

# Iværksætterbarometer Fyn 2025

Aktuelt indblik i de unge fynske virksomheder - deres ambitioner, udfordringer og behov.



**Erhvervshus**  
FYN



**Kenneth Muhs**

Bestyrelsesformand, Erhvervshus Fyn

#### Redaktion:

Erhvervshus Fyn  
Munkebjergvænget 1  
5230 Odense M



#### Analyse og design:

AM Research

AM RESEARCH

## Forord

Iværksættere har en helt særlig værdi for vores samfund. Derfor er det essentielt at give virksomhederne bedre vilkår med mindre bureaukratisk bøvl og mere tid til at udvikle på gode idéer.

Det er ambitionerne i den aftale, som Regeringen og en række borgerlige partier indgik sidste år, og hvor Erhvervshusene får en særlig rolle i at gøre arbejdsdagen nemmere for dem, der starter virksomhed.

For at få iværksætteri i verdensklasse samarbejder vi tæt med unge virksomheder i udvikling og tilbyder dem specialiseret og uvildig vejledning. Første skridt i det samarbejde er at kende virksomhederne godt spore os ind på, hvad der driver dem og hvor de har mest brug for hjælp.

Derfor har vi med Iværksætterbarometeret her taget temperaturen på øens unge virksomheder, der endnu ikke har fejret 5 års fødselsdag.

Det giver os et billede af ikke kun dem, der er i den helt friske opstartsfasen og defineret som scale ups, men også etablerede iværksættere, der stadig kan have brug for hjælp til at få den fremdrift, de ønsker.

Barometerets 544 besvarelser bekræfter, at 'iværksættere' er vidt forskellige faktisk er det de færreste, der bruger ordet iværksætter om sig selv, når de starter en virksomhed. Den data, undersøgelsen giver os, gør derfor også op med en række forestillinger og fordomme fx om at iværksættere inspireres af rollemodeller og at virksomhed ofte startes for at tjene mange penge.

Forskelligheder til trods så er det vores mål, at støtte så mange nystartede virksomheder som muligt for at sikre, at de når deres potentiale og bliver en gevinst for samfundet. Det giver værdi for den enkelte, der ser sine ambitioner folde sig ud og for os alle, der får et iværksætterland i verdensklasse, vi kan leve af i fremtiden.

Iværksætterbarometeret giver os også opdateret viden om, hvad der karakteriserer de opstartsvirksomheder, der har potentiale til for alvor at vækste og udfordre erhvervet på den rigtige måde, der kan være med til at skabe succeshistorierne.

Det er indsatser, vi har fået nye ressourcer til, og med dem er vi langt bedre rustet til at løse den komplekse opgave. Vores fokus er på, at vi sammen med de fynske virksomheder skaber et fundament, hvor midlerne bruges bedst muligt og hjælper erhvervslivet hurtigt videre.

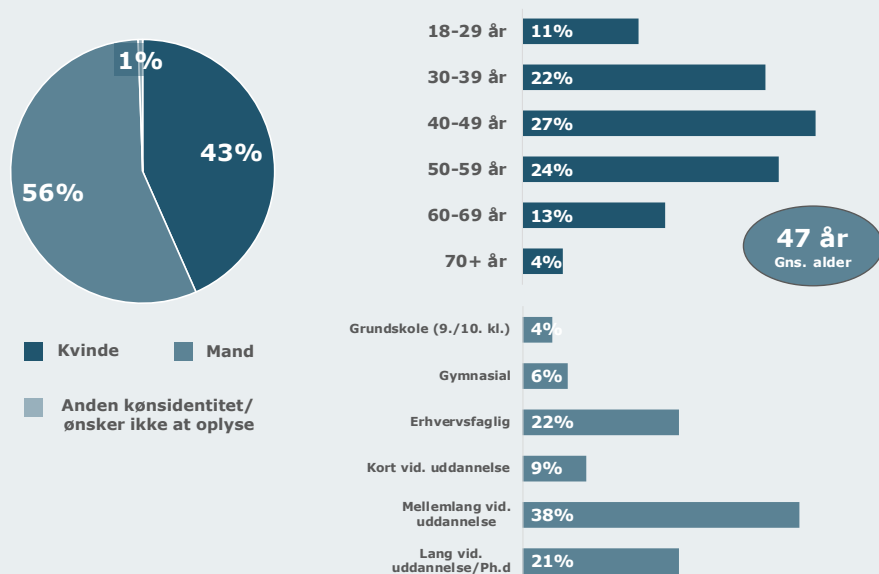
En fjerdedel af de unge virksomheder har indtil nu aldrig fået hjælp. Derfor skal vi med den nye viden fra barometeret blive bedre til at få dem til at forstå, hvad og hvor meget, vi rent faktisk kan hjælpe med. Også for at hjælpe dem, der drømmer om at blive iværksættere med at tage det sidste skridt på en måde, der føles rigtig og tryk for dem.

Vi synes det er stærkt, at så mange står på egne ben, men de skal vide, at vi står klar med værktøjskassen, hvis behovet skulle opstå. Det er vi og ikke mindst vores iværksætterkonsulent hoppet i arbejdstøjet for at sikre.

# Hvad kendetegner unge virksomheder på Fyn, og hvem er personerne bag?

**De unge virksomheder på Fyn anno 2025** er generelt kendetegnet ved bred repræsentation på en række demografiske parametre, som køn, alder og uddannelse. Dog kan man sige, at den mest almindelige profil er en 47-årig mand med en mellemlang eller lang videregående uddannelse, der starter virksomhed inden for servicebranchen uden at eksportere og enten forbliver sig selv eller har en enkelt ansat.

I barometeret er 43 pct. af besvarelserne fra kvinder. Det tyder på en lidt mere lige kønsfordeling for virksomhedsstiftere, end den man ser på nationalt plan, hvor kvinderne udgør 26 pct.<sup>1</sup>. Det kan dog også skyldes at kvinderne blot har været lidt mere flittige til at svare på undersøgelsen end mændene. Gennemsnitsalderen blandt både mænd og kvinder er 47 år, og kun en tredjedel er under 40 år. Knap 6 ud af 10 har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, mens en stor andel på 22 pct. er erhvervsfagligt uddannet. Langt de fleste – 8 ud af 10 – har ingen eller kun én ansat, mens kun en beskedn andel på 4 pct. har 10 eller flere ansatte. To tredjedel af virksomhederne tilhører enten service- eller vidensservicebranchen.

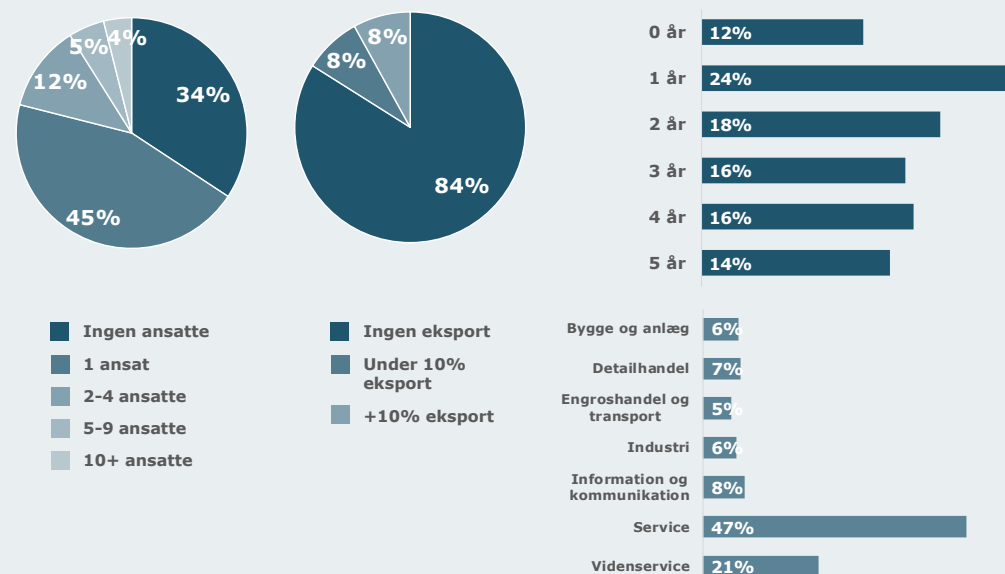


**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser personprofilerne bag virksomhederne i undersøgelsen.

Visning af køn, alder og uddannelsesniveau.

