor ikke?

**Etableringsår**

**Evt. overtagelsesår**

**Dit køn:**

Mand  
Kvinde

**Din alder:**

Under 30 år  
Mellem 30 og 50 år  
Over 50 år

**Hvad er din højeste uddannelse?**

**Hvad var motivationen for at starte som selvstændig?**



### **Del 3**

*Under hver kategori er der nogle spørgsmål/parametre samt nogle aktører/tilbud. Disse bliver kædet sammen i et skema med spørgsmålene/parametrene øverst i hver sin kolonne, hvor aktørerne/tilbudene står i hver sin række ned til venstre. Det er så meningen at iværksætteren skal tage stilling til de enkelte spørgsmål/parametre ud for hver aktør/tilbud. Der skrives 0 i feltet hvis iværksætteren ikke er stødt på den/det pågældende aktør/tilbud. Ellers skrives tallene fra 1-5 (hvor 1 er lav og 5 er høj) afhængigt af hvordan aktøren/tilbudet vurderes under de enkelte spørgsmål/parametre.*

#### **A – Rådgivning**

##### **Spørgsmål/parametre**

Synlighed – er de nemme at finde?  
Kvalitet – professionelt niveau  
Serviceniveau – nemt at bruge?  
Aktivitetsniveau – er de aktive nok?  
Udbud – findes det?  
Imødekommenhed – spiller de med?

##### **Aktører/tilbud**

Erhvervskontor  
Erhvervsservice (TIC)  
Kommunen  
Specialrådgivere/konsulenter  
Mentorer  
Revisorer  
Advokater  
Told & Skat  
Pengeinstitutter  
ASE/DANA & andre A-kasser  
ERFA grp./Netværk  
Uddannelsesinstitutioner

#### **B – Finansiering**

##### **Spørgsmål/parametre**

Udbud – hvad findes der?  
Lokalt engagement – interesse  
Faglig kvalitet i rådgivning og tilbud  
Lokal erfaring og kendskab  
Risikovillighed  
Tilgængelighed – er de nemme at finde?  
Sparring omkring forretningsudvikling

##### **Aktører/tilbud**

Pengeinstitutter  
Tilskudsmuligheder  
Private investorer  
Business angels  
Lokalt udviklingselskab  
Adgang til venturekapital  
Samarbejdsaftale med kunder  
Samarbejdsaftale med leverandører

#### **C – Fysiske Rammer**

##### **Spørgsmål/parametre**

Udbud – findes det?  
Fysisk tilgængelighed  
Pris og størrelser  
Anvendelighed for iværksættere  
Kvalitet og egnethed

##### **Aktører/tilbud**

Ledige lokaler  
Lokalplanrammer  
Iværksætterhus/udviklingspark  
Erhvervsjord  
Infrastruktur  
Jobtilbud til ægtefælle  
Ledige lejligheder, huse, grunde  
Børepasningsmuligheder

#### **D – Myndigheder & Organisationer**

##### **Spørgsmål/parametre**

Involvering i iværksætteri  
Handlekraftighed  
Indflydelse på realisering  
Positiv indstilling  
Lydhørhed  
Konsekvens i beslutninger

##### **Aktører/tilbud**

Byråd/politikere  
Teknisk forvaltning  
Skatte forvaltning  
Faglige organisationer  
Erhvervsråd  
Handelsstandsforeningen  
Interesseorganisationer

#### **E - Medier**

##### **Spørgsmål/parametre**

Dækning af iværksætterområdet – spaltemm  
Løbende dækning af iværksætter nyheder – målt i tid  
Synlighed – opsøgende virksomhed  
Modtagelighed for iværksætter stof  
Samfundsmæssig holdning  
Dækningsgrad - udbredelse

##### **Aktører/tilbud**

Lokalaviser  
Dagspressen  
Lokal radio & TV  
Nyhedsbreve  
Byportaler  
Fagblade med lokalstof  
Erhvervsmagasiner (reklame)

## Fokus på iværksætteri



### **F – Socialt & Kulturelt**

#### **Spørgsmål/parametre**

Udbud, hyppighed – hvor meget findes der?

Synlighed – opmærksomhed

Kvalitet – intensitet

Hvor mange er involveret?

Når det ud til de rigtige?

#### **Aktører/tilbud**

Holdning til iværksætteri

Rollemodeller i lokalmiljøet

Iværksætternes synlighed

Lokale traditioner

Arrangementer for/om iværksættere

Kulturarrangementer

### **G - Uddannelse**

#### **Spørgsmål/parametre**

Kvalitet af information – målrettethed

Udbud, hvor meget gøres der ud af iværksættere – mængde?

Interesse for iværksætteri

Tilgængelighed af info for potentielle iværksættere

Lydhørhed

#### **Aktører/tilbud**

Erhvervsvejledning

Handels/teknisk skole

Gymnasier/højere uddannelser

Iværksætterkurser

Aktiviteter på skolerne

Efteruddannelse

### **H - Netværk**

#### **Spørgsmål/parametre**

Synlighed

Udbredelse – er de til stede?

