

Typer af iværksættere og indsatsbehov

Østergaard, Annemarie

Published in:
Iværksætteri i Aalborg

Publication date:
2018

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):
Østergaard, A. (2018). Typer af iværksættere og indsatsbehov. I *Iværksætteri i Aalborg: Pejlemærker for iværksætterstrategien i 2017-2018* (s. 7-8)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Iværksætter i Aalborg

Pejlemærker for iværksætterstrategi 2017-2018

Sammen skaber vi Danmarks bedste iværksætterby!

Indhold

Baggrund for pejlemærker til en iværksætterstrategi	3
Fælles indsats - forankring	4
Hvem er iværksætterne?	6
Typer af iværksættere og indsatsbehov	7
Aktører og indsatsen for iværksætterne	9
Fem pejlemærker	11
1. Overblik og koordinering af indsatser	12
<i>Eksisterende løsninger</i>	12
<i>Handlepunkter</i>	12
2. Fysisk set-up og netværk	13
<i>Klassiske fysiske delemiljøer mellem iværksættere</i>	13
<i>Spin-in miljøer – netværk med etablerede virksomheder</i>	14
<i>Startup Café Aalborg</i>	14
<i>Community manager</i>	15
<i>Iværksætterhus</i>	15
<i>Netværk i form af mentorer</i>	15
<i>Investorer</i>	16
<i>Handlepunkter</i>	16
3. Vækst-iværksættere	18
<i>Iværksætternes jobskabelse</i>	18
<i>Gode indsatser fra start</i>	18
<i>Handlepunkter</i>	20
4. Branding	21
<i>Udgangspunkt i iværksætterne</i>	21
<i>Øvrig branding</i>	23
<i>Handlepunkter</i>	23
5. Partnerskabsgruppe	24
<i>Deltagere</i>	24
<i>Handlepunkter</i>	24
Økonomi	25
Kilder:	26
Appendiks	27
<i>Data - hvem er iværksætterne</i>	27

Baggrund for pejlemærker til en iværksætterstrategi

Aalborg har et stærkt erhvervsliv med ca. 9.000 virksomheder. De er alle startet som iværksættervirksomheder. Iværksættervirksomheder er det vækstlag, som fremtidens erhvervsliv bygger på.

Iværksættere bidrager til innovation og fornyelse i byens erhvervsliv. Virksomheders gennemsnitlige levetid er faldende både internationalt og nationalt bl.a. som følge af stigende teknologisk udviklingstakt. I Aalborg betyder det, at samtidig med at 1000 nye virksomheder kommer til, lukkes 1000 virksomheder årligt. Vi er derfor afhængige af, at der kommer nye virksomheder til, hvis vi skal bevare og udvikle byens dynamik, innovation, økonomi og jobskabelse.

Aalborg har da også tradition for en solid og bred indsats på iværksætterområdet, og der er en bred vifte af aktører, iværksætermiljøer og initiativer i Aalborg.

De understøttende tiltag bidrager alle til et levende iværksætermiljø og til, at overlevelsesgraden blandt aalborgensiske iværksættere er blandt landets højeste. Samtidig gør mangfoldigheden af tiltag og aktører, at der er behov for overblik og koordinering. Der findes ikke i dag en fælles retning for iværksætterindsatsen i Aalborg – der er ikke en strategi, som alle relevante parter står sammen om. Der er heller ikke et fælles forum, set-up eller organisering omkring en fælles indsats.

Aktørerne omkring iværksætteri har hver især en egen strategi for deres virke, som vil spille ind i en fælles strategi. Naturligvis hverken kan eller skal en fælles strategi dække hver aktørers samlede indsatser for iværksætteri. En fælles strategi vil være afgrænset til at angive retning for en overlappende fællesmængde aktørerne imellem.

I Aalborg har vi på mange områder tradition for at indgå succesfulde partnerskaber mellem uddannelsesinstitutioner, privat erhvervsliv, kommune og andre erhvervsfremmeaktører. Vi har erfaring for, at hvis noget skal skabes, gøres det bedst lokalt og i fællesskab, så alle gode kræfter høres og byder ind.

BusinessAalborg har derfor hen over foråret været i dialog med iværksættere og aktører om, hvad de synes i forhold til, hvordan vi sammen skaber Danmarks bedste iværksætterby.

Dette arbejde har resulteret i dels konkrete pejlemærker til en fælles strategi og dels tydeligt vist, hvor kraftfuldt og nødvendigt, det er at mødes om den fælles mission. Et centralt pejlemærke er derfor etablering af en partnerskabsgruppe.

Dette papir skal derfor ses som et skridt på vejen mod en fælles strategi i et partnerskab omkring iværksætteri.

Aalborg er allerede godt på vej til at blive Danmarks bedste iværksætterby - det viser aktørers og iværksætteres store interesse og opbakning i forhold til møder, workshops etc.

TAK til de mange aktører og iværksættere, der har delt af deres tid, erfaringer og ideer!

Fælles indsats - forankring

For at sikre og understøtte en positiv udvikling, er det tid til at lægge en fælles retning for, hvordan vi ønsker at videreudvikle indsatsen for iværksætteri i Aalborg.

Iværksætterne er initiativrige og kan og vil selv rigtig meget. Der er derfor grænser for, hvor og hvor meget det offentlige og dermed BusinessAalborg skal "blande sig". Det offentliges indsatser for iværksættere skal ikke ske på private initiativers bekostning. Der er en hårfin balance mellem at understøtte initiativer hos iværksætterne og at kvæle dem. Kunsten er at facilitere og ikke overtage eller fortrænge initiativer hos iværksætterne.

Iværksætterne selv peger på dette dilemma – at man på den ene side ikke ønsker offentlig involvering og på den anden side f.eks. gerne vil have hjælp og tilskud til fysiske miljøer.

".. Desto mindre den offentlige forvaltning og især det politiske apparat blander sig, desto bedre er det. I skal sørge for at give os nogle gode rammer, bl.a. gennem erhvervsnetværk mm., og så overlade resten til os" (Iværksættersurvey, 2017)

Der skal være... "økonomisk støtte til de iværksætterfællesskaber, der bliver skabt af ildsjæle. Det er ikke nok med vejledning og revisorhjælp" (Iværksættersurvey, 2017)

For BusinessAalborgs vedkommende har man valgt, at der skal være særligt behov, som ikke opfyldes på anden vis, for at BusinessAalborg påtager sig opgaven.

Med det udgangspunkt har BusinessAalborg valgt at stille sig til rådighed som igangsætter og tovholder for de gode kræfter omkring iværksætterindsatserne i arbejdet mod en fælles strategi.

Aktørerne og iværksætterne ved "hvor skoen trykker" og BusinessAalborg har derfor spurgt dem om deres input til:

- Hvordan bliver det nemmere at være iværksætter i Aalborg?
- Hvordan øger vi chancen for overlevelse?
- Er der noget eksisterende, der kan gøres bedre?
- Er der noget, der mangler i bredden eller dybden?