Antal svar: 544



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

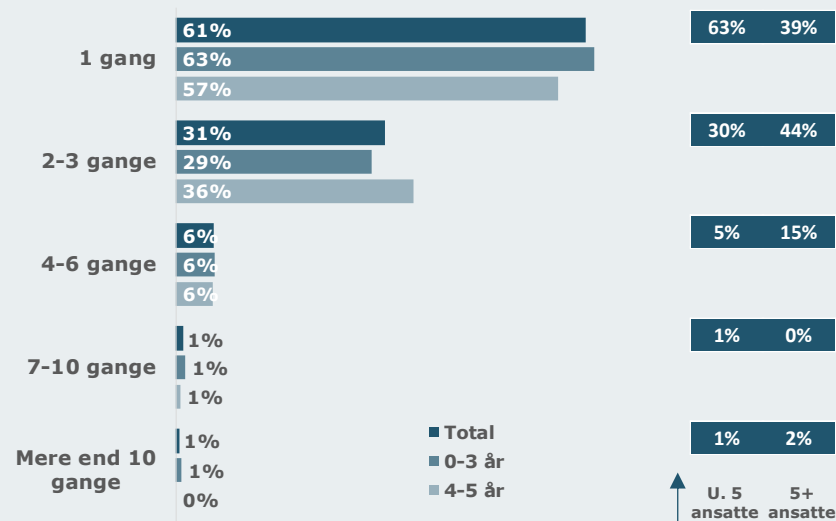
**Note:** Figuren viser virksomhedernes alder, størrelse, branche og eksportandel.

Antal svar: 544

<sup>1</sup> Iris Group, *Iværksætter i Danmark 2015-23*, april 2025

# Over en tredjedel har prøvet at starte eller investere i ny virksomhed

mindst to gange, mens knap hver 10. har startet mindst fire gange.

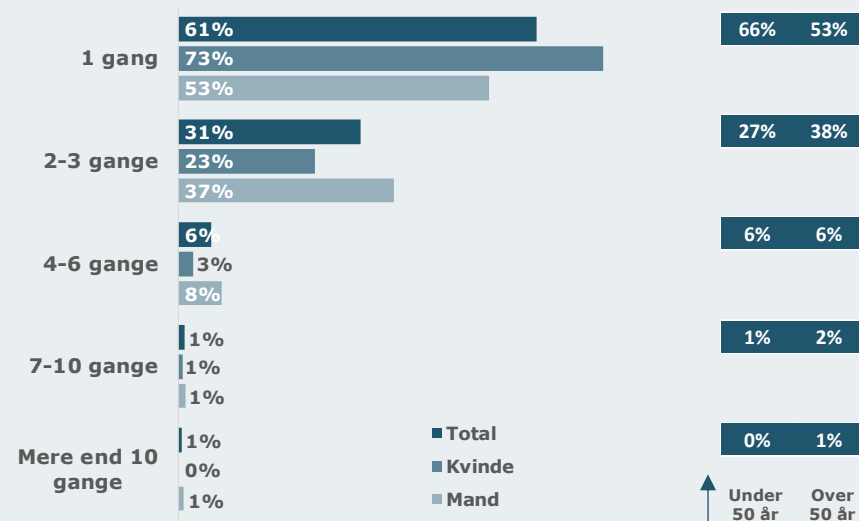


Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser antal gange, respondenterne har været med til at starte virksomhed eller investeret (tid/finansiering) i en nystartet virksomhed. Opdelt på virksomhedsalder og størrelse.  
Antal svar: 544

**39 pct. af personerne i de unge virksomheder** har startet eller investeret i nye virksomheder mere end én gang. Den andel vil i resten af rapporten blive optalt som "flerstartere" og resultaterne kan ses delt på dem og "enkeltstarterne", som kun har startet virksomhed én gang. Andelen af flerstartere stiger svagt til 43 pct. blandt virksomheder, der er mere end tre år, og tallet er markant højere hos virksomheder med 5+ ansatte (61 pct.).

Ser man på personer, som har startet eller investeret i nye virksomheder fire eller flere gange udgør det knap hver tiende (8 pct.). Hos virksomheder med 5+ ansatte, er andelen en del højere (17 pct.).



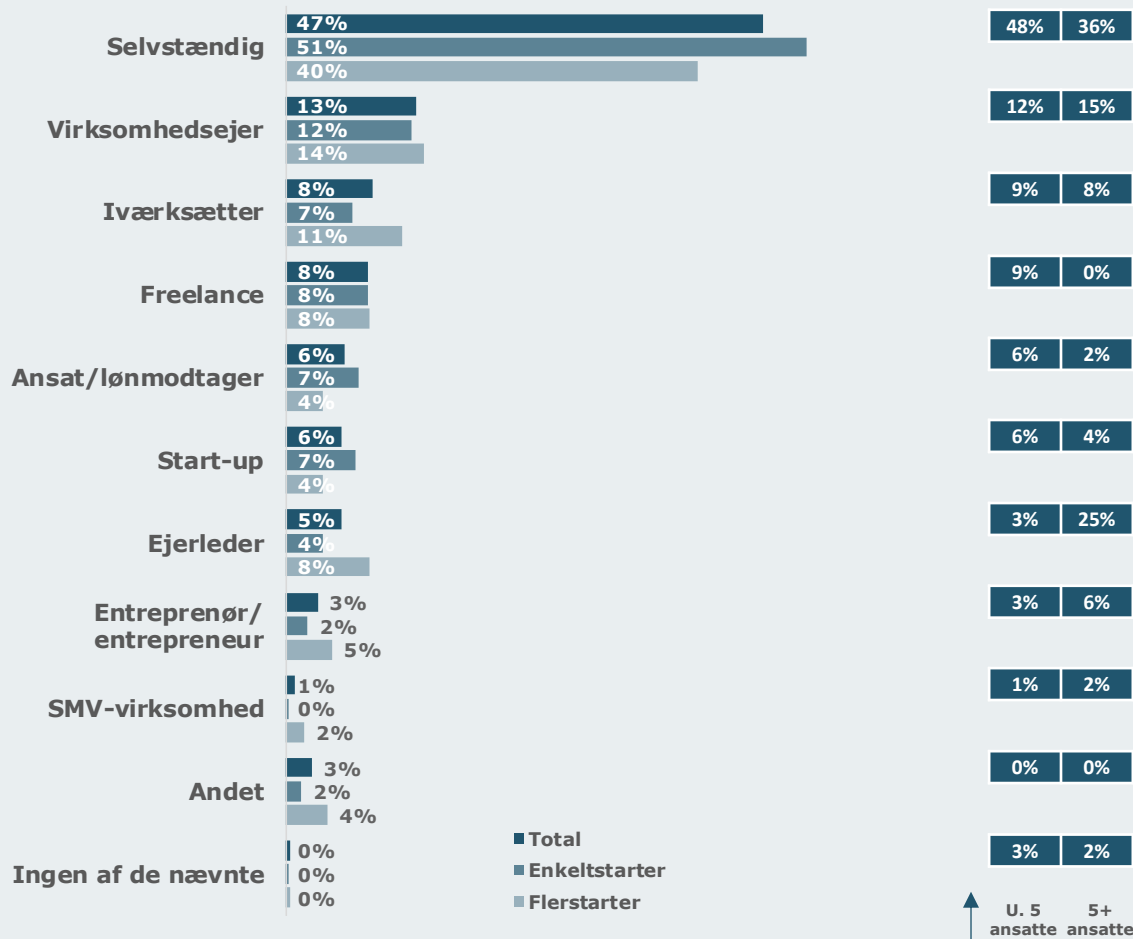
Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser antal gange, respondenterne har været med til at starte virksomhed eller investeret (tid/finansiering) i en nystartet virksomhed. Opdelt på køn og alder.  
Antal svar: 544

**Ser man på tværs af køn**, er der tendens til, at mænd starter flere virksomheder end kvinder. 47 pct. af mændene har opstartet mere end én gang, mens det kun er 27 pct. blandt kvinder. 10 pct. af mændene og 4 pct. af kvinderne har opstartet virksomhed fire eller flere gange.

Tendensen til at starte virksomhed stiger med alderen. Jo ældre man er des flere gange har man startet virksomhed. Det er måske intuitivt, men undersøgelsen viser, at 9 pct. over 50 år har startet fire eller flere gange, mens det kun er 7 pct. for dem under 50 år.

# Knap halvdelen af de adspurgte ser sig selv som "selvstændige", mens mindre end 1 ud af 10 ser sig selv som "iværksætter".



**Begrebet iværksætter** er alment kendt, og en person opfattes ofte som dét, når de starter virksomhed.

Men det stemmer ikke overens med, hvordan bredden af unge virksomheder på Fyn opfatter sig selv. Det er nemlig mindre end hver tiende (8 pct.), der ser sig selv som "iværksætter". Dog skiller personer, der har startet virksomhed flere gange, sig ud, idet de i lidt højere grad ser sig selv som iværksættere (11 pct.).

Størstedelen af personerne i de unge virksomheder ser sig selv som "selvstændige" (47 pct.). Det er mest udtalt hos enkeltstarterne, hvor 51 pct. ser sig selv som "selvstændige" mod kun 40 pct. af flerstarterne. Der er tillige stor forskel, når det kommer til virksomhedens størrelse, hvor kun 36 pct. hos virksomheder med 5+ ansatte sætter netop denne mærkat på sig selv.

