



Iværksætterbarometer 2025

Aktuelt indblik i hovedstadsregionens unge virksomheder - ambitioner, udfordringer og behov.



Erhvervshus
HOVEDSTADEN



Katrine Paaby Joensen
Direktør, Erhvervshus Hovedstaden

Redaktion, analyse og design:

Erhvervshus Hovedstaden
Fruebjergvej 3
2100 København Ø



Marts 2025
Forsidefoto: Proxy Click (pexels.com)

Forord

Danmark skal være verdens bedste

iværksætterland. Det er den politiske ambition, som ligger bag iværksætterpakken, der afsætter milliarder til at forbedre vilkårene for danske iværksættere. Erhvervshusets indsats for at understøtte iværksættere styrkes også, fordi målinger peger på, at specialiseret vejledning gør en forskel for de unge virksomheders omsætning og beskæftigelse - og det er vi glade for.

For at blive endnu bedre til at hjælpe iværksætterne har vi taget temperaturen på de unge virksomheder i hovedstadsregionen. For hvem er iværksætterne, hvad er de drevet af, og hvad har de behov for?

De 738 besvarelser af vores spørgeskema bekræfter, at 'iværksættere' ikke er en homogen gruppe. Det er faktisk de færreste personer, som starter virksomhed, der identificerer sig som 'iværksætter'.

Den typiske profil bag en nystartet virksomhed er 48 år, har en mellemlang eller lang videregående uddannelse, betragter sig som 'selvstændig', er motiveret af et ønske om at være sin egen chef og drevet af ambitionen om at skabe en stabil forretning. Bag de nystartede virksomheder står 60% mænd og knap 40% kvinder.

Når man taler om iværksætteri, er der ofte stor interesse for de såkaldte 'vækstiværksættere', som typisk ansås at udgøre mindre end 1% af de unge virksomheder. Denne undersøgelse afdækker ikke antallet af vækstiværksættere i hovedstadsregionen, men vi kan se, at 15% af opstarterne skiller sig ud ved at angive, at de oplever markant vækst.

Samtidigt kan vi se, at de 16%, der identificerer sig som iværksætter/startup, også er kendetegnet ved i højere grad at være drevet af at skabe innovative produkter og vækste internationalt. Blandt disse er der en overvægt af 'serie-opstartere', som har startet eller investeret i mere end 4 nye virksomheder. Både ambitioner og erfaring er godt at have med i bagagen og bidrager til billedet af vækstpotentiale blandt de unge virksomheder.

Når det kommer til udfordringer, deles de fleste nystartede virksomheder om at have økonomisk usikkerhed som den største hovedpine. Til gengæld er serie-opstarterne og de større virksomheder mere udfordrede af mangel på tid, kapital og af nye krav, lovgivning og regler.

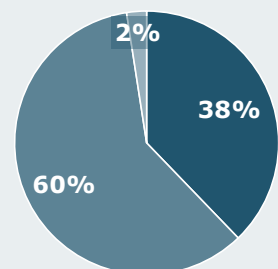
Gør barometret os klogere på, hvordan vi kan hjælpe de unge virksomheder? For mig at se, bidrager besvarelserne til at nuancere billedet af 'iværksætterne', hvilket er vigtigt, når vi skal udvikle vores værdis tilbud og samarbejder. Ingen er ens. Heldigvis.

Vi har brug for et dynamisk iværksætermiljø, hvor hele talentmassen kan omsætte deres erfaring, viden og idéer til jobs, innovation, udvikling og vækst. Som erhvervshus skal vi være der for de unge virksomheder med indsatser og vejledning tilpasset den enkelte - uanset om drømmen er at være sin egen eller at indtage verdensmarkedet med en banebrydende teknologi.

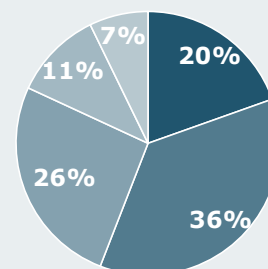
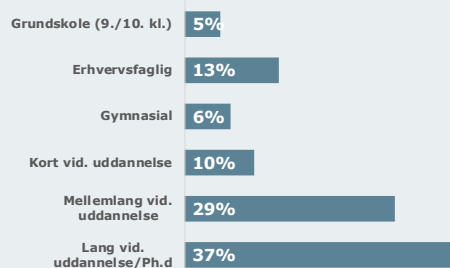
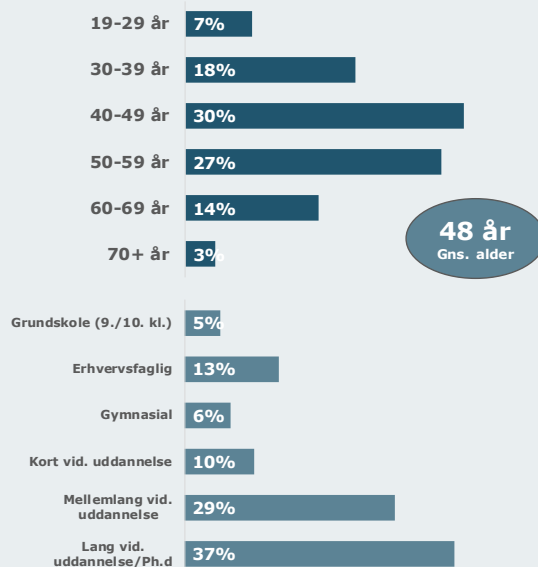
Hvad kendetegner unge virksomheder i hovedstadsregionen, og hvem er personerne bag?

Unge virksomheder i hovedstadsregionen er i 2025 generelt kendetegnet ved at være bredt repræsenteret på en række demografiske parametre. Iværksætterbarometeret giver et indblik i en bred vifte af unge virksomheder etableret efter 1. januar 2019 og har ikke et særfokus på fx vækst- eller serieiværksættere eller særlige "scale-ups". En iværksættervirksomhed opfattes normalt som værende max tre år. Heraf udgør vækst-iværksættere en forsvindende lille andel. Iværksætterbarometeret kigger bredere end det og inddrager bredden af unge virksomheder på max fem år.

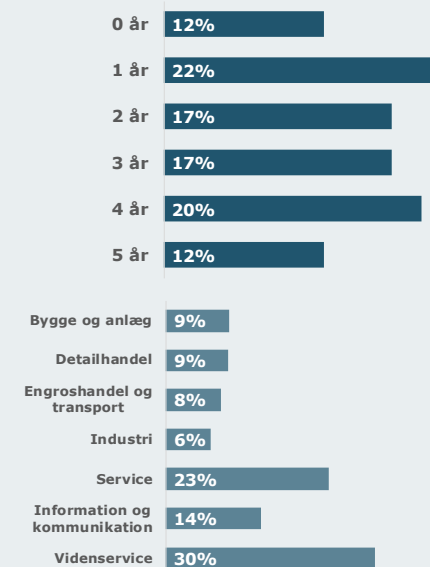
I barometeret er over en tredjedel af opstarterne kvinder. Gennemsnitsalderen blandt både mænd og kvinder er 48 år, og kun en fjerdedel er under 40 år. Langt de fleste har en mellemlang eller lang videregående uddannelse. Over halvdelen har ingen eller kun 1 ansat, mens knap hver 10. har 10 eller flere ansatte. Over halvdelen er beskæftiget i enten service- eller vidensservicebrancherne.



■ Kvinde
■ Mand
■ Anden kønsidentitet/
ønsker ikke at oplyse



■ Ingen ansatte
■ 1 ansat
■ 2-4 ansatte
■ 5-9 ansatte
■ 10+ ansatte



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figurene viser personprofilerne bag virksomhederne i undersøgelsen. Visning af køn, alder og uddannelsesniveau.