Dette er sket ved arrangementer, workshops, møder og spørgeskemaundersøgelser hen over foråret 2017.

BusinessAalborg afholdt i februar et samlende arrangement for aktører inden for iværksætteri i Aalborg. Aktørerne gav her med stort engagement bud på, hvordan vi i fællesskab gør Aalborg til Danmarks bedste iværksætterby.



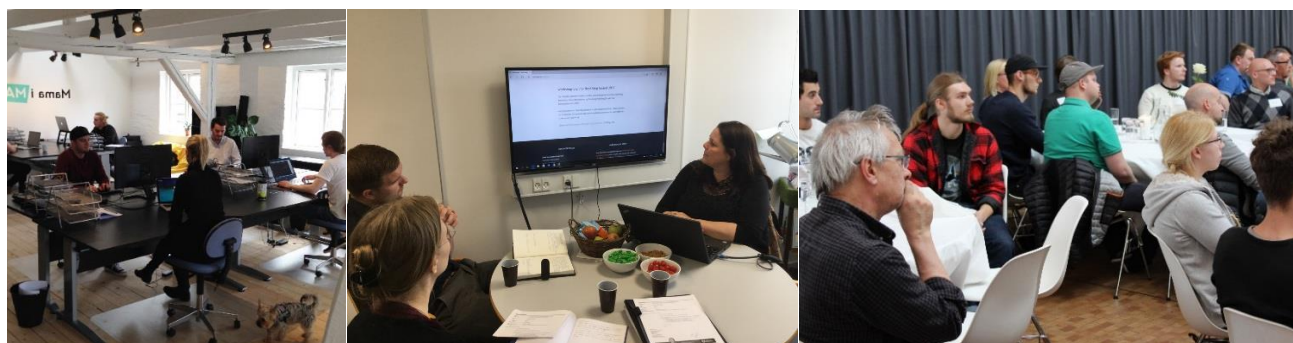
KUPPELSALSMØDE MED AKTØRER 7. MARTS 2017

Der er efterfølgende udsendt spørgeskema til 1770 iværksættere/ potentielle iværksættere og her svarede 171 personer helt eller delvist. Det er herfra, citaterne i dette papir stammer.



Der har også været besøgsrundtur til iværksætermiljøer og centrale aktører, herunder uddannelsesinstitutioner, Væksthus Nordjylland og Uddannelsesrådet.

Senest er der i maj afholdt arrangement for iværksættere med workshops til afklaring af, hvordan vi i fællesskab gør Aalborg til Danmarks bedste iværksætterby.



MØDER, ARRANGEMENTER OG WORKSHOPS MED IVÆRKSÆTTERE OG AKTØRER I MARTS, APRIL OG MAJ 2017

Der er i Aalborg mange relevante aktører og iværksættere, og BusinessAalborg har forsøgt at nå så bredt ud som muligt i processen.

Input fra spørgeskemaundersøgelsen, alle arrangementerne og møderne danner baggrund for identificering af pejlemærker for den fremtidige iværksætterstrategi i Aalborg.

Inden vi kommer til pejlemærkerne kan det dog være væsentligt at danne sig et overblik over, hvem iværksætterne og aktørerne er.

Hvem er iværksætterne?

I Aalborg etableres årligt ca. 1.000 nye virksomheder. 60% af de nystartede virksomheder er stadig i drift efter tre år. Dette er noget højere end landsgennemsnittet, som er på ca. 50%.

Af de overlevede virksomheder i Aalborg efter 3 år er der omkring 5%, der kan betragtes som virksomheder med høj vækst.



Iværksætterne starter typisk virksomhed inden for følgende brancher:

1. Handel (22%)
2. Vidensservice (20%)
3. IT og kommunikation (9%)
4. Hotel og restaurant (8%)
5. Bygge og anlæg (6%)

BusinessAalborg er i kontakt med ca. 600 potentielle iværksættere / iværksættere hvert år og kender dermed til deres profiler. De iværksættere er karakteriserede ved, at:

- 38 % er mellem 20 og 29 år
 - 61% er mænd
 - 59% har en mellemlang eller lang videregående uddannelse
 - 46% er lønmodtagere, før de bliver iværksættere, 19% er arbejdsløse, 15% har allerede en eller flere virksomheder
 - 19 % kommer fra andet land i Europa, mens 9% kommer fra øvrige lande uden for Europa.
- (BusinessAalborg, 2017)

For yderligere data om hvem iværksætterne er, henvises til appendiks: "Data - hvem er iværksætterne"

Typer af iværksættere og indsatsbehov

Iværksætterne er præget af stor forskellighed, og det kan derfor være vanskeligt at danne sig overblik over, hvem de er. Annemarie Østergaard har lavet bud på et sådan overblik. Hun er tidligere erhvervschef på Mors, er uddannet psykolog og har en Ph.d. i iværksætteri og har dermed både praktisk og teoretisk indblik i iværksættertyper. (Østergaard, 2017)

Vi bruger ordet iværksættere, mens hun skelner mellem entreprenører, selvstændige og ejerledere, som det ses af følgende figur:

Entrepreneurpersonlighederne				
Kategori	SELVSTÆNDIG	EJERLEDER	ENTREPRENEUR	
Typologi	Den selvstændige foretrækker rutiner og paralleljob for at opnå en balance mellem arbejde og fritid	Ejerlederen er kun lidt eller ikke innovativ men udpræget leder med interesse for forretning	Velfungerende	Potentiel
			Synnovator	Eventyrer
			Team Entrepreneur	Rebel

Hvis vi følger denne opdeling, bliver det klart, at selvom der særligt er medieomtale og generelt fokus på "entreprenørerne" er det vigtigt ikke at glemme de selvstændige og ejerlederne i indsatserne. F.eks. er mange nystartede håndværkere og mindre forretningsdrivende at finde i de to kategorier – iværksættere og erhverv, som er lige så vigtige for byen, borgerne og erhvervslivet som eksempelvis Tech-iværksættere.

Annemarie Østergaard opdeler iværksættere generelt på tværs i 3 grupper i forhold til overlevelse og succes og hun argumenterer for, at det særligt er "mellemgruppen" af iværksættere, en indsats kan nå med positiv effekt:

- Superiværksættere:** de har ikke tid til hjælp fra offentlige instanser. De kan selv/ finder selv ud af det og vokser.
- Mellemgruppen af iværksættere:** de kan påvirkes og hjælpes med støtte, rådgivning etc.
- Den "nederste" gruppe af iværksættere:** de bliver - uanset hjælp - aldrig rigtig til noget.

Udfordringen er, at man ikke på forhånd kan identificere, hvem der tilhører mellemgruppen.