Disse virksomheder ser i langt højere grad sig selv som "ejerledere". Det er således den betegnelse 25 pct. af dem vælger mod blot 3 pct. af de helt små SMV'er. Dernæst ser opstarterne i virksomheder med 5+ ansatte sig slet ikke som "freelancer", hvilket hele 9 pct. gør blandt de ganske små SMV'er.

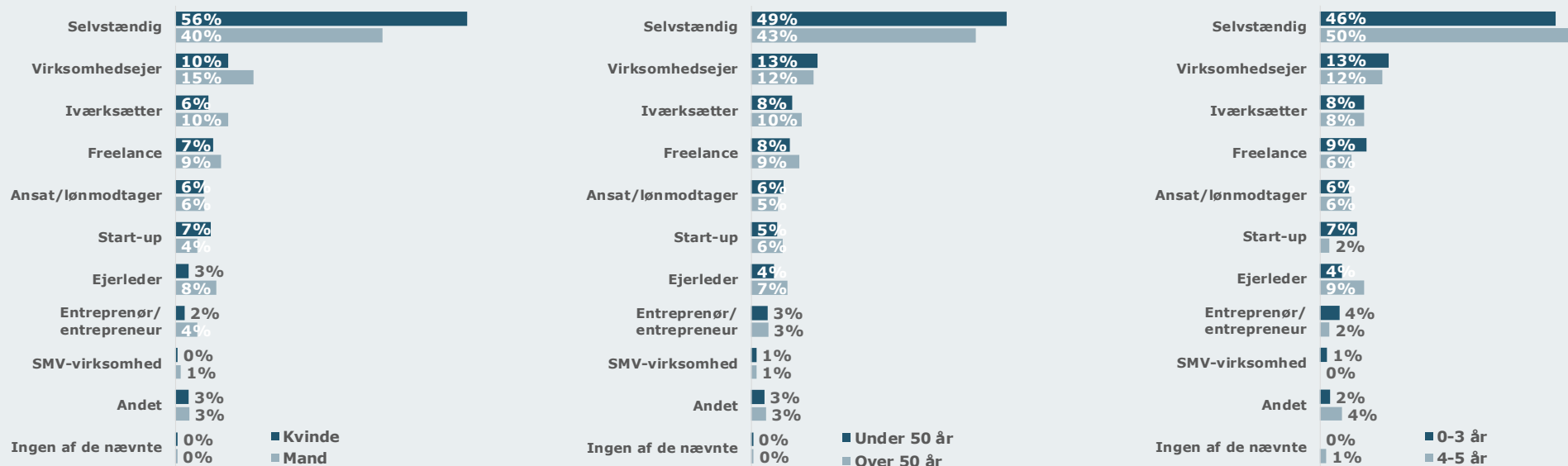
Den anden mest udtalte identifikation er "virksomhedsejer" med 13 pct. og der er her en svag overrepræsentation blandt flerstarterne og de lidt større SMV'er med 5+ ansatte.

Kun 6 pct. ser sig som en "startup". En identifikation, som er lidt overrepræsenteret blandt enkeltstarterne og de helt små SMV'er med færre end 5 ansatte.

Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser, hvordan respondenterne identificerer sig selv arbejdsmæssigt og professionelt i deres virksomhed. Opdelt på størrelse og opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange, jf. side 4). Antal svar: 544

**Et flertal af kvinderne** og halvdelen af alle under 50 år ser sig selv som "selvstændige", mens mænd er mere tilbøjelige til at se sig selv som "virksomhedsejere" eller "iværksættere" end kvinder.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figurene viser, hvordan respondenterne identificerer sig selv arbejdsmæssigt og professionelt i deres virksomhed.

Opdelt på køn, alder og virksomhedsalder.

Antal svar: 544

**Kvinderne er klart i overtal** i forhold til at identificere sig selv som "selvstændige". Det gælder for 56 pct. af kvinderne mod kun 40 pct. af mændene.

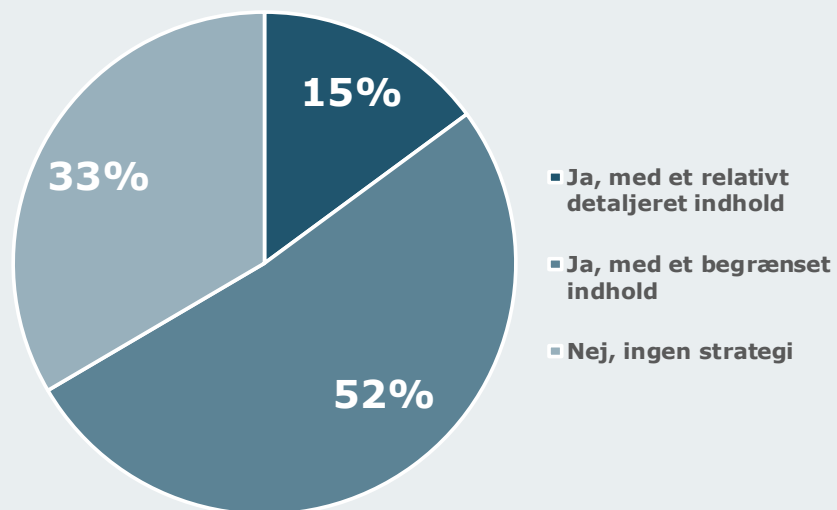
På de fleste øvrige titler er mænd i overtal og især i forhold til identifikationen som "virksomhedsejer". 15 pct. mænd vælger dette selvbillede mod kun 10 pct. kvinder.

Halvdelen af respondenterne under 50 år ser sig selv som "selvstændige" mod kun 43 pct. af dem, der er rundet 50 år. De er til gengæld mere tilbøjelige end de yngre til at se sig selv primært som "iværksættere" eller "ejerledere".

**Ser man på tværs af virksomhedsalder**, er den mest iøjnefaldende forskel, at de yngste virksomheder under 4 år i højere grad ser sig som "freelancere" og "startups", mens virksomhederne på 4-5 år er mere tilbøjelige til at se sig selv som "selvstændige" og "ejerledere" end de yngre virksomheder.

En interessant iagttagelse i tallene her er, at der ikke er forskel på virksomhederne under og over 3 år, når det handler om, hvor stor en andel, der ser sig selv som "iværksættere".

## Knap 70 % har en strategi for deres virksomhed.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser, om respondenterne har formuleret en strategi for deres virksomhed og i bekræftende fald, hvor omfattende den er.

Antal svar: 544

**Knap 70 pct. af de unge virksomheder** har formuleret en egentlig strategi for deres forretning. Dog har kun 15 pct. en relativt detaljeret strategi. Modsat har lidt mere end en tredjedel fortsat ingen strategi.

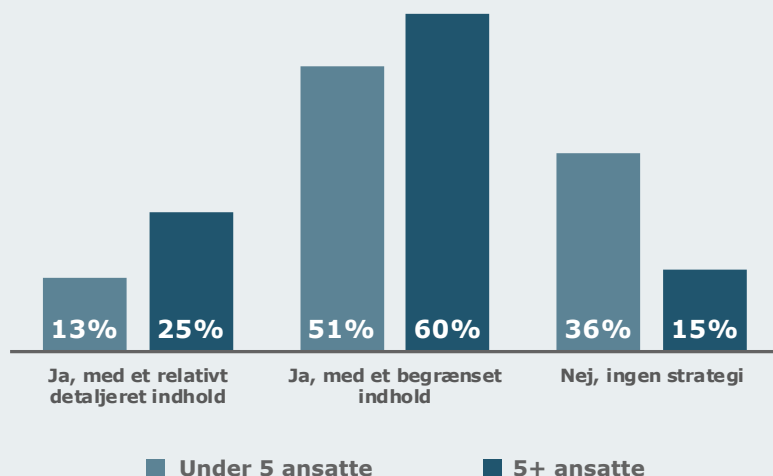
Tallene kan hænge sammen med, at man som ung virksomhed ofte skal justere sit produkt eller ydelse for at finde det rette 'product-market fit', hvorfor det kun er de færreste, der indtil videre fokuserer detaljeret.

En strategi er ikke desto mindre vigtig for at sætte retning for forretningsudviklingen.