Antal svar: 738

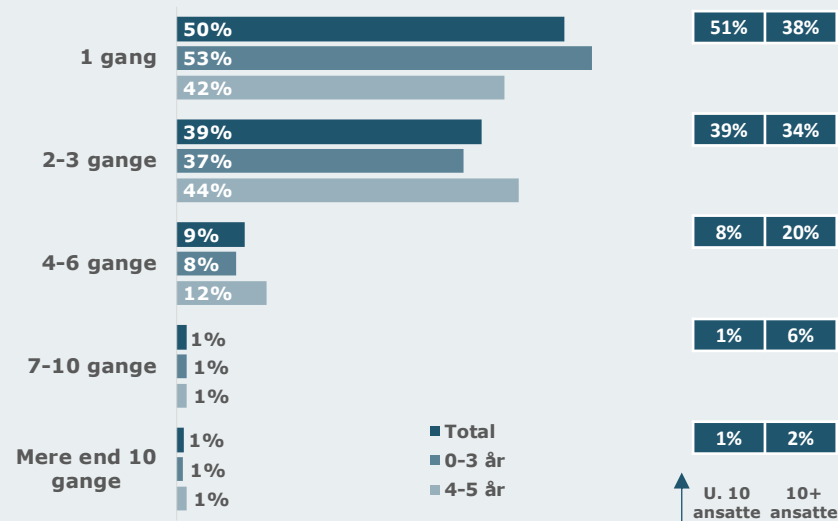
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figurene viser virksomhedernes alder, størrelse og branche.

Antal svar: 738

Halvdelen har prøvet at starte eller investere i ny virksomhed

mindst to eller flere gange, mens hver 10. har startet mindst fire gange.



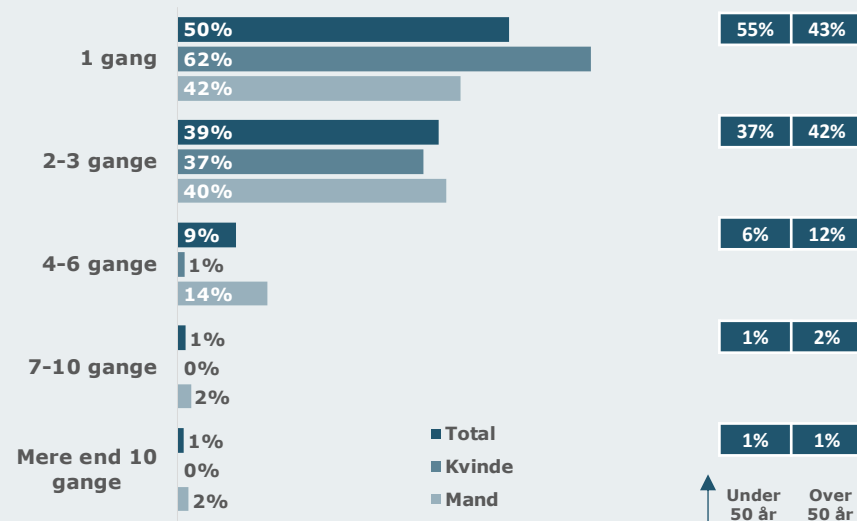
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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: 738

50 pct. af personerne i de unge virksomheder har startet eller investeret i nye virksomheder mere end én gang. Andelen stiger til 58 pct. blandt virksomheder, der er mere end tre år, og tallet er endnu højere hos de større virksomheder med 10+ ansatte (62 pct.).

Ser man på personer, som har startet eller investeret i nye virksomheder fire eller flere gange – som til en vis grad kan opfattes som serie-opstarter – udgør det hver 10. (11 pct.). Hos virksomheder med 10+ ansatte er andelen markant højere på 28 pct.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

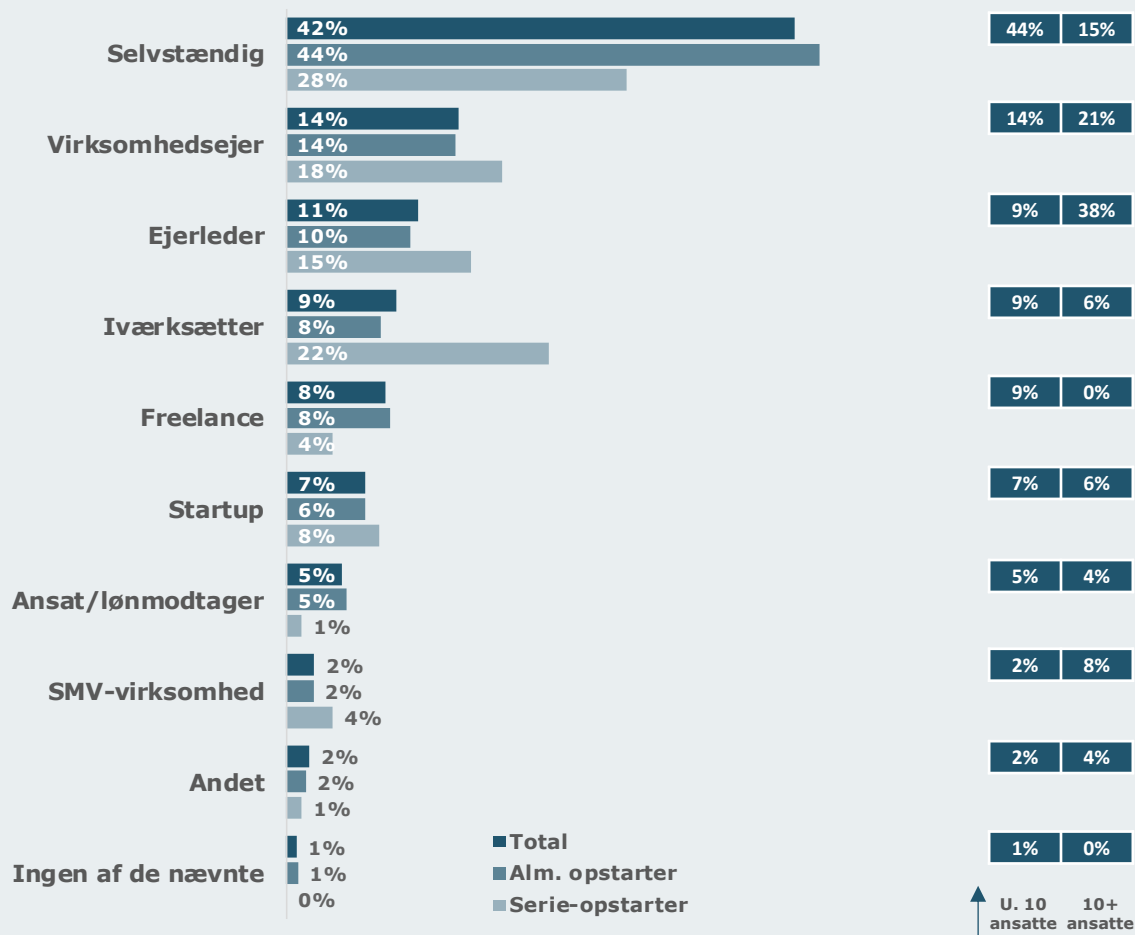
Note: Figuren viser antal gange, respondenterne har været med til at starte virksomhed eller investeret (tid/finansiering) i en nystartet virksomhed. Opdelt på køn og alder.

Antal svar: 738

Ser man på tværs af køn, er der tendens til, at mænd starter flere virksomheder end kvinder. 58 pct. mænd har opstartet mere end én gang, mens det er 38 pct. blandt kvinder. 18 pct. mænd og 1 pct. kvinder har opstartet virksomhed fire eller flere gange.

På tværs af alder stiger tendensen til at starte virksomhed op, jo ældre man er. Det er måske intuitivt, men undersøgelsen viser, at 15 pct. over 50 år har startet fire eller flere gange, mens det er 8 pct. for dem under 50 år.

Knap halvdelen af de adspurgte ser sig selv som "selvstændig", mens blot 1 ud af 10 ser sig selv som "iværksætter".