Annemarie Østergaard har inden for entreprenørgruppen identificeret 4 forskellige "faktor-typer", som kan lede på vej i forhold til, hvordan netop gruppen af entreprenører bedst understøttes:

- "Synnovatoren"** (Navnet kommer af "synergi" og "innovation")
Typisk velfungerende. Synnovator iværksættere har gode kompetencer i forhold til innovation og ledelse. De er socialt anlagte og vil gerne teame op med andre. De har brug for let adgang til de rigtige mennesker og tilbud. De er gode til netværk, men vil gerne have serveret hurtige løsninger. De har brug for overblik, koordinering i forhold til, hvilke tilbud og personer, der har til rådighed. Alt, de foreslår er nyt, så støttesystemer generelt har vanskeligt ved at håndtere dem. Det er en meget individuel baseret indsats, der skal til for at hjælpe dem.
- "Team entreprenøren"**
Typisk velfungerende. Team entreprenøren kan hverken ledelse eller innovation. Tidligere blev opgaver som personalepleje, lagerstyring etc. klaret af ægtefællen – nu er det tit to personer med forskellig profil, der

temaer op sammen. Hvis de er heldige, så er den ene makker god til administration. For team-entreprenøren er det tit supportfunktionen, der mangler.

De er gode til at have det socialt godt, og sociale entreprenører vil ofte være at finde her. Måske er de ikke så gode til at tjene penge, da virksomheden bare skal kunne køre rundt. Har brug for overblik og hjælp til effektivisering. Kan blive vækstiværksættere.

3. "Rebellen"

Typisk "potentiel". Rebel iværksættere tror, at de ved det hele selv. De dummer sig gang på gang. Det eneste, de har respekt for, er andre iværksættere, som har bevist, de kan. Dem vil de gerne have som mentorer. Det, de kan, er at overleve. Hvis de har evner nok, kan de blive vækstiværksætter.

4. "Eventyreren"

Typisk "potentiel". Eventyr iværksætterne er flyvske og får hele tiden nye ideer. Løber hele tiden efter den nye bold, der bliver smidt på banen. De skal lære disciplin til at udføre ideerne. Det kan f.eks. være en leder af det fysiske miljø, - én som kommer forbi hver dag, som følger hårdt op på dem. De vil gerne have gode råd. De kan have mange virksomheder på en gang. De skal teame op med partnere, som kan gennemføre og lave kalender for dem.

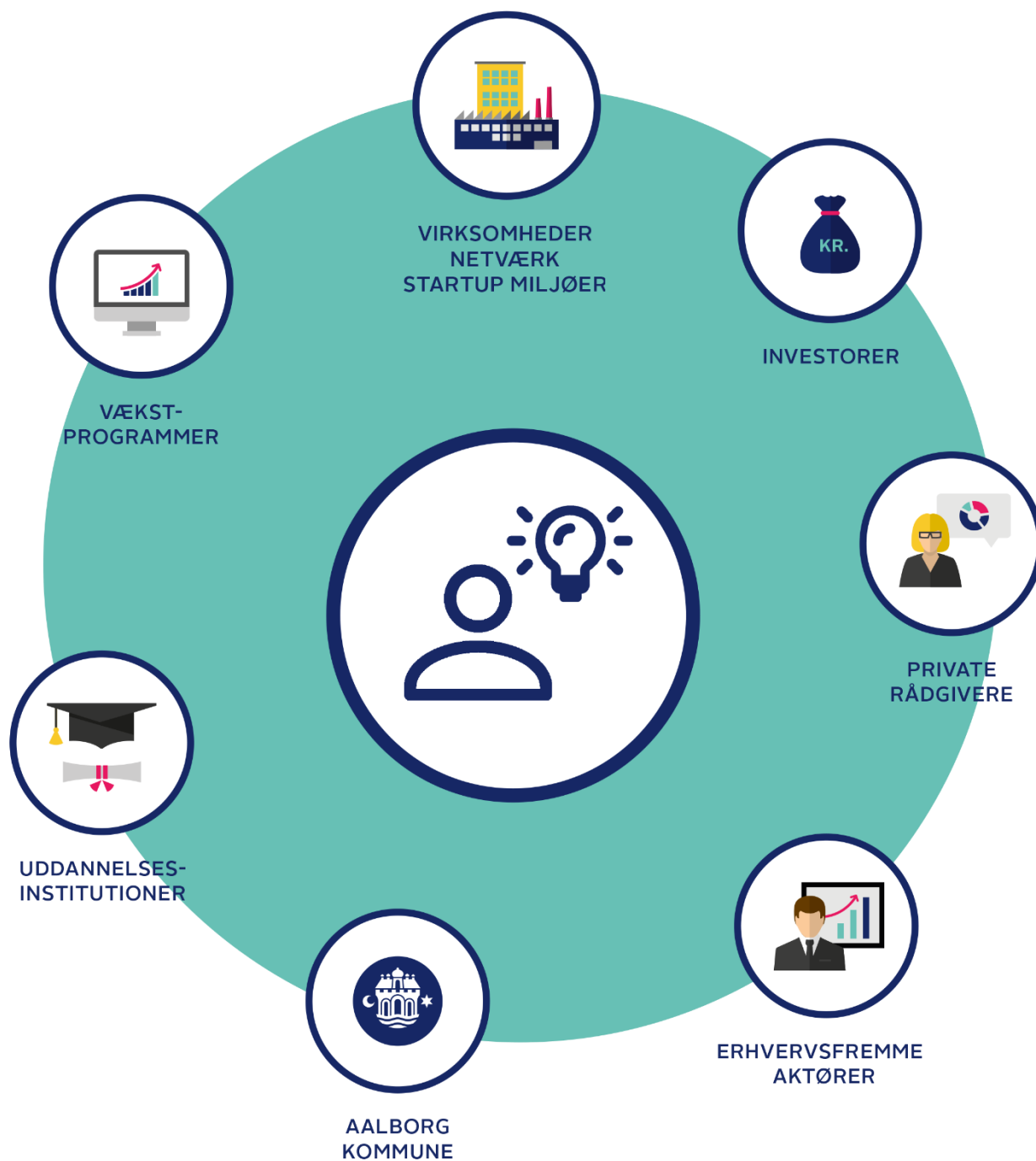
Her til kommer som før nævnt de to andre hovedgrupper: ejerledere og selvstændige, som hver især kan have særlige behov i forhold til tilbud.

Der er således en stor diversitet blandt iværksætterne. De har hver især stærke og svage sider, og ideelt set skal de behandles individuelt ud fra deres specifikke behov. Af ressourcemæssige årsager kan dette sjældent lade sig gøre fuldt ud, hverken ved private eller offentlige aktører. Typologiseringen er dog vigtig at have i tankerne, når der ses på, hvilke tilbud, der er til rådighed.