Foto: Polina Kovaleva (pexels.com)

## Større virksomheder arbejder mere strategisk end de mindre.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

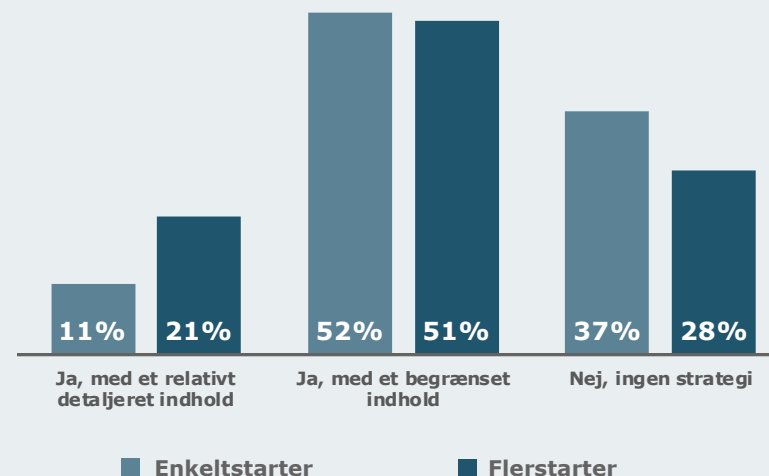
Note: Figuren viser, om respondenterne har formuleret en strategi for deres virksomhed og i bekræftende fald, hvor omfattende den er. Opdelt på størrelse.

Antal svar: 544

**Det strategiske niveau** stiger blandt virksomheder med 5+ ansatte. Her har 85 pct. formuleret en strategi mod 64 pct. blandt mindre virksomheder.

Hos 25 pct. af de lidt større virksomheder er strategien relativt detaljeret. Den andel er blot 13 pct. hos de mindre virksomheder.

## Flerstarterne er mere strategisk fokuseret end enkeltstarterne.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser, om respondenterne har formuleret en strategi for deres virksomhed og i bekræftende fald, hvor omfattende den er. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange).

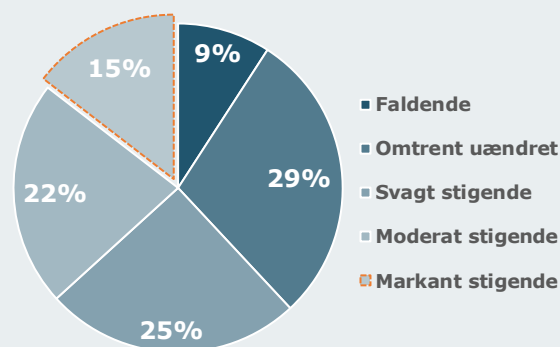
Antal svar: 544

**Ser man på tværs af opstartsprofil**, er der en del flere af dem, der har opstartet virksomheder flere gange, som også har formuleret strategier for deres virksomheder. Det gælder for 72 pct. mens det gælder for 63 pct. af dem, som har startet en enkelt gang.

Blandt de virksomheder, som har en relativ detaljeret strategi, finder man en femtedel af flerstarterne og kun 11 pct. af enkeltstarterne. Jo flere virksomheder, man har startet, des større synes det naturlige behov for en strategisk tilgang således at være.

# Hvor mange unge virksomheder vækster?

Hver sjette unge virksomhed på Fyn har hurtigt oplevet en markant vækst, mens kun en tiendedel ser en faldende udvikling over det seneste år.



|                  | 0 3 år | 4 5 år | Under 5 ansatte | 5+ ansatte | "Enkeltstarter (startet 1 gang)" | "Flerstarter (startet 2+ gange)" |
|------------------|--------|--------|-----------------|------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Moderat stigende | 26%    | 14%    | 21%             | 31%        | 23%                              | 21%                              |
| Markant stigende | 14%    | 15%    | 14%             | 25%        | 13%                              | 17%                              |
| I alt            | 40%    | 29%    | 35%             | 56%        | 36%                              | 37%                              |

**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser virksomhedernes egenopfattelse af deres udvikling det seneste års tid på omsætning og forretningens generelle udvikling.

Antal svar: 544

**Knap to-tredjedel (62 pct.)** af de unge fynske virksomheder vurderer, at de for tiden oplever vækst i mere eller mindre grad. 15 pct. fortæller, at de oplever en markant stigning.

Ser man på tværs af virksomhedernes alder, er andelen med moderat eller markant stigning højere hos de 0-3 årige. Andelen er på 40 pct. mod 29 pct. blandt de 4-5 årige.

Opfattelsen af vækst kan selvfølgelig være højere, jo yngre en virksomhed er, da helt nystartede kommer fra et lavt udgangspunkt.

**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Tabellen viser virksomhedernes egenopfattelse af deres udvikling sorteret på "moderat" og "markant" stigning. Opdelt på virksomhedsalder, størrelse og opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange).

Antal svar: 197

**Størst forskel mellem grupperne** ses mellem virksomheder med henholdsvis under og over 5 ansatte. Andelen med moderat og markant stigning går fra 35 pct. hos de mindste SMV'er til 56 pct. blandt de lidt større.

Om man er enkelt- eller flerstarter, er der tilsyneladende kun begrænset forskel på. Flerstarterne har lidt højere andel med markant stigning, som kan indikere, at man øger sin succesrate, jo flere virksomheder man prøver at starte eller indgå i.

# At være sin egen chef er primær motivation for at starte virksomhed

efterfulgt af trangen til at skabe noget nyt og gøre en forskel.

**Ønsket om at være sin egen chef** og kunne styre arbejdstid og arbejdsindhold er den største motivation for at starte virksomhed.

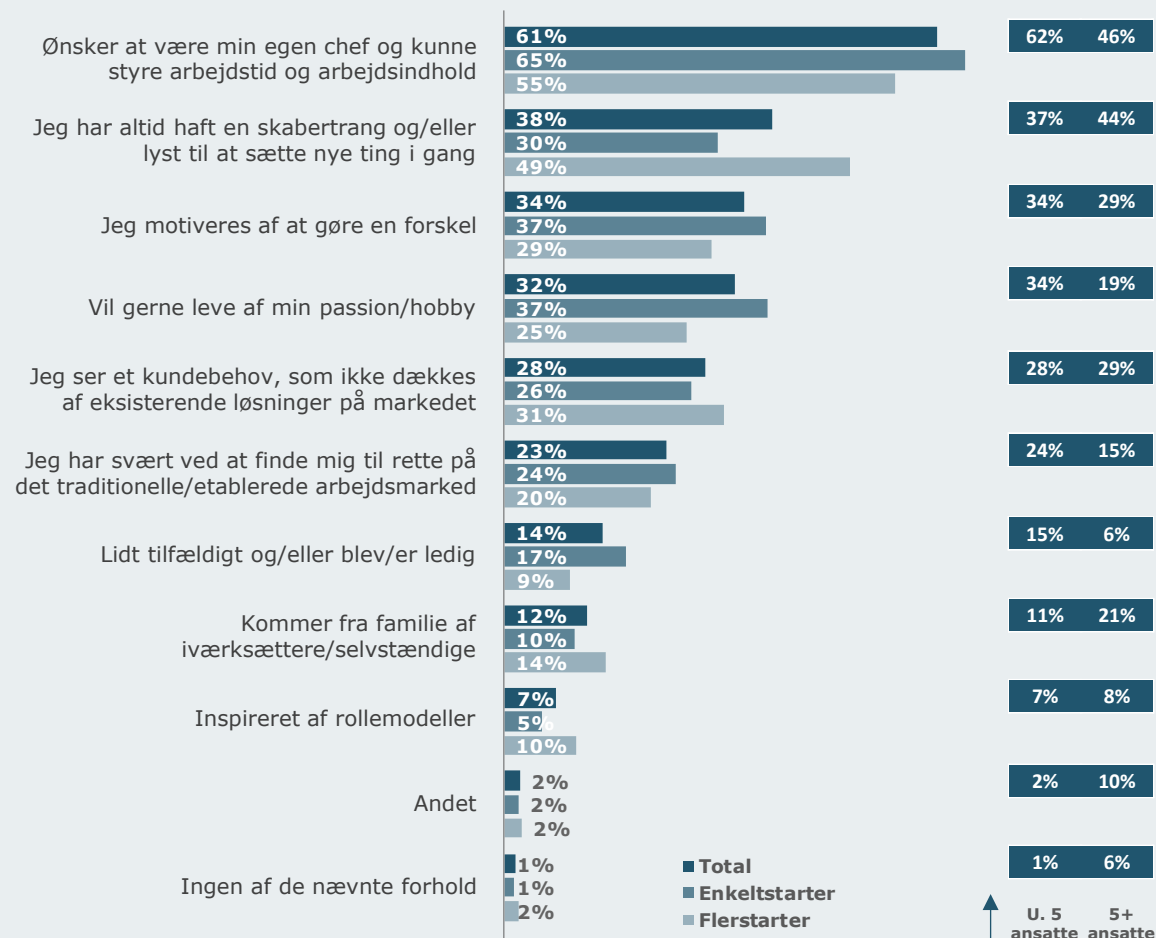
Det gælder for knap 2 ud af 3 nystartere (61 pct.) og der er en klar overvægt af enkeltstartere og små virksomheder med under 5 ansatte blandt de, der motiveres af det ønske.