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvordan respondenterne identificerer sig selv arbejdsmæssigt og professionelt i deres virksomhed. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange) og størrelse. Antal svar: 738

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

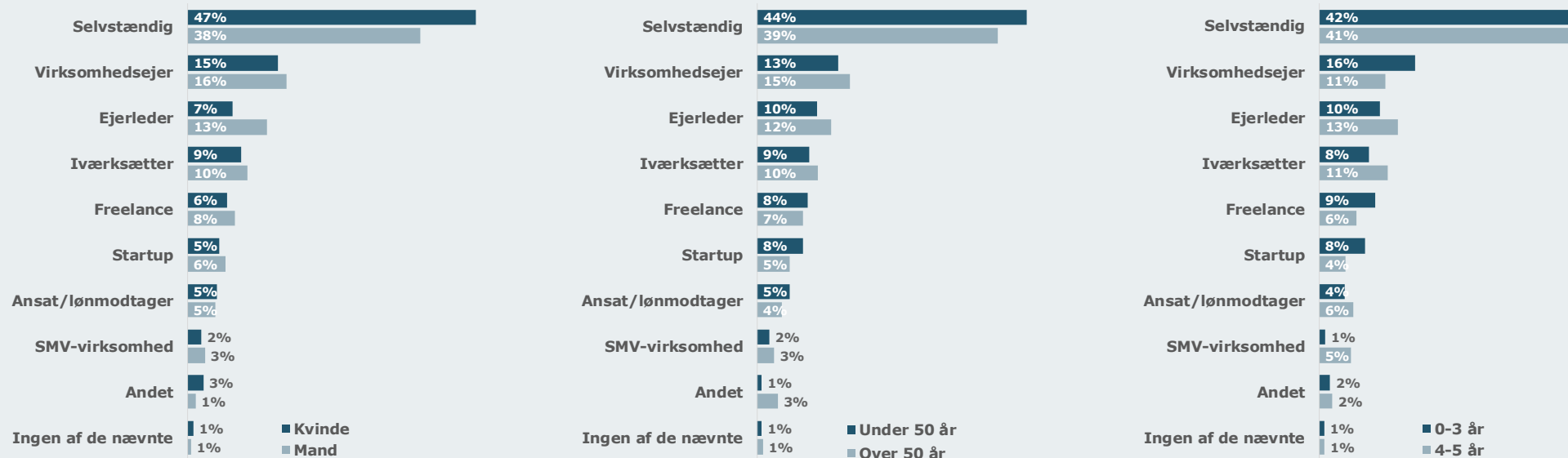
Men det stemmer ikke overens med, hvordan opstarterne i bredden af unge virksomheder i hovedstadsregionen opfatter sig selv. På en fjerdeplads er det kun hver 10. (9 pct.), der ser sig selv som "iværksætter". Dog skiller personer, der har startet virksomhed adskillige gange, sig ud, idet de i langt højere grad ser sig som iværksættere (22 pct.).

Størstedelen af personerne i de unge virksomheder ser sig selv som "selvstændige" (42 pct.), men det gælder primært majoriteten af almindelige opstartere med 44 pct. mod blot 28 pct. blandt serie-opstartere. Der er tillige stor forskel, når det kommer til virksomhedens størrelse, hvor andelen falder voldsomt til kun 15 pct. hos de lidt større virksomheder med 10+ ansatte.

De større virksomheder med 10+ ansatte ser sig selv primært som "ejerledere" med 38 pct., mens tallet er blot 9 pct. blandt de helt små SMV'er. Dernæst ser 21 pct. af opstarterne i de større virksomheder sig som "virksomhedsejere".

Næsten lige så mange (eller få), der ser sig selv som "iværksætter", ser sig som værende "freelance" (8 pct.), som dermed ligger på femtepladsen. Kun 7 pct. ser sig som en "startup" med meget små forskelle mellem opstartsprofil og virksomhedsstørrelse.

Et flertal af kvinder og personer under 50 år ser sig som "selvstændig", mens flertallet af mænd og personer over 50 år ser sig som "ejerleder".



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figurene viser, hvordan respondenterne identificerer sig selv arbejdsmæssigt og professionelt i deres virksomhed. Opdelt på køn, alder og virksomhedsalder.

Antal svar: 738

Kvinderne er klart i overtal i forhold til at identificere sig selv som "selvstændig". Det gælder for 47 pct. kvinder mod 38 pct. mænd.

På de fleste øvrige "titler" er mænd i et lille overtal og især på identifikationen som "ejerleder". Her er det 13 pct. mænd over for 7 pct. kvinder.

Et flertal af personer under 50 år ser sig selv som "selvstændig" og "startup", mens flere over 50 år ser sig selv primært som "virksomhedsejer" og "ejerleder".

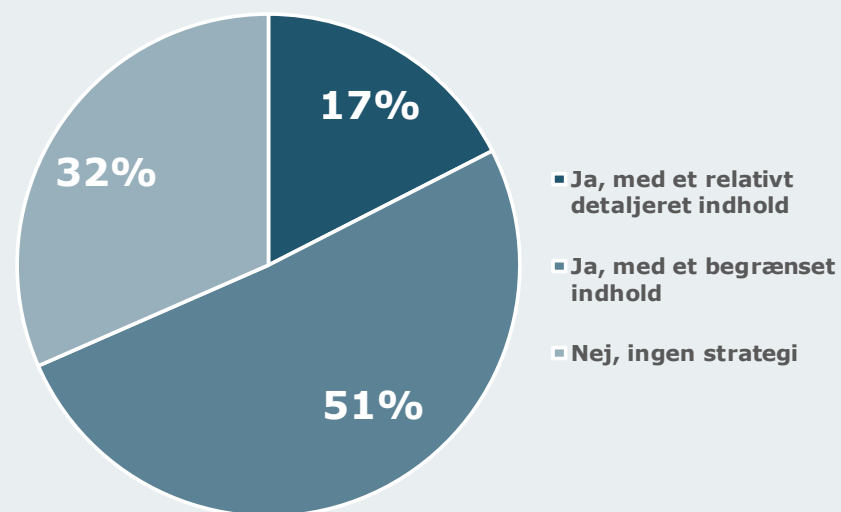
Ser man på tværs af virksomhedsalder, er der en interessant forskel ved, at de yngste virksomheder under 4 år i mindre grad ser sig som "iværksættere" end virksomheder på 4-5 år.

Omvendt identificerer dobbelt så mange af de yngste virksomheder sig som "startups"

De yngste virksomheder identificerer sig også i højere grad som "virksomhedsejer" sammenlignet med de 4-5 årige virksomheder. Sidstnævnte gruppe har omvendt en højere andel af "ejerledere".

70 % har en strategi

for deres virksomhed



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Antal svar: 738

Knap 70 pct. af de unge virksomheder har formuleret en egentlig strategi for deres forretning. Modsat har 3 ud af 10 fortsat ingen strategi.

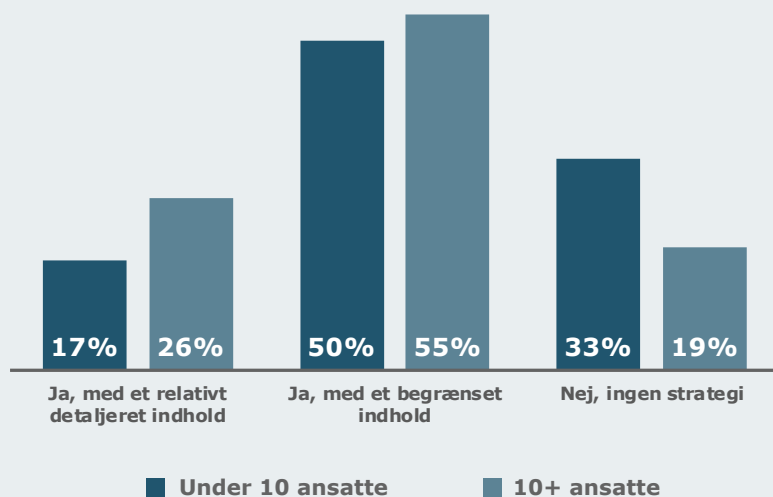
Dog har kun 17 pct. af virksomheder med en strategi en relativt detaljeret strategi.