Aktører og indsatsen for iværksætterne

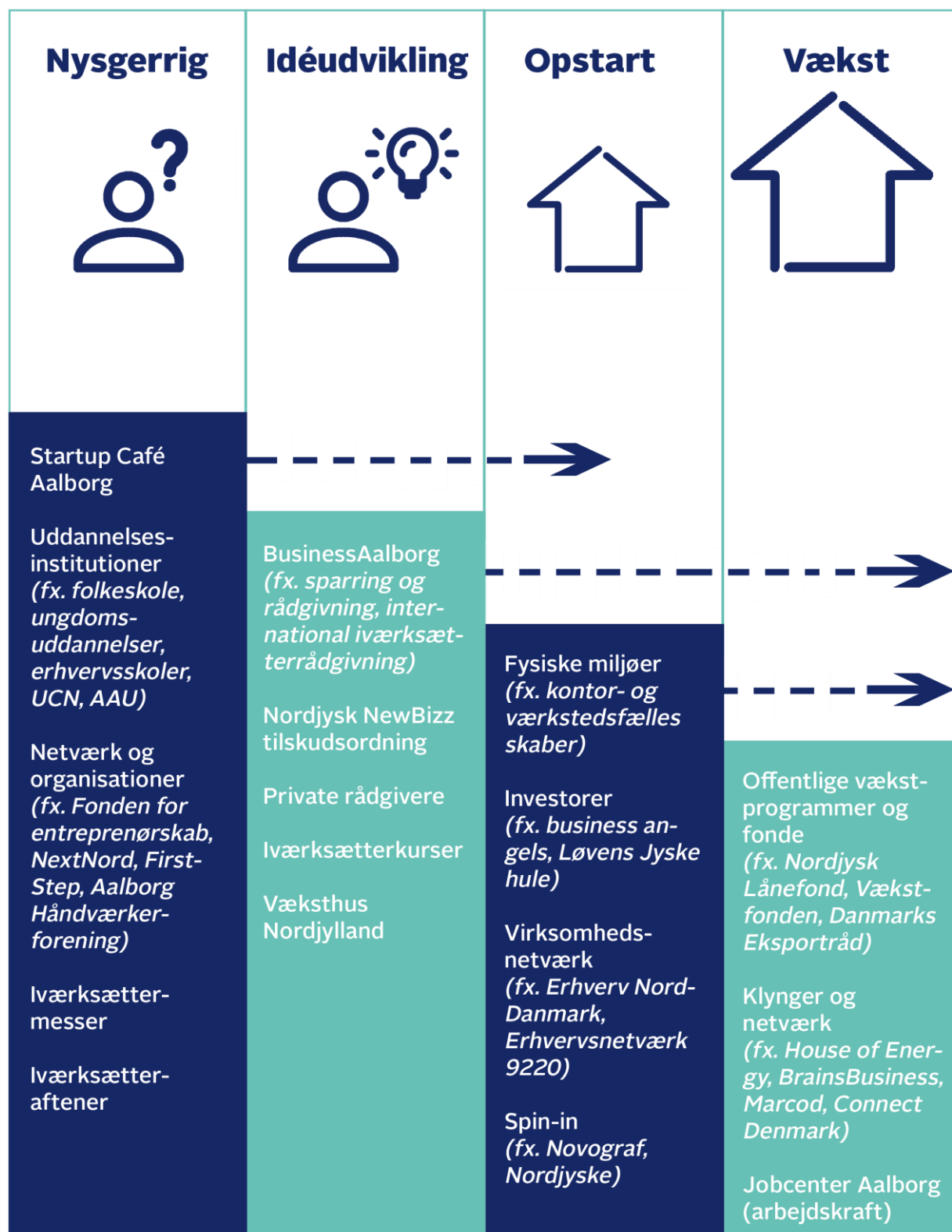
Iværksætterne er omgivet af en række aktører og indsats, der på forskellig vis kan yde hjælp, rådgivning og bistand.

Aktørerne kan inddeles i hovedgrupper, som det ses nedenfor.



Aktørernes tilbud til iværksætterne er målrettet forskellige faser, hvilket ses af nedenstående:

Faser og tilbud



Fem pejlemærker

Ved møder, workshops og spørgeskemaundersøgelse har iværksættere og aktører givet mange gode input til, hvordan vi bedst understøtter iværksætteri i Aalborg, så vi sikrer fortsat dynamik, innovation og jobskabelse til gavn for borgere og erhvervsliv.

På baggrund af aktørers og iværksætteres input, kan der identificeres fem pejlemærker for en iværksætterstrategi:

1. Overblik og koordinering af indsatser
2. Fysisk set-up og netværk
3. Vækstiværksættere
4. Branding
5. Partnerskabsgruppe

Pejlemærkerne rækker naturligt ind over hinanden og særligt Branding og Partnerskabsgruppe er tværgående.

Overblik og koordinering i forhold til iværksætteri indgår også i **Jobvækstpakken** som et initiativ, der skal undersøges og igangsættes: "... der er behov for overblik og koordinering, ligesom overgange mellem eksempelvis uddannelsesinstitutionernes iværksætttermiljøer og øvrige iværksætttermiljøer kan styrkes. Det foreslås derfor, at der etableres en koordinering af iværksætttermiljøerne, som samtidig kan fungere som en accelerator for iværksættervirksomhederne" (Vedtaget idekatalog til Jobvækstpakken, 2017). Jobvækstpakkens initiativ relaterer sig både til overblik og netværk, og vil blive behandlet under pejlemærket "Fysisk set-up og netværk".

1. Overblik og koordinering af indsatser

Hvordan gør vi det nemt at finde rundt i de mange eksisterende tilbud til iværksættere?

Mangfoldigheden af tiltag gør, at der er behov for overblik og koordinering – det er påpeget gentagne gange af aktører og iværksættere m.fl. Men hvordan opnås overblik?

Aktører og iværksættere peger på it-løsninger, hhv. hjemmeside, FB side, LinkedIn-side og App som mulige platforme for et overblik over tilbuddene. Det foreslås, at overblikket kan indeholde annoncering af arrangementer, netværksmuligheder og herunder kontor-/ værkstedsfællesskaber, evt. køb/ salg af ydelser, mentormuligheder etc.

Eksisterende løsninger

Der findes allerede forskellige forsøg på overblik, der dog ikke giver et samlet billede, og heller ikke indeholder alt det ønskede. Som eksempler på eksisterende forsøg på overblik kan nævnes:

- [Inno-overblik](#), som er en privat sponserfinansieret hjemmeside med det formål nationalt at skabe et forbedret overblik over tiltag og aktører
- [Aalborg Startup Community](#) er en tilsvarende lokalt baseret hjemmeside med det formål at skabe et samlet overblik over det lokale startup miljø. Udspringer af frivillige kræfter.

Ligeledes er der sider på Facebook, som annoncerer arrangementer etc. eksempelvis:

- <https://www.facebook.com/IvaerksaetterDNA>
- <https://www.facebook.com/KickstartAalborg/>

BusinessAalborg annoncerer arrangementer og konkrete tiltag på bl.a.

- <https://www.facebook.com/startupcafeaalborg/>
- ”Startup Aalborg” på LinkedIn – en gruppe for aktører omkring iværksætteri
- ”BusinessAalborg” på LinkedIn

Fra aktører og iværksættere peges på, at den bedste eksisterende løsning er Aalborg Startup Community’s hjemmeside, idet det er den side, der i størst omfang fungerer som en lokal samlende platform. Hvis der skal etableres en platform, som i tilstrækkelig grad rammer i dybde og bredde til at samle alle lokale aktiviteter etc., er løsningen også lokal. Aalborg Startup Community hjemmesiden kan være den sokkel, der kan bygges videre på.