Flerstarterne og SMV'er med 5+ ansatte motiveres i højere grad af at have en skabertrang eller lyst til at sætte nye ting i gang end de øvrige. Hos alle adspurgte gælder det for 38 pct., mens det er noget højere med 44 pct. hos SMV'er med 5+ ansatte og 49 pct. hos flerstarterne. Hos sidstnævnte er skabertrangen altså næsten lige så tungtvejende en motivationsfaktor, som ønsket om at være sin egen chef.

Motivationen ved at kunne gøre en forskel ligger nr. 3 med 34 pct. og appellerer omvendt mere til enkeltstarterne og de mindste SMV'er under 5 ansatte, end til flerstarterne og de lidt større SMV'er.

Ønsket om at leve af sin passion eller hobby ligger nr. 4 og svinder mærkbart i takt med, at virksomhederne vokser i størrelse, og jo flere gange man har prøvet at starte op. Et klart signal om, at man her går fra det hobby-prægede til det mere professionelle.

Når man ser på køn, er der knap så store forskelle. Kvinder har en svag overvægt i forhold til at motiveres af at være egen chef og kunne leve af sin passion eller hobby, mens mænd har en svag overvægt i forhold til at motiveres af skabertrang. Ellers er der stor ensartethed på tværs af køn.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser respondenternes personlige motivation for at starte virksomhed.

Opdelt på størrelse og opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange, jf. side 4).

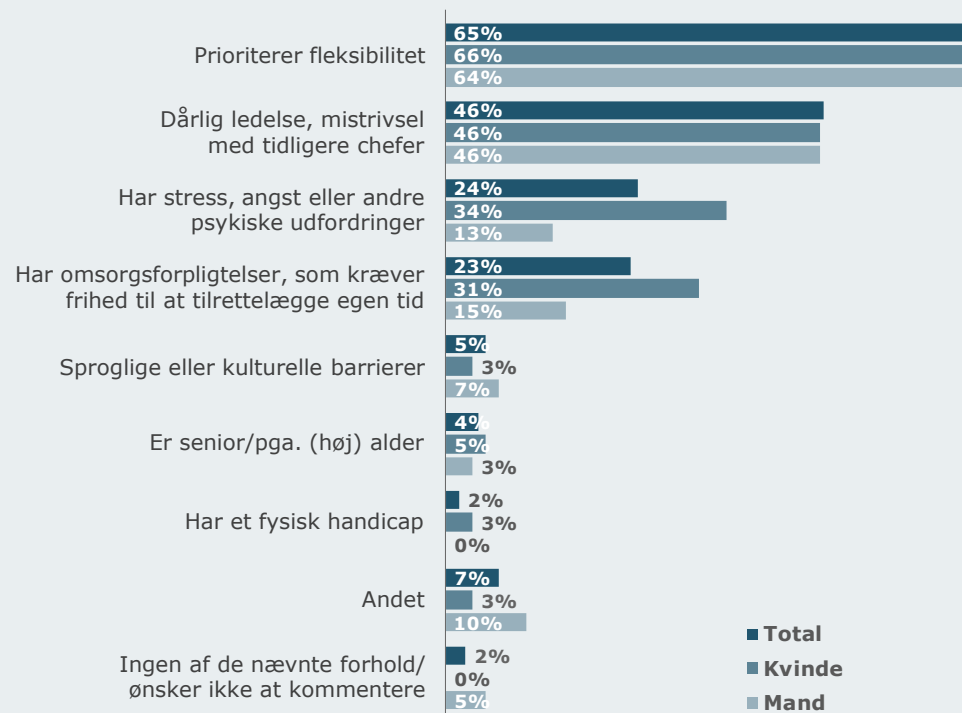
Flersvars-mulighed.

Antal svar: 544

NB! Her vises kun svar fra de 23 pct., der har haft svært ved at finde sig til rette på det traditionelle/etablerede arbejdsmarked og hvorfor. (Jf. forrige side).

design the  
pricing  
web  
page

## Fleksibilitet vejer tungest, når man søger væk fra det traditionelle arbejdsmarked.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

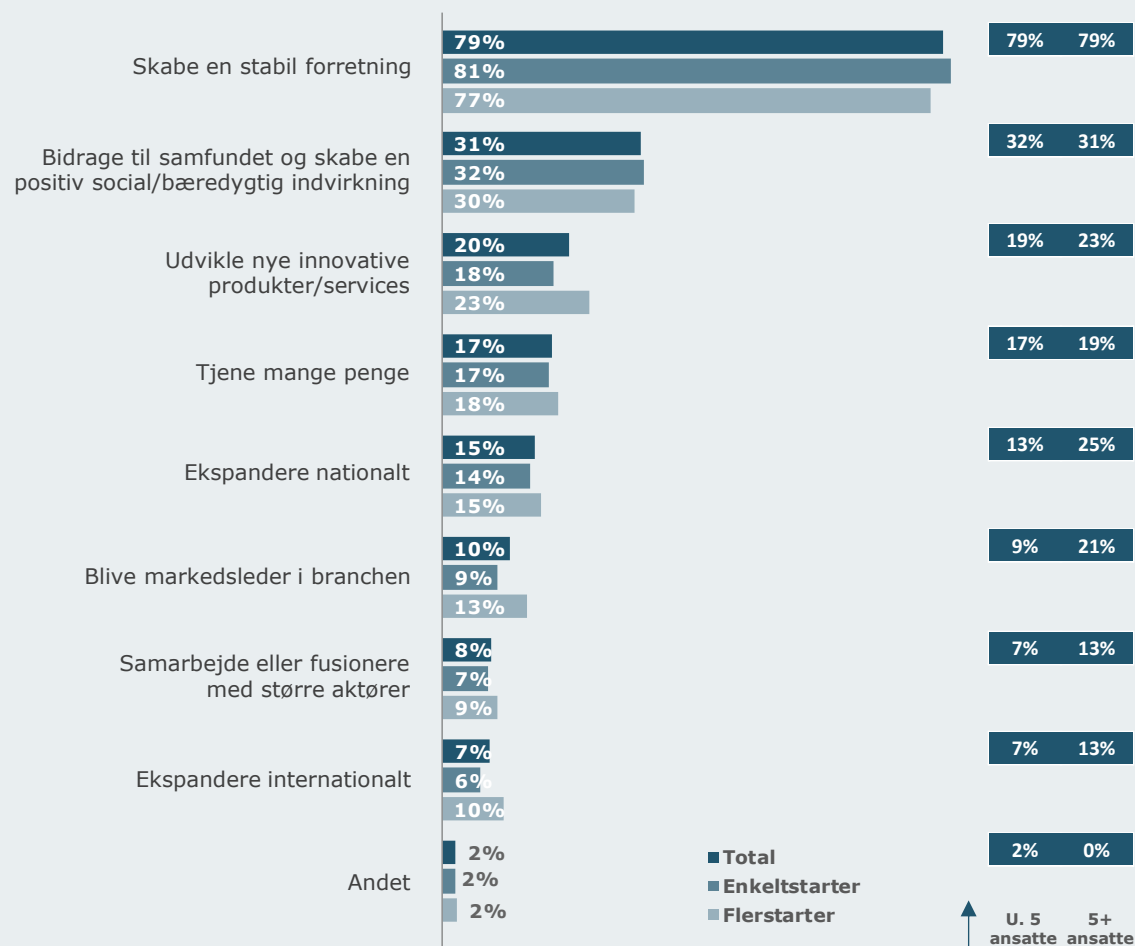
**Note:** Figuren viser, hvorfor nogle respondenter har svært ved at finde sig til rette på det traditionelle/etablerede arbejdsmarked. Her indgår kun respondenter, som har angivet dette jf. forrige side. Der er for få svar til at dele resultaterne i andre grupper end køn. Flersvars-mulighed.

Antal svar: 123

**To-tredjedel peger på en prioritering** af fleksibilitet, når de beskriver, hvorfor de har svært ved at finde sig til rette som lønmodtagere på det traditionelle arbejdsmarked.

Den anden hyppigste årsag er oplevelser med dårlig ledelse eller mistrivelser med tidligere chefer, hvilket gælder lige dele kvinder og mænd. Udfordringer som stress, angst m.v. ligger nr. 3, hvor det er særligt kvinder, der angiver denne grund.

# At skabe en stabil forretning er den vigtigste ambition for de unge virksomheder, mens udsigten til at tjene mange penge er vigtig for mindre end hver femte.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser, hvad respondenternes mere langsigtede ambitioner er for deres virksomhed.

Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange, jf. side 4).

Der kan gives max tre svar.