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



Foto: Erhvervshus Hovedstaden

Større virksomheder fungerer mere strategisk end de små



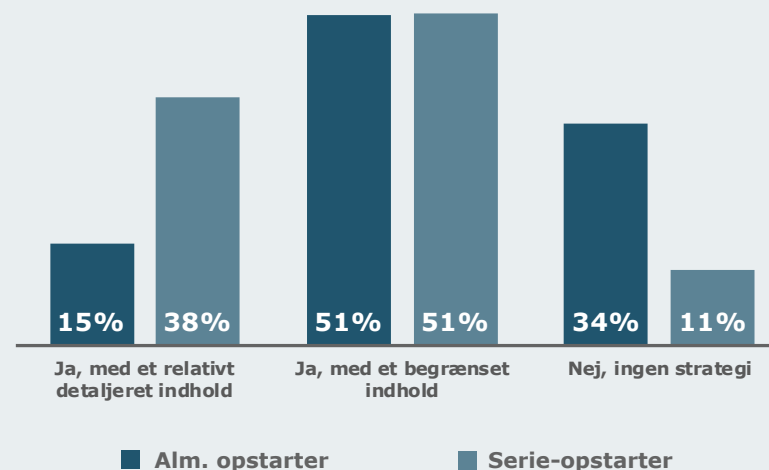
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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: 738

Det strategiske niveau stiger blandt de større virksomheder med 10+ ansatte. Her har 81 pct. formuleret en strategi mod 67 pct. blandt de mindre virksomheder.

Blandt 26 pct. af de større virksomheder er strategien relativ detaljeret. Den andel er 17 pct. hos de mindre virksomheder.

Serie-opstarterne er langt mere strategiske end de almindelige opstartere



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

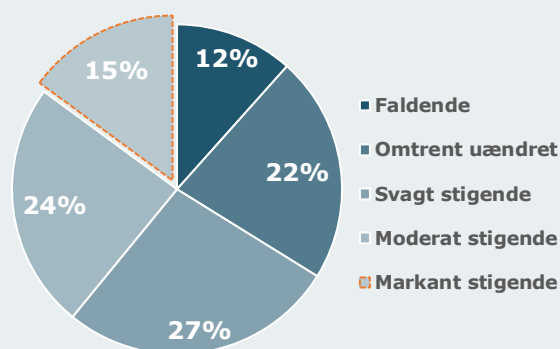
Note: Figuren viser, om respondenterne har formuleret en strategi for deres virksomhed og i bekræftende fald, hvor omfattende den er. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange).
Antal svar: 738

Ser man på tværs af opstartsprofil, er der langt flere af dem, som har opstartet adskillige virksomheder, som også har formuleret strategier for deres virksomhed(er). Det gælder for 89 pct. mens det gælder for 66 pct. hos dem, som har opstartet væsentligt færre virksomheder.

Specifikt blandt de virksomheder, som har en relativt detaljeret strategi, indgår der mere end dobbelt så mange serie-opstartere – 38 pct. mod 15 pct.

Hvor mange unge virksomheder har allerede markant vækst?

Hver sjette unge virksomhed i hovedstadsregionen har hurtigt oplevet en markant udvikling.



	0-3 år	4-5 år	Under 10 ansatte	10+ ansatte	"Alm. opstarter" (startet < 4 gange)	"Serie-opstarter" (startet 4+ gange)
Moderat stigende	26%	21%	24%	23%	24%	24%
Markant stigende	17%	11%	13%	38%	14%	26%
I alt	43%	32%	37%	61%	38%	50%

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser virksomhedernes egenopfattelse af deres udvikling de seneste to-tre år på omsætning og forretningens generelle udvikling.
Antal svar: 738

To-tredjedel (66 pct.) af hovedstadsregionens unge virksomheder vurderer, at de for tiden oplever vækst i mere eller mindre grad. 15 pct. fortæller, at de har oplevet 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 43 pct. mod 32 pct. blandt virksomhederne på 4-5 år. Opfattelsen af vækst kan selvfølgelig være højere, jo yngre virksomheden er, da helt nystartede virksomheder kommer fra et lavt udgangspunkt.

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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 under/over fire gange).
Antal svar: 283

Størst forskel mellem grupperne ses mellem henholdsvis de små og større virksomheder med under og over 10 ansatte. Andelen med moderat og markant stigning går fra 37 pct. hos de mindre SMV'er til 61 pct. blandt større SMV'er.

Serie-opstarterne oplever også en mere markant stigning med 50 pct. mod 38 pct. blandt de mere almindelige opstartere. Det vidner om, at man øger sin succesrate, jo flere virksomheder man prøver at starte eller indgå i.

Frihed som egen chef er primær motivation for at starte egen virksomhed

efterfulgt af trangen til at skabe noget nyt

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

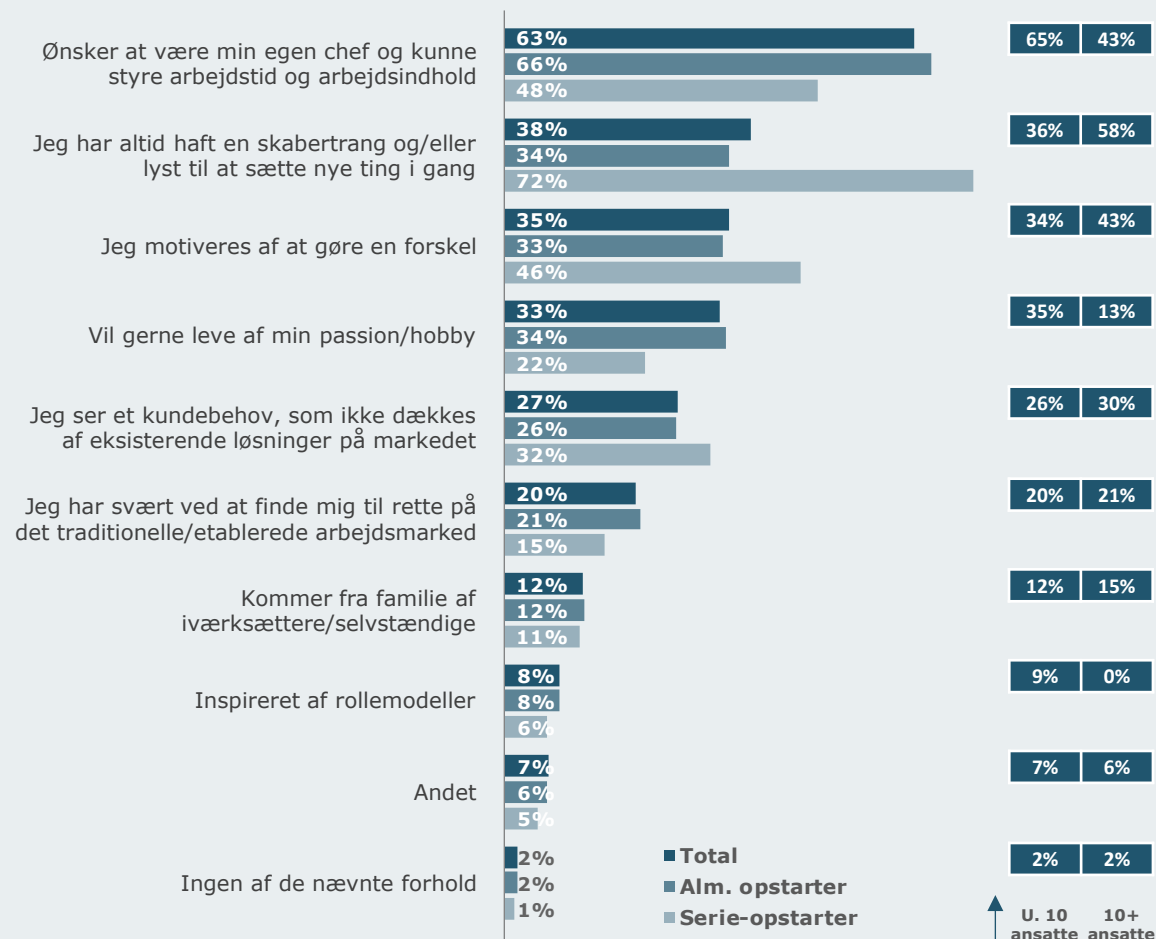
Det gælder for knap 2 ud af 3 (63 pct.) med en tydelig overvægt af almindelige opstartere og de små virksomheder med under 10 ansatte.