Handlepunkter

Det anbefales derfor at

- Der arbejdes videre på at afdække mulighederne for et samarbejde med de private igangsættere bag Aalborg Startup Community med henblik på en løsning. BusinessAalborg er tovholder for drøftelserne og det videre arbejde.

2. Fysisk set-up og netværk

Hvordan skaber vi det bedste fysiske setup for iværksættere? Og hvad kræver det at skabe eftertragtede kontorfællesskaber og spin-in miljøer? Det har BusinessAalborg spurgt iværksætterne om, og et af svarene er:

"Ligesom der er 1000 forskellige personligheder er der også forskellige iværksættere og jeg tror det er forskelligt hvordan folk trives bedst (Iværksættersurvey, 2017)".

Når iværksættere fortæller om, hvad fysiske fællesskaber generelt handler om, peger de på fællesskab, sparring, inspiration og økonomiske fordele.

Ved iværksætterarrangementet i maj fremhævede iværksættere, at det kan være begrænsende kun at fokusere på klassiske fysiske fællesskaber – det handler om netværk i meget bredere forstand. Det kan være virtuelle fællesskaber, andre former for netværk, mentorskab, spin-in miljøer, grader af fysiske fællesskaber (1 gang om ugen/ hele tiden), platforme til deling af ydelser, et åbent værksted med 3 D-printer etc.

De fysiske fællesskaber bliver dermed en del af en større drøftelse omkring netværk – netværk mellem iværksætterne selv og mellem iværksættere og etablerede virksomheder. Nedenfor gennemgås de enkelte delelementer.

Klassiske fysiske delemiljøer mellem iværksættere

Klassiske fysiske iværksætermiljøer består af flere iværksættere, der går sammen om at købe/ leje fysisk sted til deres virksomheder. Der eksisterer over 40 kontor-/ værkstedsfællesskaber for iværksættere i Aalborg. Nogle af dem udskiftes over tid.

Iværksættere og aktører peger på, at de fysiske fællesskaber er en fordel socialt, økonomisk og forretningsmæssigt, fordi et fysisk fællesskab giver mulighed for:

- Inspiration og sparring mellem iværksætterne
- Kolleger, hvilket gør dagligdagen mindre ensom og mere social
- Billig husleje, fordi den deles mellem flere
- At dele om værktøj, køkken, printer etc. og derved minimere driftsomkostninger
- At være mere tryk i rollen som iværksætter
- At købe/ sælge ydelser og varer til hinanden, give hinanden leads

Imidlertid ser iværksættere og aktører p.t. en række generelle udfordringer i forhold til fysiske miljøer, og de har følgende input:

- Centralt placerede kontorer/ værksteder har for høj husleje. Tomme butikker i midtbyen skal kunne lejes midlertidigt til billig husleje. For nogle iværksættere er Aalborg Øst langt væk, også selvom de ikke er afhængige af kunder, der kommer ind "fra gaden". Andre iværksættere peger på, at den fysiske placering er uden betydning, hvis man virkelig vil sin virksomhed:
"...you can work anywhere if you are passionate" (Iværksættersurvey, 2017)
- Skal fysiske miljøer være tværfaglige eller brancheorienterede? Nogle ser klare fordele ved at fysiske miljøer er tværfaglige, mens andre ser klare fordele ved at de er brancheorienterede.
- Der mangler værkstedsfaciliteter for iværksættere. De kreative iværksættere har brug for plads og det kan være vanskeligt at finde til rimelig pris. Der savnes åbne faciliteter med "dele-værktøjer". Særligt fri adgang til 3D printer af god kvalitet nævnes.
- Nye iværksættere har svært ved at orientere sig i forhold til fysiske miljøer. Det bør gøres mere synligt for nye iværksættere, hvilke miljøer, der findes.
- Det er i praksis nødvendigt med en ansvarlig for det enkelte miljø, så der er en, der skal påtage sig opgaven.

- Skal det offentlige "blande sig"? Nogle peger på, at det er nødvendigt med kommunalt tilskud / fuld finansiering til miljøer, mens andre mener, at det ikke er det offentliges opgave. Der fremhæves, at der kunne være en offentlig formidling/ koordinering i forhold til iværksættermiljøer.

Ud fra antallet af kontorfællesskaber at dømme, ser det ud til, at iværksætterne i stor udstrækning selv er i stand til at danne klassiske fysiske fællesskaber. På særlige punkter er der dog behov for indsats. Det gælder bl.a. overblik over de fysiske miljøer og adgang til værkstedsfaciliteter.

Spin-in miljøer – netværk med etablerede virksomheder

Der er også iværksættere, der er placeret fysisk i etablerede virksomheder – i det der kaldes spin-in miljøer. Virksomheder som eksempelvis Nordjyske og Novograf stiller fysisk arbejdsrum på virksomheden til rådighed for iværksættere. Ved denne model kan de tidligere nævnte fordele ved klassiske fysiske miljøer hæves til et højere niveau: sparring og inspiration nærmer sig mere mentorskab, de fysiske omgivelser er ofte mere veletablerede, indsalg og leads er af en anden kaliber end mellem iværksættere. En yderligere fordel ved spin-in miljøer er, at restkapacitet i den etablerede virksomhed kan udnyttes. Dette kan ske både som fysisk set-up med maskiner, der kan bruges, når virksomheden ikke selv har behov og som opgaveafløb etc.

"Jeg tror det hjælper iværksætterne mere at dele fysiske rammer med virksomheder, der har nogle år på bagen. På den måde har man muligheden for at sparre med nogle, der er nået ud over iværksætterfasen, og som måske har et lidt mindre selvfyldt syn på det at være iværksætter end mange iværksættere har". (Iværksættersurvey, 2017)

Udfordringen er at få flere virksomheder til at skabe rum for iværksættere i deres virksomheder. Spin-in miljøer på uddannelsesinstitutioner er også en mulighed, som iværksættere har foreslået.

Startup Café Aalborg

BusinessAalborg er vært for en Startup café, som har åbnet 1- 2 gange ugentligt. Her er der plads til at iværksættere mødes, til åben iværksætterrådgivning udbudt af BusinessAalborg, oplæg af relevans for iværksættere m.v. I en kortere periode har Startup caféen ikke haft et fysisk sted at være. Dette er blevet påtalt af flere iværksættere, som har savnet caféen og ser den som et væsentligt element i det fysiske set-up.

"Startup cafe har været suuuper fedt!.. God indgangsvinkel til også at få lavet et miljø, hvor det er nemt at udvide sit netværk og blive inspireret". (Iværksættersurvey, 2017)

Startup caféen har efter spørgeskemaundersøgelsen fundet midlertidig plads i International House. Ud fra iværksætternes tilbagemeldinger er der et solidt grundlag for at fortsætte caféen i de fysiske rammer, der måtte være tilgængelige. Der kan overvejes at indgå samarbejde om, at caféen fysisk er på rundtur i de fysiske iværksættermiljøer.