Antal svar: 544

**De mere langsigtede ambitioner** hos de unge virksomheder handler hovedsageligt om at skabe en stabil forretning og dernæst om at bidrage til samfundet samt at udvikle nye innovative produkter eller services.

De to sidstnævnte dog i markant mindre omfang end den første, som gælder for 8 ud af 10.

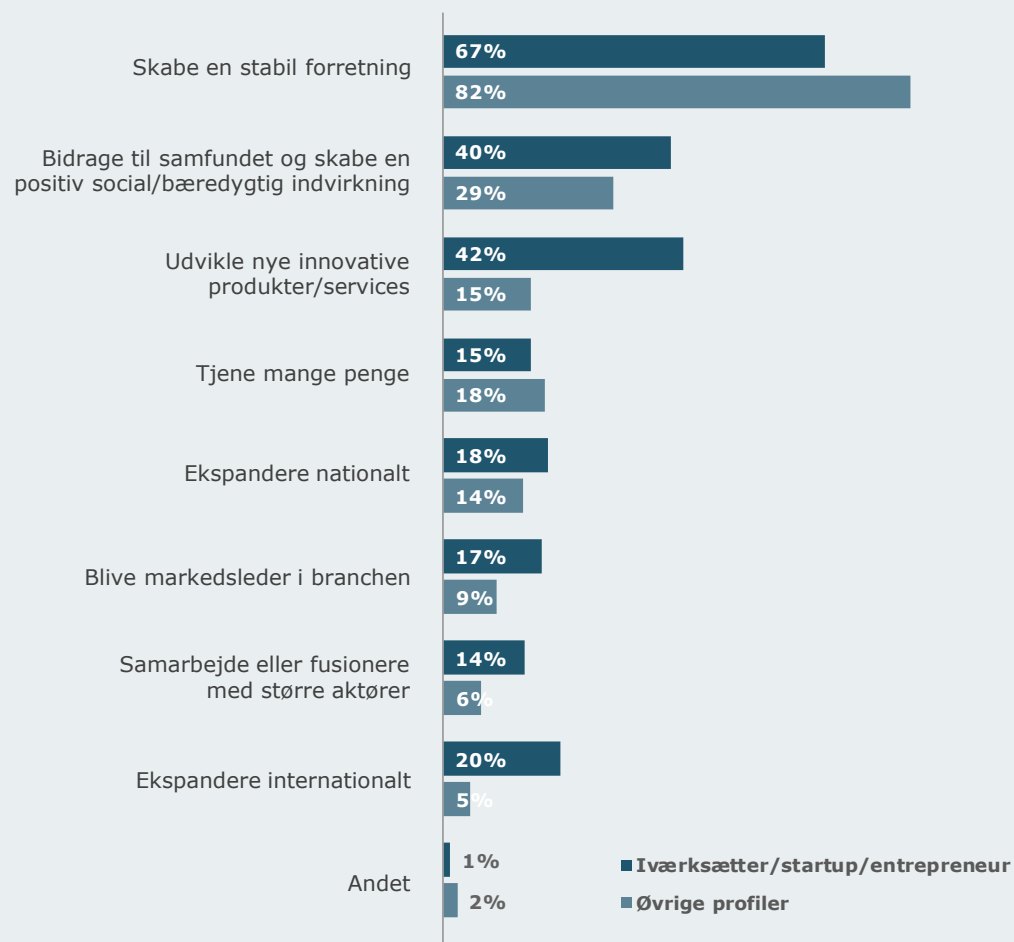
En populær og ofte stereotypisk omtalt årsag til at starte virksomhed, handler om at tjene mange penge. I virkeligheden ser det sjældent sådan ud og gælder kun for 1 ud af 6, når de nystartede virksomheder også kan nuancere og give udtryk for andre årsager.

Flerstarterne skiller sig ud og har flere fællestræk med virksomheder med 5+ ansatte end med enkeltstarterne og de mindste virksomheder.

Især på ambitioner om at udvikle og skalere markerer de sig. De ønsker i højere grad at udvikle nye innovative produkter eller services, men også at ekspandere – både nationalt og internationalt med eksport – og sidst, men ikke mindst at stræbe mod at blive markedsleder.

Det vidner om, at flerstarterne oftere vil udvikle og vokse fremfor at drifte. Når der går drift og dagligdag i den, søger mange videre til næste idé og drives af ambitionen om at få det projekt til at vokse.

## Personer, der identificerer sig som iværksættere eller startups, skiller sig ud på ambitioner som innovation og skalering. Det betyder mindre for dem at skabe en stabil forretning.



**Kilde:** Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser, hvad respondenternes mere langsigtede ambitioner er for deres virksomhed.

Opdelt på størrelse og personer, som identificerer sig som iværksætter, startup eller entrepreneur, og så alle øvrige (jf. side 5).

Der kan gives max tre svar.

Antal svar: 544

**Når man sammenholder,** hvordan respondenterne identificerer sig (jf. side 5) med deres ambitioner for deres virksomhed, er der især ét billede, som tegner sig af de personer, der ser sig selv som iværksættere, startups eller entreprenører.

De skiller sig helt tydeligt ud fra de andre profiler, når det gælder ønsket om både at skalere og skabe noget innovativt.

Ambitionen om at have fokus på innovation har hele 42 pct. af gruppen, mens det kun gælder for 15 pct. blandt de øvrige profiler.

De har også langt mere fokus på skalering af forretningen: Fire gange så hyppigt ønsker de at ekspandere internationalt (eksport), og dobbelt så ofte ønsker de at være markedsleder.

De går også i langt højere grad efter egentlig buy-out eller exit ved at samarbejde eller fusionere med større aktører.

Selvom en stabil forretning stadig er den ambition, der deles af flest, vejer den ikke nær så tungt for gruppen af selvudnævnte iværksættere/startups/entreprenører som for de øvrige profiler. Det betyder også mindre for dem at tjene mange penge. Måske forekommer det for banalt for dem.

# At spotte den rigtige målgruppe og økonomisk usikkerhed er de største barrierer for, at de unge virksomheder udvikler sig.

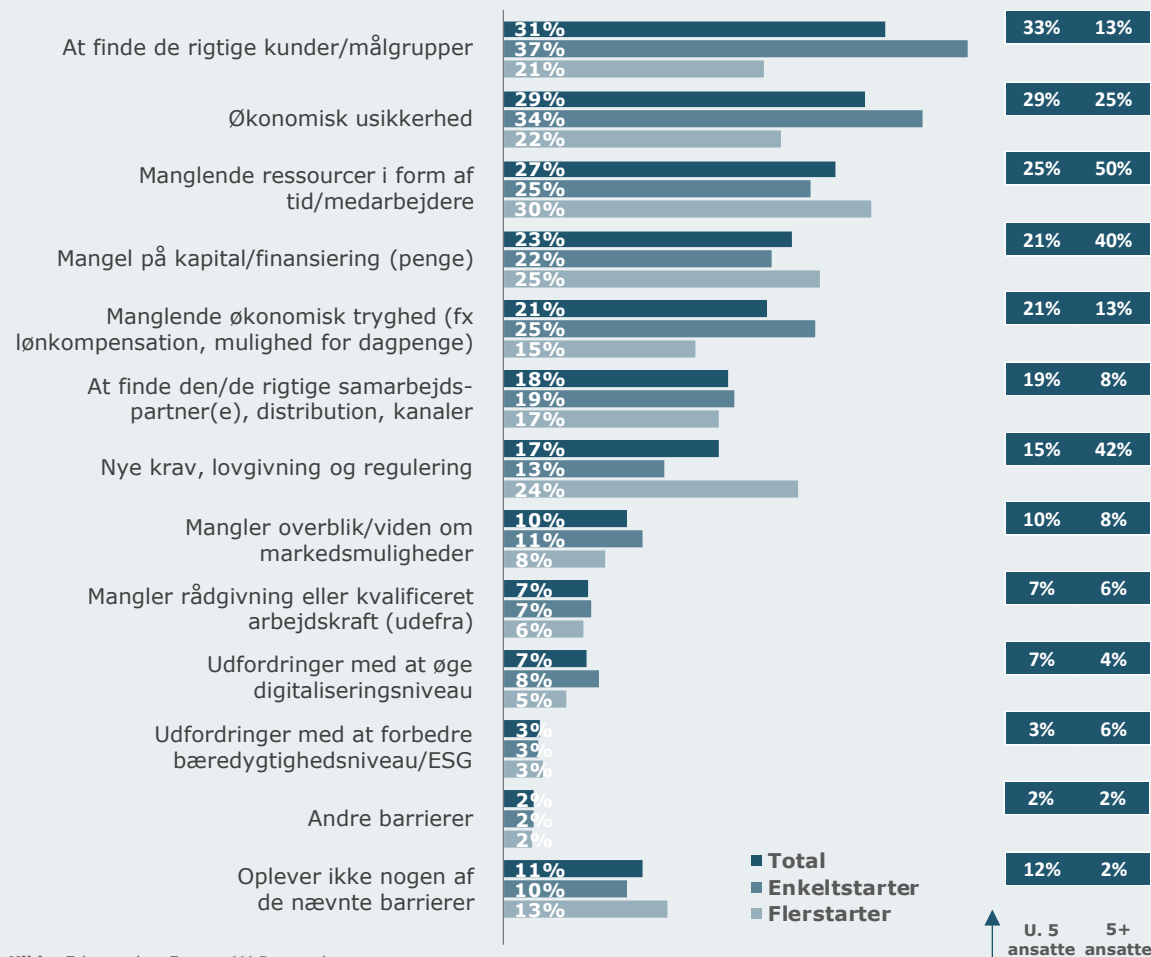
**Næsten en tredjedel af** de unge virksomheder (31 pct.) vurderer, at opgaven med at finde de rigtige kunder og målgrupper er den primære barriere for at kunne udvikle deres virksomhed (yderligere). Lige efter følger økonomisk usikkerhed (29 pct.).