Ønsket om at være egen chef er mindre udpræget blandt serie-opstarterne og de lidt større virksomheder med flere end 10 ansatte.

Disse grupper motiveres i højere grad af at have en skabertrang eller lyst til at sætte nye ting i gang. Hos alle de adspurgte unge virksomheder gælder det for 38 pct., mens det nærmest fordobles til 72 pct. hos serie-opstarterne og til 58 pct. hos større SMV'ere med 10+ ansatte.

De to samme grupper motiveres også i højere grad af at gøre en forskel, hvorimod de almindelige opstartere og mindre virksomheder oftere motiveres af at kunne leve af deres passion eller hobby.

Når man ser på forskelle mellem virksomhedsalder og køn, er der knap så store forskelle, hvorfor disse ikke vises i figuren. For eksempel har kvinder 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.



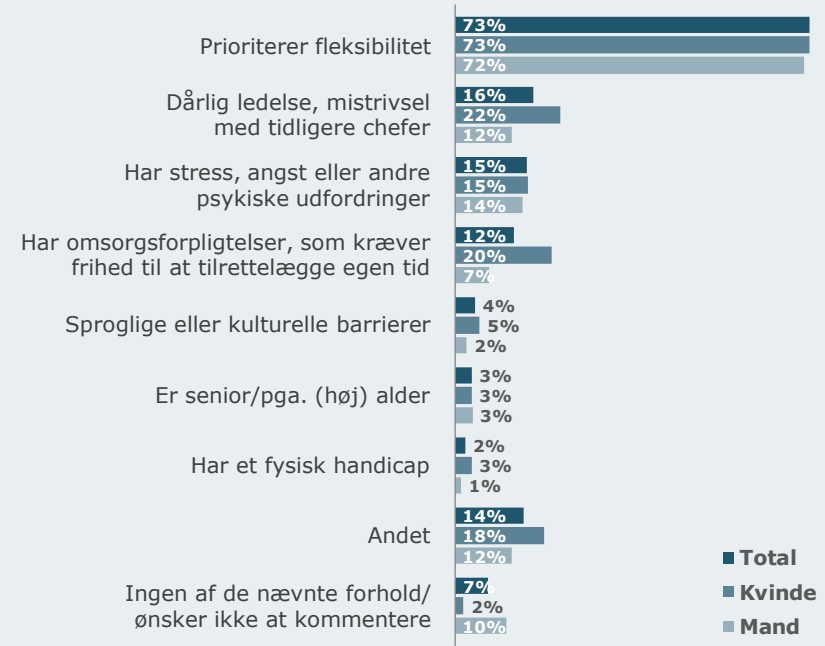
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange) og størrelse. Flersvars-mulighed.

Antal svar: 738

Fleksibilitet vejer tungt, når man søger væk fra det traditionelle arbejdsmarked



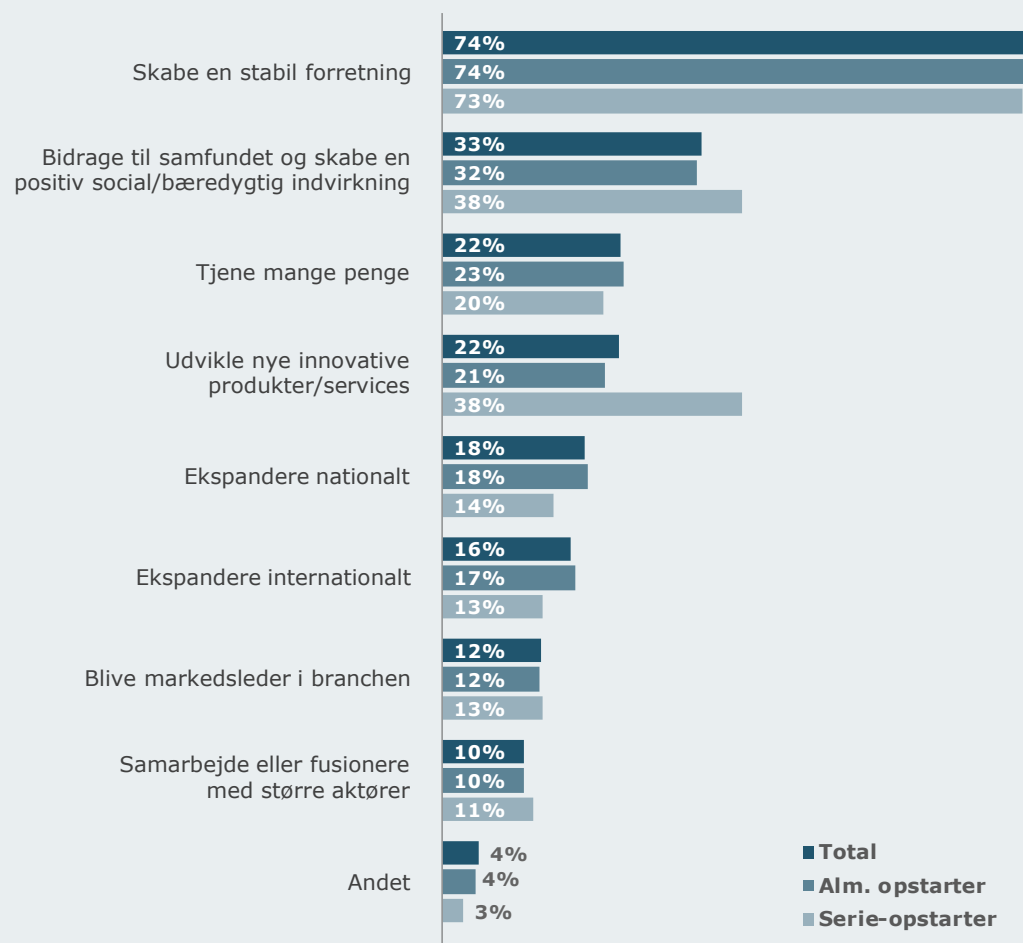
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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. Flersvars-mulighed. Der er for få svar til at dele resultaterne i andre grupper.
Antal svar: 149

Knap tre-fjerdedel prioriterer fleksibilitet, når de skal beskrive, hvorfor de har svært ved at finde sig til rette på det traditionelle og etablerede arbejdsmarked. Dette gælder lige dele kvinder og mænd.

Derimod er den anden hyppigste årsag oplevelser med dårlig ledelse eller mistrivsel med tidligere chefer, og det gælder især for kvinder. Et aktuelt tema som stress ligger som nr. 3 og deles også ligeligt af kvinder og mænd.

At skabe en stabil forretning er den vigtigste ambition for de unge virksomheder, mens dét at tjene mange penge kommer på en tredjeplads og i noget mindre omfang.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvad respondenternes mere langsigtede ambitioner er for deres virksomhed. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange). Der kan gives max tre svar. Antal svar: 738

De mere langsigtede ambitioner hos de unge virksomheder handler hovedsageligt om at skabe en stabil forretning og dernæst at bidrage til samfundet samt at tjene mange penge. De to sidstnævnte dog i markant mindre omfang end den første.