I øvrigt er BusinessAalborg som erhvervskontor forpligtet til at afholde et mindre antal iværksættercafé-arrangementer, idet det indgår som led i Nordjysk New Bizz programmet 2016-2018.

Community manager

Aktører og iværksættere har fremhævet, at overgange mellem eksempelvis uddannelsesinstitutioners inkubatormiljøer og andre iværksætermiljøer kunne være bedre, og at synlighed omkring de muligheder, der er - og opdyrkning af nye, kunne være et indsatsområde.

I forbindelse med **Jobvækstpakken** er der afsat kommunale midler (kr. 500.000) til koordinering, mere vidensdeling mellem iværksættere og til at skabe rammer for synlige og tilgængelige overgange mellem forskellige iværksætermiljøer. Midlerne er givet under forudsætning af at NOVI medfinansierer kr. 500.000. Anvendelsen af de samlede midler har afventet identificering af pejlemærker til en strategi, og er derfor ikke endeligt fastlagt.

Der er i iværksætermiljøerne talt om, at det kunne være ønskeligt med en **Community manager** - en person, der koordinerer mellem og i miljøerne. Opgaverne kunne være formidling af ledige pladser i fysiske fællesskaber, netværksskabende i form af møder og arrangementer på tværs, opdyrkning af spin-in miljøer, tovholder på mentorer etc.

Hvis en Community manager via jobvækstpakken finansieres af offentlige midler, er det naturligvis vigtigt, at vedkommende servicerer alle iværksætermiljøer på tværs. Samtidig vil det være væsentligt, at vedkommende har let adgang til viden om tilbud og indsatser for iværksættere.

Iværksætterhus

Aktører foreslår etablering af et samlet "iværksætterhus" med tilbud til iværksættere – en slags "one-stop-shop". Et sådant hus vil kunne udgøre en base for Community manager, Startup Café, rådgivning m.v. Herved bliver der et naturligt fysisk udgangspunkt for aktiviteter. Samtidig kan bevidstheden om iværksætteri i Aalborg blive styrket via det fysiske fælles sted, og det bliver nemmere for potentielle iværksættere at vide, hvor man skal henvende sig.

Netværk i form af mentorer

Et punkt der fylder meget i aktørers og iværksætteres tilbagemeldinger er, at samarbejde med etablerede virksomheder med fordel kan udbygges. Flere pointerer, at etablerede virksomheder, uddannelsesinstitutioner etc. vil kunne gøre en stor forskel for iværksætterne i form af mentorskab, advisory boards, spin-in miljøer, investorer etc. Iværksætterne har brug for viden, sparring, hjælp og inspiration fra erfarne folk fra det etablerede erhvervsliv.

"Talented and experienced people! Those who started 20-30 companies and became millionaires. They can help young start-ups in the beginning, especially avoiding mistakes and succeed even though it is their 1st or maybe 2nd start-up" (Iværksættersurvey, 2017)

"Business developers are really needed who knows that how to make money from idea" (Iværksættersurvey, 2017)

Flere aktører har øje for dette. Bl.a. er UCN ved at gøre en indsats for at få mentorer til deres deltagere i inkubatormiljøer. UCN foreslår, at der samarbejdes om en fælles mentorpulje med mentorer fra erhvervslivet, herunder også forholdsvis unge virksomheder, som kan hjælpe de endnu ikke startede iværksættervirksomheder.

På samme måde foreslås fra flere aktørers side, at skabes en "mentor-trappe" i Aalborg, så iværksætterspirer på videregående uddannelser er mentorer for elever i ungdomsuddannelser, som så igen er mentorer for folkeskoleelever etc. På den måde kan der skabes et unikt samarbejde omkring iværksætteri i Aalborg.

Investorer

Iværksætterne fremhæver, at en barriere for at starte og drive egen virksomhed er kapital fremskaffelse/ finansiering. For at gøre det nemmere at være iværksætter foreslås, at der bliver nemmere adgang til investorer. P.t. driver BusinessAalborg i samarbejde med Jysk Pension og Momentum investornetværket "Løvens Jyske Hule" som består af driftige personer fra det etablerede erhvervsliv, som er villige til at investere i gode ideer og levedygtige iværksættervirksomheder. Iværksætterne foreslår en bredere skare af investorer, både i high-scale og low-scale:

" More private investment is needed. I think, you need to tell common people to invest on technology. It is not necessary that only millionaire can invest. Startups do not need lot of money. " (Iværksættersurvey, 2017)

"Netværk med investorer. Løvens jyske Hule er ok, men gerne osse uformelt netværk, hvor man som iværksætter kan mingle med investorer" (Iværksættersurvey, 2017)

Aktører deler opmærksomheden i forhold til vigtigheden af tilgængelig finansiering. Samtidig bemærker aktørerne, at iværksætterne ofte befinder sig i et dilemma i forhold til, at de, for at opnå finansiering fra private, skal dele deres forretningside. Iværksætterne frygter, at andre stjæler deres forretningsideer. Man kan i visse sammenhænge bruge tavshedspligtserklæringer og lignende, mens det i andre sammenhænge må betragtes som en præmis, at forretningsideen deles åbent. Samtidig er iværksætterne ikke altid parate til at sælge dele af deres virksomhed.

Her ud over er nye finansieringsformer opstået og har udvidet investorbegrebet, eksempelvis:

- Donationsbaseret crowdfunding (ofte etisk/branding udbytte - intet økonomisk udbytte for giveren)
- Reward baseret crowdfunding (køber forudbestiller og forudbetaler produkt og får særlige fordele)
- Lånebaseret crowdfunding (en slags mikrolån, långivers udbytte er evt. renteindtægt)
- Aktiebaseret crowdfunding (investorer køber en del af firmaet, investors udbytte er evt. firmaafkast)

De nye finansieringsformer har i flere europæiske byer ført til særlige finansieringsportaler, hvor iværksættere og investorer kan mødes. Iværksætterne kan her søge efter investorer efter den finansieringsmodel, de ønsker – både blandt private og blandt det etablerede erhvervsliv. En samlet finansieringsportal letter den markedsføringsmæssige opgave, det ellers er for den enkelte iværksætter at opsøge funding - samtidig med at den skaber interesse og fællesskab omkring byens iværksættervirksomheder. En lignende model kunne søges opbygget i Aalborg – evt. med udgangspunkt i den overblik-platform, der er omtalt under pejlemærket Overblik.