Dette gælder i langt højere grad for enkeltstarterne og de helt små SMV'er.

Omvendt bremser faktorer som manglende ressourcer i form af tid, medarbejdere eller finansiering, samt nye krav, lovgivning og regulering, markant oftere flerstarterne og de lidt større SMV'er.

Det er barrierer, som tydeligvis bliver væsentligt mere udtalt, når man vokser og har startet flere gange.

Omtrent 1 ud af 10 ser dog ingen af de nævnte områder som barrierer i deres virksomhed. Her er det interessant at se, at dette kun gælder for en meget begrænset andel af virksomheder med 5+ ansatte. Det kan indikere, at jo mere ens virksomhed vokser, jo flere forhindringer opstår der, som man skal håndtere for at vokse yderligere.



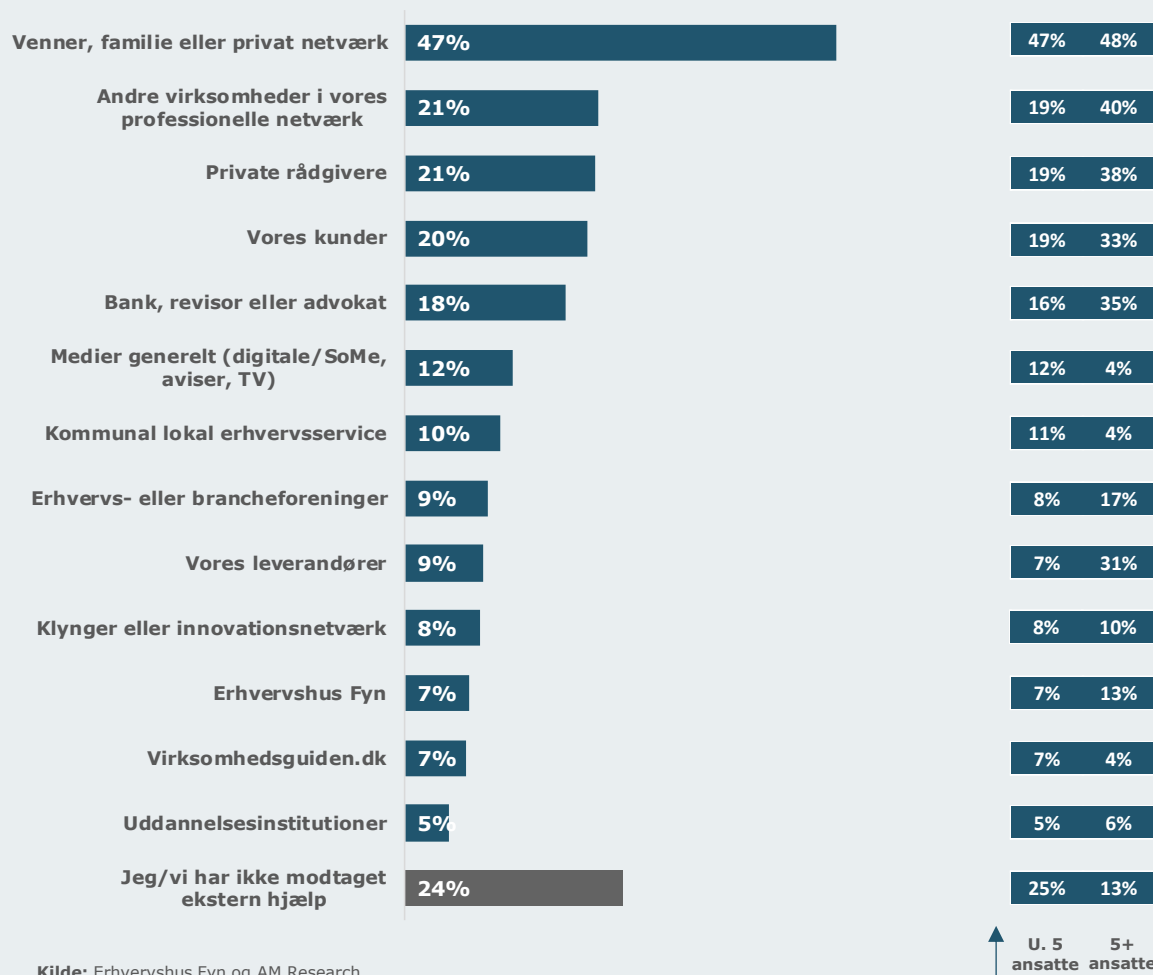
Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser, hvad respondenterne har angivet de respektive udsagn som barrierer for at kunne udvikle deres virksomhed (yderligere). Opdelt på størrelse og opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange, jf. side 4). Max tre svar kan angives.

Antal svar: 544

# Knap halvdelen modtager input fra deres private relationer.

En fjerdedel angiver dog, at de aldrig modtager ekstern hjælp.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

Note: Figuren viser, hvorfra de unge virksomheder har modtaget input, hjælp eller sparring til drift eller udvikling af deres virksomhed fra. Opdelt på størrelse.

Antal svar: 544

**Når de unge virksomheder modtager** hjælp og sparring til drift eller udvikling af deres virksomhed, foregår det i overvejende grad fra deres private relationer som familie, venner eller netværk.

Når det kommer til mere professionel hjælp, så er andelen nede omkring en femtedel.

Input fra virksomheder i ens professionelle netværk har 21 pct. således fået, mens private rådgivere og kunder har været på banen hos præcis samme forholdsvist begrænsede andel af unge virksomheder.

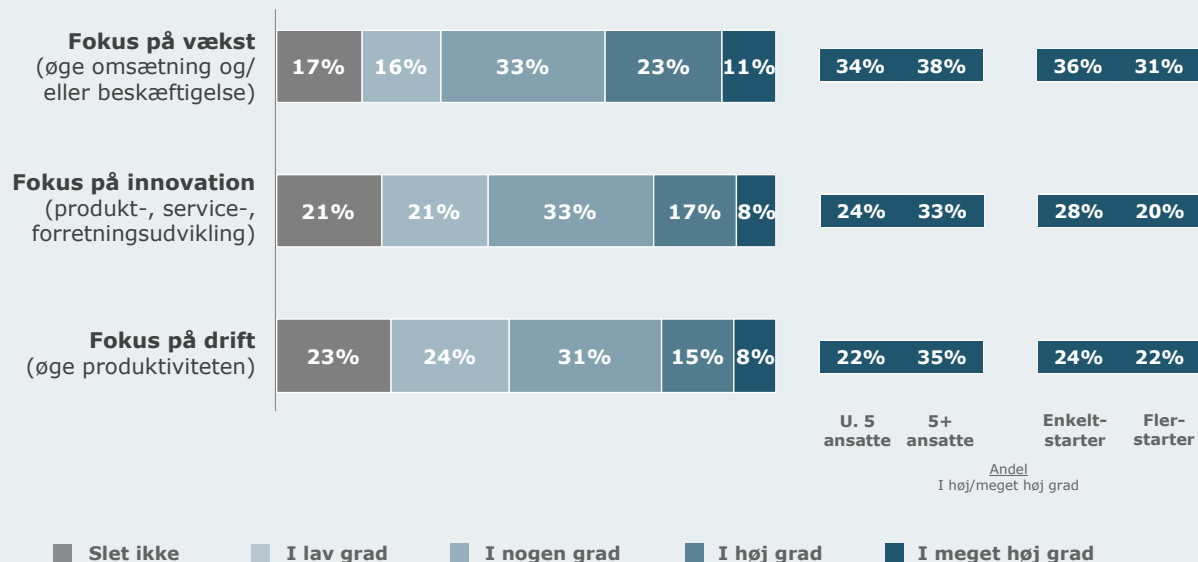
Brug af professionel hjælp er ikke desto mindre markant mere brugt af de lidt større unge SMV'er. Her er andelen, som har brugt professionelt netværk, rådgivere, kunder og leverandører næsten dobbelt så store (omkring 35-40 pct).