Ambitionen om en stabil forretning er langt den mest udtalte med 74 pct., og den gælder for begge opstartsprofiler.

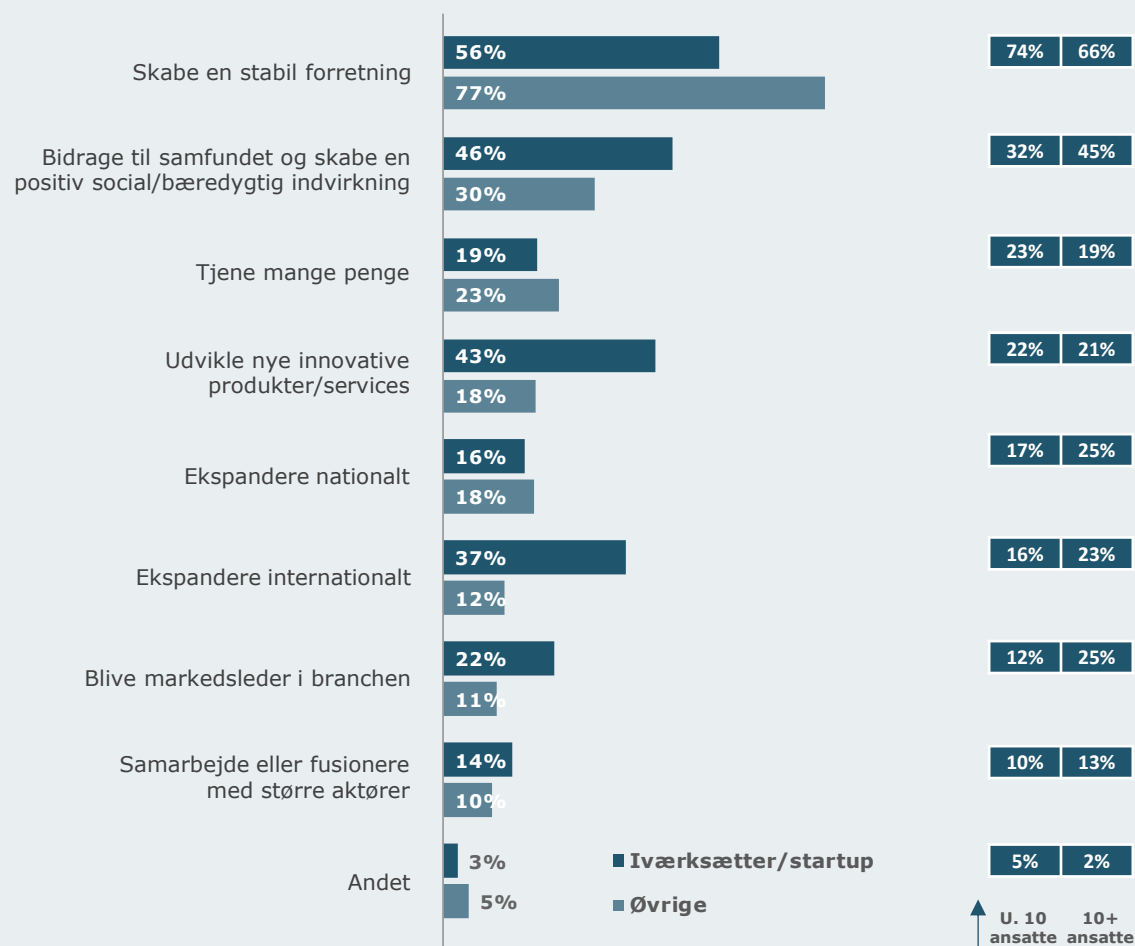
Ambitionen om at bidrage positivt til samfundet indtager andenpladsen om end med en markant lavere andel på 33 pct. Det er samtidig en ambition, der taler lidt mere til serie-opstarterne. Det skal formentlig kædes sammen med udviklingsambitionen, hvor det at udvikle et produkt eller en service også bidrager positivt til samfundet og dermed brugerne/kunderne.

Ambitionen om at tjene mange penge indtager en tredjeplads, og en femtedel (22 pct.) ser sig selv i denne.

Serie-opstarterne skiller sig ud især ét sted: 38 pct. har i langt højere grad en ambition om at udvikle nye innovative produkter eller services. Det vidner om, at serie-opstarterne oftere er "udviklere" fremfor "drifere": Når der går drift og dagligdag i den, skal mange af dem videre til næste idé og projekt.

Serie-opstarterne interesserer sig også mindre for at ekspandere forretningen, som ligger på femte- og sjettepladsen. Det er i højere grad de almindelige opstartere, der prioriterer denne ambition.

Iværksættere og startups skiller sig mærkbart ud på ambitioner som innovation og skalering, hvorimod at skabe en stabil forretning betyder mindre.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

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

Opdelt på størrelse og personer, som identificerer sig som iværksætter eller startup, og så alle øvrige. Der kan gives max tre svar.

Antal svar: 738

Når man sammenholder, hvordan respondenterne identificerer sig (jf. side 5) med deres ambitioner for deres virksomhed, er der især ét billede, der kendetegner de personer, som ser sig selv som iværksætter eller startup i forhold til alle øvrige.

De skiller sig nemlig tydeligvis ud, da de både ønsker at skalere og at skabe noget innovativt.

I deres ambition om at have fokus på innovation markerer gruppen sig med knap to en halv gange så meget som de øvrige profiler tilsammen (43 pct. mod 18 pct.).

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

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

Selvom en stabil forretning vejer mest, er det omvendt i langt mindre grad en ambition for gruppen af iværksættere og startups sammenlignet med de øvrige profiler. Det betyder også mindre for dem at tjene mange penge, som det også gør med national ekspansion, som synes lidt mere snævert.

De større virksomheder med 10+ ansatte adskiller sig flere steder fra de mindre virksomheder. Blandt andet i forhold til motivationen om at bidrage til samfundet, men også i forhold til de mere "skalerings-fokuserede" motivationer som national og international ekspansion og at blive markedsleder.

Økonomisk usikkerhed er de unge virksomheders største barriere for at kunne udvikle deres virksomhed (yderligere). Flere barrierer følger lige efter.

Bredden af alle unge virksomheder vurderer økonomisk usikkerhed (30 pct.), som den primære barriere for at kunne udvikle deres virksomhed (yderligere).