" Vi mangler hjælp til at møde investorerne, og hvordan man griber det at finde funding an" (Iværksættersurvey, 2017)

Handlepunkter

Samlet set anbefales det i forhold til fysisk set-up og netværk at

- Der arbejdes videre på en model for koordinering, der indeholder ansættelse af en fælles Community manager, som skal styrke koordinering og overgange i og mellem miljøer samt opdyrke nye spin-in miljøer m.v.
- Iværksættere og virksomheder står fortsat i videst muligt omfang selv for oprettelse af miljøer, herunder finansiering heraf
- Aalborg kommune har frem over øje for kommunale midlertidigt ubenyttede lokaler, som kan anvendes til iværksætermiljøer. Der er særlig opmærksomhed på muligheder for de pladskrævende iværksættere, som har brug for værkstedsfaciliteter

- Der skal samarbejdes om skabelse af mentorkorps til iværksættere og mentortrappe mellem uddannelsesinstitutioner og øvrige aktører.
- Startup Caféen fortsætter med BusinessAalborg som tovholder og mulighed for evt. rundtur i fysiske miljøer drøftes
- Muligheder for oprettelse af en lokalt forankret finansieringsportal for iværksættere i Aalborg undersøges
- Mulighed for etablering af et iværksætterhus som base for evt. Community manager, Startup Café, rådgivning m.v. undersøges.

3. Vækst-iværksættere

Hvordan skaber vi de bedste vilkår for vækst-iværksættere? Og hvordan kan vi skubbe til væksten i de nyetablerede virksomheder?

Store virksomheder skaber økonomi og arbejdspladser til byen – derfor er det vigtigt at se på, hvordan vi får flere vækst-iværksættere.

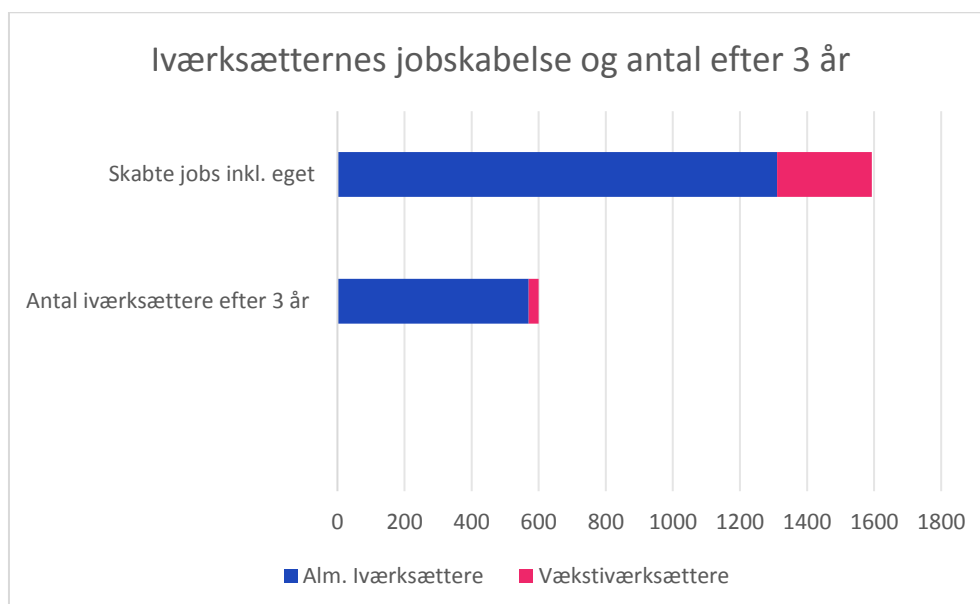
Iværksætternes jobskabelse

Når der ses på vigtigheden af vækstiværksættere, tales der ofte om deres jobskabelse, idet der bidrager til samfundets økonomi.

Tidligere undersøgelser (BusinessAalborg, 2013) viser, at 62 % af nye virksomheder, som etableres, er i live efter 3 år. Efter 3 år har en overlevet, almindelig, iværksættervirksomhed skabt 1,3 fuldtidsstilling ud over iværksætterens egen stilling, og vækst-iværksættervirksomheder har i gennemsnit skabt 8,4 fuldtidsstillinger ud over iværksætterens egen stilling.

Der er en forholdsvis lille andel af iværksætterne, der efter 3 år kan betragtes som vækstiværksættere: efter 3 år er der ca. 30 vækstiværksættere ud af de overlevede 600. Det tager dog ofte længere tid end 3 år at komme i kategorien vækstiværksættere, og tallene for antal og jobskabelse vil normalt være højere set over længere tid. Generelt tales først om vækstiværksættere, når en virksomhed efter 5 år har en omsætning på minimum 5 mio. kr. og har minimum 5 ansatte.

De data, vi har til rådighed rækker imidlertid kun over 3 år. Vækstiværksætternes jobskabelse er i faktiske tal forholdsvis beskeden efter 3 år, mens den procentuelle jobskabelse for vækstiværksætterne naturligvis er større end for de almindelige iværksættere.



Gode indsatser fra start

Både "almindelige" iværksættere og vækstiværksættere skal serviceres i iværksætterindsatserne. Vækstiværksættere udgør en lille del af iværksætterne (5%) – og bidrager på kort sigt forholdsvis beskeden til jobskabelsen. Samtidig viser prognoser, at arbejdsmarkedet ændres til i højere grad at bestå af mindre firmaer og freelance konsulenter / udbydere af tjenesteydelser end af traditionelle større lønmodtagervirksomheder. Udviklingen går således i retning af flere

selvstændige og mindre firmaer. Regionale og statslige erhvervsfremmesystemer og tilhørende vækstprogrammer har tendens til over tid at fokusere på højere og højere vækst i virksomheder. Samlet set kan det derfor være relevant at drøfte, hvor stor en andel af lokale ressourcer og indsatser, der skal fokuseres særskilt på vækstiværksættere.

Undersøgelser viser, at lokal iværksætterrådgivning øger overlevelsen og sandsynligheden for at opnå vækst. (BusinessAalborg, 2013). En øget indsats for iværksættere vurderes derfor at kunne øge antallet af iværksættere, øge andelen af overlevende virksomheder og dermed bidrage med jobskabelse i form af både job til iværksætterne selv samt til medarbejdere ansat i de etablerede virksomheder.

Andre undersøgelser antyder, at vækstiværksættere (også kaldet superiværksættere) ikke har særlig behov for/ udbytte af hjælp – de kan og vil selv. (Østergaard, 2017) (Evaluering af Vækst Iværksætter Programmet, 2013)

Noget tyder altså på, at den vigtigste indsats, der kan gøres lokalt for vækstiværksættere, er den indsats, der sker, når virksomheden starter op. Dvs. at aktørerne gør det rigtige fra start. Flere iværksættere og aktører peger på, at de bedste betingelser for vækstiværksættere skabes ved, at indsatserne tilrettelægges rigtigt fra start.

" En solid start, (..), altså et godt afsæt" (Iværksættersurvey, 2017)

" Answer the basic questions of entrepreneurship" (Iværksættersurvey, 2017)

Hvor lang starten er, er individuelt, og det kan derfor være fornuftigt fra BusinessAalborgs side at formalisere en opfølgning hvert år de første par år af virksomheders levetid:

" Tror man skal følge op på de virksomheder dem har modtaget iværksætterrådgivning efter måske 6 måneder og høre hvordan det går, og eventuelle problemer de måtte have" (Iværksættersurvey, 2017)

Den formaliserede opfølgning kunne bl.a. tage udgangspunkt i evt. behov for medarbejdere og orientering om mulighederne. Jobcenter Aalborg vil kunne være behjælpelig med rekruttering på almindelige eller særlige vilkår – alt efter den medarbejder, der søges.