Der er generelt ingen nævneværdige forskelle mellem enkelt- og flerstartere, hvorfor de ikke fremgår særskilt i diagrammet. Dog er der tre steder, hvor forskelle kan iagttages i det små. Flerstartere bruger oftere input fra private rådgivere og kunder, mens enkeltstartere oftere benytter sig af input fra medierne generelt.

Op mod en fjerdedel af alle de unge virksomheder angiver omvendt, at de ikke har modtaget nogen former for ekstern hjælp i deres virksomhed. Dette gælder især de helt små SMV'er, mens de lidt større med 5+ ansatte i noget højere grad søger og bruger ekstern hjælp.

# Ekstern hjælp til at øge fokus på vækst

er mere interessant end hjælp til drift og innovation.



Kilde: Erhvervshus Fyn og AM Research

**Note:** Figuren viser relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, investeringer, udviklingsforløb med andre virksomheder, workshops osv.) i tre forskellige situationer. Opdelt på størrelse og opstartsprofil (om man har startet virksomhed en eller flere gange, jf. side 4).

Antal svar: 544

Ekstern hjælp kan være den håndsrækning, der skal til, for at unge virksomheder kan tage de næste skridt i deres udviklingsrejse.

Set på tværs af tre fokusområder er de unge SMV'er mest interesserede i ekstern hjælp, når det kommer til fokus på vækst. 34 pct. angiver, at dette i høj eller meget høj grad er relevant for dem. Hjælp med fokus på innovation er relevant for 26 pct., mens hjælp med fokus på drift kun nævnes af 23 pct.

Interessen er klart større hos de lidt større SMV'er, mens flerstarterne i højere grad giver indtryk af at ville selv.



Foto: Polina Kovaleva (pexels.com)

# Hvad var din personlige motivation for at starte virksomhed?

Jeg vil gerne kunne skabe arbejdspladser, hvor der er fokus på gode arbejdsforhold og ikke mindst en virksomhed, der skal være kendt for ekstra god service og god kvalitet.

*Mand, flerstarter,  
"iværksætter", 56 år*

Min passion for at formidle mit håndværk og ønsket om at skabe noget unikt.

*Kvinde, enkeltstarter,  
"freelance", 58 år*

Behov for at arbejde fleksibelt og til dels deltid, og samtidig kan dække private omkostninger mens jeg arbejder på anden startup, der ikke laver omsætning endnu.

*Kvinde, flerstarter,  
"selvstændig", 26 år*

Jeg ser muligheder for forbedring og hvis det ikke kan implementeres i en virksomhed, jeg arbejder i direkte, eller de ikke kan se idéen (pga. anden drivkraft), så vælger jeg selv at starte et selskab, der kan yde den service bedre, billigere og mere omfangsrig, end nuværende aktører på markedet.

*Mand, flerstarter,  
"startup", 26 år*

Ønsket om at kunne leve af min egen virksomhed og kunne trække mig tidligere tilbage fra 8-16 jobbet.

*Mand, flerstarter,  
"iværksætter", 60 år*

Jeg elsker hvad jeg laver på mit "rigtige" arbejde så meget, at jeg også gør det i min fritid i et projekt, der nu er ved at blive så godt, at jeg håber at kunne tjene på det og leve af det.

*Mand, enkeltstarter,  
"iværksætter", 29 år*

Jeg kunne ikke finde et job indenfor min branche, hvor det at være en børnefamilie og ens børn har specielle behov, kunne imødekommes uden at vide, at man stod på fyringslisten. Og så har jeg altid haft en lyst til at have mit eget, men ikke helt vidst hvad det skulle være, før jeg røg ind i rengøringsbranchen.

*Kvinde, enkeltstarter,  
"selvstændig", 35 år*

Jeg har arbejdet som sygeplejerske i over 30 år, og det har jeg været meget glad for. Men fysisk ville jeg have svært ved at fortsætte til jeg blev 68 år, også mentalt. Derfor tog jeg muligheden for en ny uddannelse. Nu kan jeg selv bestemme i mit firma og elsker hvad jeg laver.

*Kvinde, enkeltstarter,  
"selvstændig", 62 år*

# Om undersøgelsen

## Iværksætter

Almindeligvis er en iværksætter en person med en virksomhed mellem 0 og 3 år. Vækstiværksættere er den meget lille andel af iværksættere, som opnår markant vækst på kort tid, og som kan skalere virksomheden.

I Iværksætterbarometer 2025 skal iværksætteri forstås som mere end at *iværksætte en virksomhed*. Personerne bag bredden af unge virksomheder på Fyn ser ofte sig selv som meget andet end "iværksættere".

Iværksætterbarometeret handler derfor om, hvordan bredden af unge virksomheder har ambitioner for deres virksomhed, hvilke udfordringer de har, hvad der motiverede dem til at starte virksomhed, og generelt hvad der kendetegner dem.

Derfor inddrages også virksomheder, som er lidt ældre end 3 år, så det er muligt at afdække, om der er forskelle mellem de helt unge virksomheder på max 3 år og dem, som har haft 4-5 års levetid.

## Metode

Iværksætterbarometer 2025 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse med 544 besvarelser fra unge virksomheder på Fyn.

Med det antal besvarelser er den statistiske usikkerhed +/- 4,2 %-point på totalerne. Der er dermed stor statistisk sikkerhed i resultaterne, hvilket også bidrager til en bred virksomhedsrepræsentation på tværs af brancher og størrelser blandt de indkomne besvarelser.

## Dataindsamling

Iværksætterbarometer 2025 er gennemført som en onlineundersøgelse og udsendt til et repræsentativt udsnit af unge virksomheder på Fyn etableret efter 1. januar 2020.

Dataindsamlingen er foregået i maj til juli 2025.

### Den fynske erhvervsstruktur: Unge virksomheder 0 5 år (maj 2025)

|                              |       |     |
|------------------------------|-------|-----|
| Bygge og anlæg               | 1.063 | 10% |
| Detailhandel                 | 882   | 9%  |
| Engroshandel og transport    | 753   | 7%  |
| Industri                     | 540   | 5%  |
| Information og kommunikation | 722   | 7%  |
| Service                      | 4.767 | 46% |
| Videnservice                 | 1.590 | 16% |
| Ingen ansatte                | 7.242 | 70% |
| Under 5 ansatte              | 2.566 | 25% |
| 5+ ansatte                   | 509   | 5%  |
| 0 3 år                       | 6.787 | 66% |
| 4 5 år                       | 3.530 | 34% |

**Kilde:** CVR-registeret, bearbejdet af AM Research.

**Note:** Landbrug, offentlig administration, undervisning, sundhed og forsyning indgår ikke i opgørelsen.

## Stratificering af data

Virksomhederne er stratificeret på brancheniveau, hvilket betyder, at undersøgelsen og resultaterne er fordelt på størrelsen af den enkelte branche for alle unge virksomheder på Fyn.

Den stratificerede udvælgelse er gennemført for at få et solidt datagrundlag og en så repræsentativ fordeling på brancher blandt de indkomne svar som muligt.

### Fordeling af besvarelser i barometeret

|                              |     |     |
|------------------------------|-----|-----|
| Bygge og anlæg               | 35  | 6%  |
| Detailhandel                 | 37  | 7%  |
| Engroshandel og transport    | 28  | 5%  |
| Industri                     | 33  | 6%  |
| Information og kommunikation | 41  | 8%  |
| Service                      | 257 | 47% |
| Videnservice                 | 113 | 21% |
| Ingen ansatte                | 186 | 34% |
| Under 5 ansatte              | 309 | 57% |
| 5+ ansatte                   | 49  | 9%  |
| 0 3 år                       | 378 | 69% |
| 4 5 år                       | 166 | 31% |

# Iværksætterbarometer Fyn 2025

**Iværksætterbarometer 2025 måler på udvalgte fokusområder,** som karakteriserer unge virksomheder anno 2025 på Fyn.

Barometeret stiller skarpt på:

- Hvad kendetegner generelt unge virksomheder og personerne bag?
- Hvordan identificerer personerne sig professionelt i deres virksomhed?
- Hvad var deres personlige motivation for at starte virksomhed?
- Hvad er barriererne for at kunne udvikle deres virksomhed?
- Hvor får de unge virksomheder input, hjælp eller sparring fra?
- Hvor relevant er ekstern hjælp for at udvikle deres virksomhed?

**Iværksætterbarometer Fyn 2025**  
styrker indsigt og viden  
om bredden af unge  
virksomheder på Fyn.

Barometeret er gennemført af  
Erhvervshus Fyn og  
AM Research

September 2025

AM RESEARCH



**Erhvervshus**  
FYN