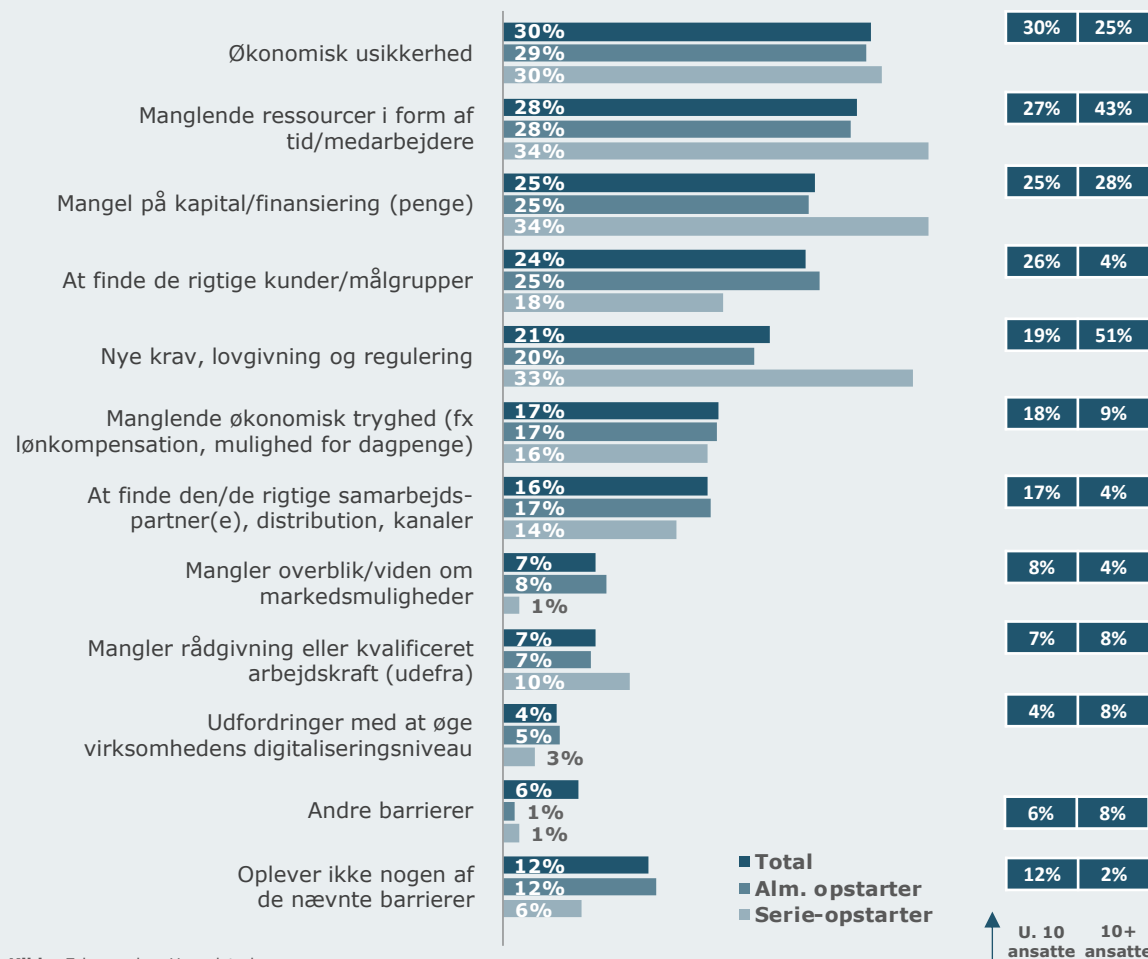
Dette gælder, uanset om man har prøvet at starte virksomhed få eller mange gange, og egentlig også om man er en lille eller stor SMV.

Herfra hører ligheden op på tværs af virksomhedsgrupper på de fleste øvrige barrierer.

Den anden og tredje mest udtalte barriere handler om mangel på ressourcer dels i form af tid og medarbejdere (28 pct.) og dels i form af regulær finansiering (25 pct.).

De to barrierer er tilmed serie-opstarternes to største barrierer (34 pct.) og dermed større end økonomisk usikkerhed. Den tredjestørste barriere for den gruppe følger lige efter med 33 pct. og handler om krav, lovgivning og regulering. Dette betyder markant mindre for de almindelige opstartere (20 pct.).

Lidt mere end 1 ud af 10 ser dog ingen af de nævnte områder som barrierer i deres virksomhed. Her er det interessant, at dette kun gælder for halvt så mange af serie-opstarterne, som for de almindelige. Serie-opstarterne har antageligvis mere erfaring med at drive og udvikle virksomhed, hvorfor de i højere grad "har lært" at tøjle barriererne.



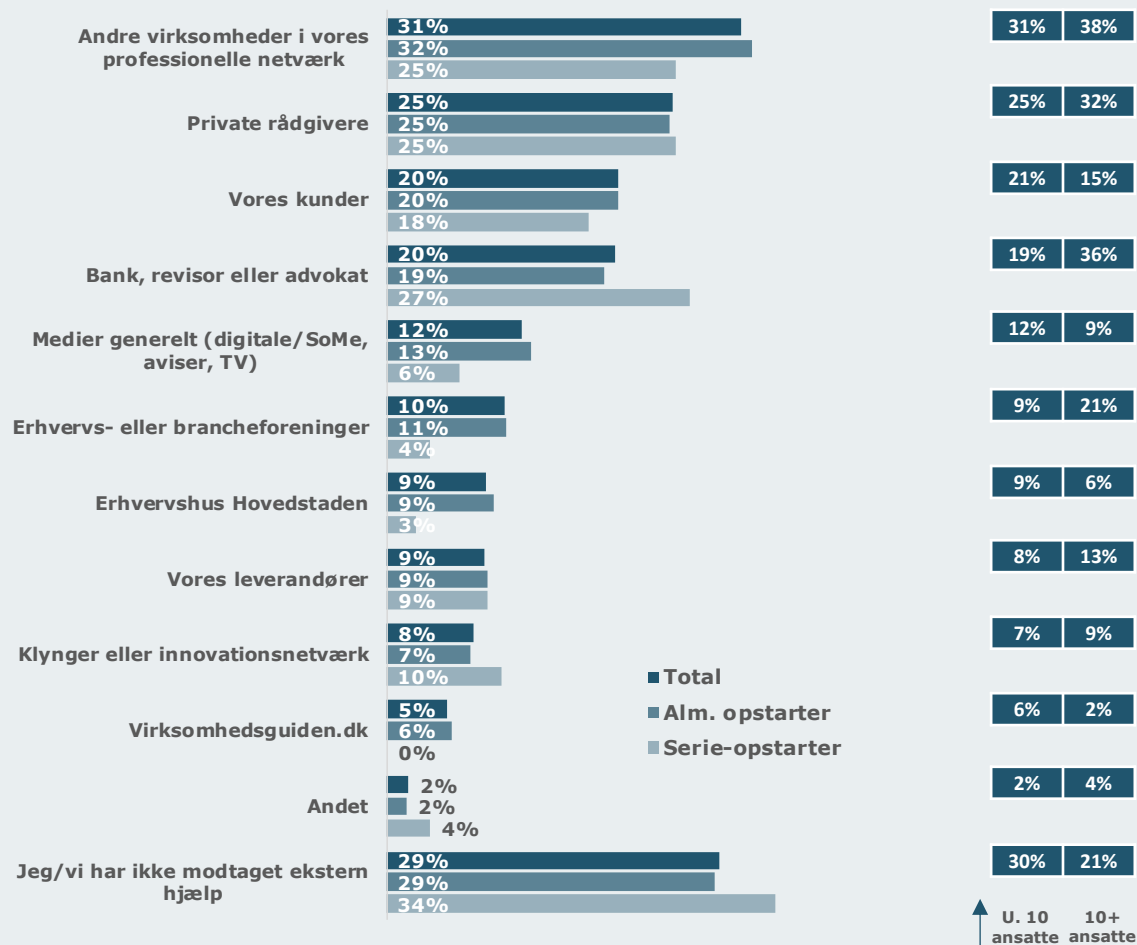
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvad respondenterne har angivet de respektive udsagn som barrierer for at kunne udvikle deres virksomhed (yderligere). Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange) og størrelse. Max tre svar kan angives.

Antal svar: 738

En tredjedel har modtaget input fra andre virksomheder

i deres professionelle netværk. Samtidig angiver knap en tredjedel, at de aldrig modtager ekstern hjælp.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, hvorfra de unge virksomheder har modtaget input, hjælp eller sparring til drift eller udvikling af deres virksomhed fra. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange) og størrelse. Antal svar: 738

De unge virksomheder har modtaget hjælp og sparring til drift eller udvikling af deres virksomhed fra primært fire kanaler.

Hovedsageligt handler det om at få input fra andre virksomheder i deres professionelle netværk (30 pct.), hvor der er klar overvægt af almindelige opstartere og de større virksomheder.

Dernæst følger der i top 4 input fra private rådgivere (25 pct.), virksomhedernes kunder (20 pct.) og fra virksomhedernes bank, revisor eller advokat (20 pct.).