Professionalisme

Aktivitetsniveau

#### **Aktører/tilbud**

Erhvervskontor

Iværksætternetværk – socialt

Tematiske netværk – brancher

Erhvervsforeninger

ERFA grupper – fagligt

Iværksætter/byportal

Rotary, Lions, Round Table

Erhvervssparring

### **I - Afsætningsmuligheder**

#### **Spørgsmål/parametre**

Udbredelse – bruges det nok?

Synlighed – er det nemt at finde?

Koordinering – er det godt organiseret?

Kvalitet – er det godt nok?

Anvendelighed gearret til iværksætteren

#### **Aktører/tilbud**

Muligheder som underleverandør

Adgang til salgssamarbejde

Behovsafdækning & markedsanalyse

Handles der lokalt?

Profilering/eksponering af virksomheden

Klyngedannelse

Logistik – transport – infrastruktur

Virksomhedportal



## **Bilag 2 – Spørgeskema til rådgiverne**

*Ved hvert spørgsmål var der svarmuligheder fra 0 til 5, hvor 5 er høj eller meget, 1 er lav eller lidt og 0 hvis spørgsmålet ikke er relevant. Derudover var det i enkelte spørgsmål muligt at svare ja eller nej. Under hvert punkt var der desuden mulighed for at komme med yderligere bemærkninger.*

### **A - Rådgivning**

- A-1 Hvor nemt er det at komme i kontakt med iværksætterrådgivere? Eksempelvis bank, revisor, advokat eller erhvervsservice?
- A-2 Hvordan er kvaliteten af rådgivningen? Kan den bruges?
- A-3 Hvordan vurderer du udbyttet af kontakten til offentlige erhvervsrådgivere?
- A-4 Er der en bestemt type rådgiver, du vil fremhæve frem for andre? Hvilken?
- A-5 Yderligere bemærkninger omkring rådgivning

### **B - Finansiering**

- B-1 Findes de rette muligheder indenfor finansieringstilbud til iværksættere?
- B-2 Hvor nemme er finansieringsmulighederne at finde?
- B-3 Hvor stort er behovet for risikovillig kapital?
- B-4 Yderligere bemærkninger omkring finansiering

### **C - Fysiske Rammer**

- C-1 I hvor høj grad, mener du, der er attraktive etableringslokaler til rådighed for iværksættere?
- C-2 Hvor store er mulighederne for at etablere sig i udviklingsparker eller lign.?
- C-3 Har iværksætterne råd til at etablere sig i området? Hvordan er prisniveauet?
- C-4 Yderligere bemærkninger omkring de fysiske rammer

### **D - Myndigheder & Organisationer**

- D-1 Hvordan vurderer du dit kendskab til offentlige myndigheder og organisationers vejledning til iværksættere?
- D-2 I hvor høj grad mener du at de offentlige myndigheder og organisationer udbyder nok vejledning til iværksættere?
- D-3 Yderligere bemærkninger omkring myndigheder og organisationer

### **E - Medier**

- E-1 I hvor høj grad, mener du, iværksætterområdet dækkes af de lokale medier?
- E-2 Hvor modtagelige er de lokale medier for iværksætterhistorier?
- E-3 Yderligere bemærkninger omkring medier

### **F - Socialt & Kulturelt**

- F-1 I hvor stort omfang findes der sociale og kulturelle arrangementer for/om iværksættere?
- F-2 Hvor synlige er disse arrangementer?
- F-3 Hvad er kvaliteten af arrangementerne? Kan de bruges til noget?
- F-4 Yderligere bemærkninger omkring det sociale og kulturelle

### **G - Uddannelse**

- G-1 I hvor høj grad beskæftiger uddannelses-institutionerne i området sig med iværksætteri?
- G-2 Hvad er tilgængeligheden af information omkring uddannelse for potentielle iværksættere?
- G-3 Hvor lydhøre er uddannelsesinstitutionerne overfor idéer og forslag?
- G-4 Yderligere bemærkninger omkring uddannelse

### **H - Netværk**

- H-1 I hvor høj grad, mener du, der er behov for faglige arrangementer for iværksættere?
- H-2 I hvor høj grad indgår du i erhvervsrettede netværk?
- H-3 Hvis du gør, hvilke?
- H-4 Hvis ikke, ville det have interesse at indgå i netværk, der kan fremme både din og andre nye virksomheders muligheder?
- H-5 Yderligere bemærkninger omkring netværk

### **I - Afsætningsmuligheder**

- I-1 Mener du, at det er specielt svært for iværksættere at få afsat deres varer i forhold til ældre virksomheder?
- I-2 Mener du, at hjælp til salg og markedsføring kunne fremme nye virksomheders muligheder?
- I-3 Mener du at der er særlige områder, nye virksomheder er udfordret på?
- I-4 Yderligere bemærkninger omkring afsætningsmuligheder