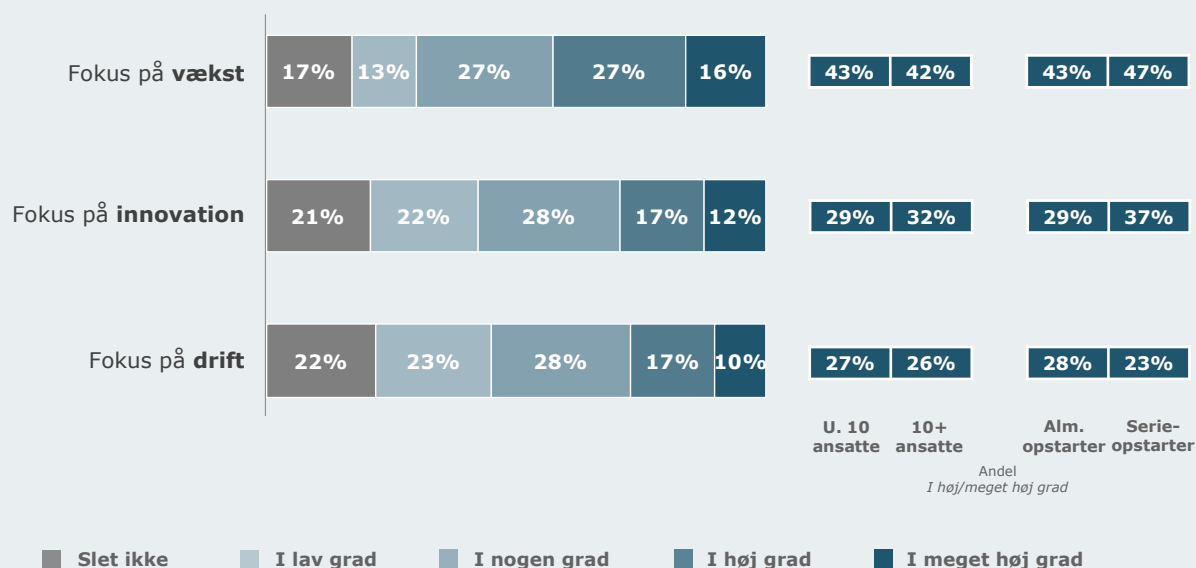
Sidstnævnte er noget, især serie-opstarterne (27 pct.) og de større SMV'er (36 pct.) gør brug af sammenlignet med de almindelige opstartere og de mindre SMV'er.

For almindelige opstartere er kanalerne 4-7 på ranglisten to-tre gange så vigtige end for serie-opstarterne. Her er det iøjnefaldende, at de større SMV'er i langt højere grad benytter sig af input fra erhvervs- eller brancheforeninger sammenlignet med de mindre virksomheder.

Hele 29 pct. eller knap en tredjedel angiver omvendt, at de ikke har modtaget nogen former for ekstern hjælp i deres virksomhed. For serie-opstarterne er andelen endnu højere på 34 pct., mens det modsatte gør sig gældende blandt de større SMV'er, hvor andelen falder til 21 pct.

Ekstern hjælp til at øge fokus på vækst

er meget relevant for knap halvdelen af virksomhederne



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, investeringer, udviklingsforløb med andre virksomheder, workshops osv.) i tre forskellige situationer. Opdelt på opstartsprofil (om man har startet virksomhed under/over fire gange) og størrelse.

Antal svar: 738

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. 43 pct. angiver dette i høj eller meget høj grad.

Fokus på innovation udgør 29 pct., mens fokus på drift er lige under på 27 pct.

Interessen er ret ens i forhold til virksomhedsstørrelse, hvorimod der er noget større interesse for ekstern hjælp hos serie-opstarterne end de almindelige opstartere, når fokus er vækst og innovation, men mindre, når fokus er drift.

Foto: Erhvervshus Hovedstaden

Når man er ildsjæl, giver det ikke mening at være lønmodtager.

*Kvinde, alm. opstarter,
"ejerleder", 43 år*

Bliver inspireret af at få idéer og være med til at bringe dem til virkelighed.

*Mand, serie-opstarter,
"virksomhedsejer", 60 år*

Nu er jeg tæt på pensionsalder og ønsker et mindre hektisk arbejdsliv. Men jeg er ikke klar til at stoppe helt med at arbejde: Jeg vil gerne have noget til at holde hjernen frisk. Derfor har jeg valgt at gå ned på deltid og tage lidt konsulentarbejde.

*Mand, alm. opstarter,
"freelance", 63 år*

Jeg motiveres af at kunne lære fra mig og gøre andre bedre fx ansatte, lærlinge mv.

*Mand, alm. opstarter,
"ejerleder", 38 år*

Har ofte haft en oplevelse af, at det firma, jeg var ansat i, kunne ledes meget bedre. Så det må jeg jo bevise.

*Mand, alm. opstarter,
"ejerleder", 38 år*

Bureaukrati og langsommelige arbejdsgange, manglende fleksibilitet. Dårlige ledere, manglende mening med arbejdet. Begrænsninger på arbejdsmetoder. Ingen kreativitet...

*Mand, alm. opstarter,
"selvstændig", 34 år*

Jeg har små børn, og det tager det traditionelle/etablerede arbejdsmarked ikke højde for på en hensynsmæssig måde. Ved at være selvstændig kan jeg skabe en mere fleksibel hverdag.

*Kvinde, alm. opstarter,
"selvstændig", 30 år*

Jeg er over 50 og oplever, at jeg ikke kan komme i spil til relevante jobs. Kan komme til interviews, gå videre, men bliver altid en stærk to'er, hvilket ikke er tilfredsstillende. Da jeg selv har arbejdet med HR og ansat folk i de seneste 30 år, ved jeg, at når man vælger, så tager man hellere en kandidat i 40'erne end en i 50'erne. Når man så skal leje en kandidat ind, så ændrer det sig, så vil man gerne have den ældre, som har en stor bred erfaring. Det er en af årsagerne til, at jeg er startet op. En anden er friheden, der ligger i at være sin egen, og en tredje, at jeg kan sige ja og nej til opgaver.

*Kvinde, alm. opstarter,
"selvstændig", 58 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 i hovedstadsregionen ser ofte sig selv som meget andet end en "iværksætter".

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 738 besvarelser fra unge virksomheder i hovedstadsregionen.

Med det antal besvarelser er den statistiske usikkerhed +/- 3,6 %-point på totalerne. Der er dermed stor sikkerhed i resultaterne, som bidrager til bred repræsentativitet blandt besvarelserne.

Dataindsamling

Iværksætterbarometer2025 er gennemført som en onlineundersøgelse og udsendt til et repræsentativt udsnit af unge virksomheder i hovedstadsregionen etableret efter 1. januar 2019.

Dataindsamlingen er foregået i januar og februar 2025.

Hovedstadsregionens erhvervsstruktur: Unge virksomheder 0-5 år (januar 2025)

Bygge og anlæg	5.248	8%
Detailhandel	5.586	9%
Engroshandel og transport	4.894	8%
Industri	2.656	4%
Information og kommunikation	8.399	13%
Service	19.902	31%
Videnservice	17.305	27%
Ingen ansatte	46.535	72%
Under 10 ansatte	15.952	25%
10+ ansatte	2.093	3%
0-3 år	46.945	73%
4-5 år	17.635	27%

Kilde: CVR-registeret, bearbejdet af Erhvervshus Hovedstaden.

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

Stratificering af data

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

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	67	9%
Detailhandel	66	9%
Engroshandel og transport	58	8%
Industri	47	6%
Information og kommunikation	101	14%
Service	172	23%
Videnservice	221	30%
Ingen ansatte	147	20%
Under 10 ansatte	538	73%
10+ ansatte	53	7%
0-3 år	505	68%
4-5 år	233	32%

Iværksætterbarometer hovedstadsregionen 2025

Iværksætterbarometer 2025 måler på udvalgte fokusområder, som karakteriserer unge virksomheder anno 2025 i hovedstadsregionen.

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
hovedstadsregionen 2025**
styrker indsigten og viden
om bredden af
unge virksomheder
i hovedstadsregionen.

Barometeret er gennemført af
Erhvervshus Hovedstaden

Marts 2025