" Udbyder kurser i processen bag at ansætte en medarbejder - løn, pension, forsikringer, virksomhedsform - Giv enmandsvirksomhederne overblikket over hvilken forandring det kræver af dem, så de kan tage stilling til den bedste strategi for deres virksomhed." (Iværksættersurvey, 2017)

Her ud over peges på konkrete forhold som mulighed for at tilbud til iværksættere er tilgængelige om aftenen samt de tidligere behandlede emner funding, netværk, mentorer og fysiske miljøer som afgørende i forhold til give de bedste betingelser for at iværksættere kan blive vækstiværksættere.

Samtidig påpeges, at der generelt i indsatserne skal være opmærksomhed på bredden af iværksættere:

"Husk at iværksættere er ikke kun dem som kommer fra universitetet og arbejder med Facebook - der er mange andre grupperinger - f.eks. handel" (Iværksættersurvey, 2017)

" ved at udvide jeres repertoire, så i kommer ud og rammer nogle flere brancher, som for. eks. håndværker verdenen. " (Iværksættersurvey, 2017)

Handlepunkter

- Drøftelse af, hvor stor en andel af indsatsområdet, der skal gå decideret til vækstiværksættere
- Gøre det rigtige fra start – dvs. gennemføre øvrige pejlemærkers handlepunkter
- BusinessAalborg vil følge op på iværksættervirksomheder med fast interval, og derved understøtte virksomheden i vejen mod evt. vækst. Der samarbejdes med Jobcenteret i forhold til rekrutteringshjælp til iværksætterne
- Aktørerne og særligt BusinessAalborg er opmærksomme på bredden af iværksættere – at iværksættere også er håndværkere, handlende etc. Indsatserne, herunder branding etc., skal være tilrettet også de grupper.

4. Branding

Hvordan synliggør vi sammen Aalborg som Danmarks bedste iværksætterby?

Vores fælles mission er at gøre vilkårene for iværksættere endnu bedre i Aalborg. Målet er, at Aalborg bliver kendt for og identificeret sig med at være Danmarks bedste iværksætterby.

Målgruppen for branding inden for geografien Aalborg kommune er:

1. Borgere generelt (identificering af egen by som en levende erhvervsby med stor imødekommenhed over for innovation)
2. Potentielle iværksættere i A, (som skal gives mod og lyst til at være iværksættere)
3. Iværksættere (informere om tilbud, give fællesskab og hylde)
4. Virksomheder (rette deres opmærksomhed på iværksættere, gøre det attraktivt at være virksomhed i Aalborg)

Rent indholdsmæssigt fremhæver iværksættere og aktører, at der mangler synliggørelse af iværksættere og de tilbud, der er til dem.

"Jeg vidste faktisk slet ikke man kunne få nogle rådgivnings timer. Det var igennem en bekendt jeg hørte om det. Så tænker der skal større synlighed til. Mange googler jo bare.... Iværksætter støtte, hjælp til opstart af egen virksomhed og lign. Så I skal måske være mere synlige på nettet....?" (Iværksættersurvey, 2017)

"Jeg føler at det allerede fungerer rigtig godt med iværksætter hjælp og at der er mange muligheder. Jeg tror dog at I skal gøre mere opmærksomme på det, jeg vidste fx ikke at man kunne få billig hjælp hos revisorer og advokater ved at gå til Business Aalborg, før revisoren gjorde mig opmærksom på det." (Iværksættersurvey, 2017)

"Brug eksemplets magt" "Succesfortællinger fra iværksættere, der er i gang" (Iværksættersurvey, 2017)

"Formidle de gode historier, fortæl hvordan har Aalborg Kommune hjulpet til vækst, brug sociale medier til at vise det med billeder, videoer, skab en god kampagne". (Iværksættersurvey, 2017)

Udgangspunkt i iværksætterne

Aktører og iværksættere fremhæver, at den bedste branding er ved handling – at være den bedst iværksætterby via de tilbud og aktiviteter, der sættes i værk.

" Skab nu rammerne først, og så kommer succeshistorierne." (Iværksættersurvey, 2017)

Samtidig fremhæves, at de mest troværdige til at fortælle den historie er iværksættere selv.

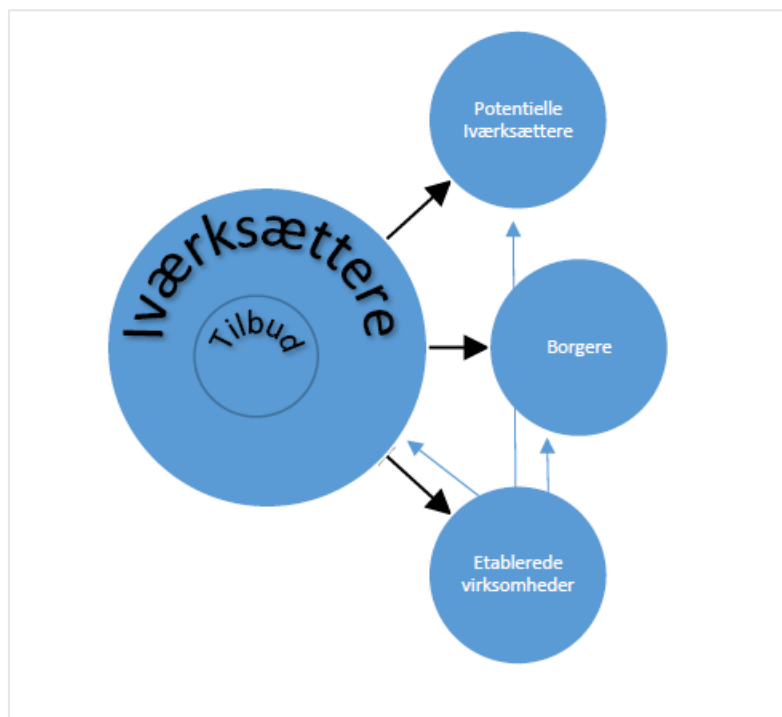
" Hvorfor ikke lave events hvor man hylder disse iværksættere og siger dem tak for at de er med til at udvikle Aalborg og takker dem for at de er med til at skabe nye, spændende arbejdspladser? Reklamer på busskurene der siger "Tak Jan (...) fordi du er med til at skabe 20-30 studiejobs i Aalborg" eller noget i den retning." (Iværksættersurvey, 2017)

" Ved at vise det, fremdrag succeser krydr med de eksisterende tilbud til Iværksættere" (Iværksættersurvey, 2017)

Branding kan tage udgangspunkt i iværksætterne selv, som fortæller deres historier, markedsfører tilbud, de har benyttet sig af og hyldes generelt for at bidrage til et levende by- og erhvervsliv.

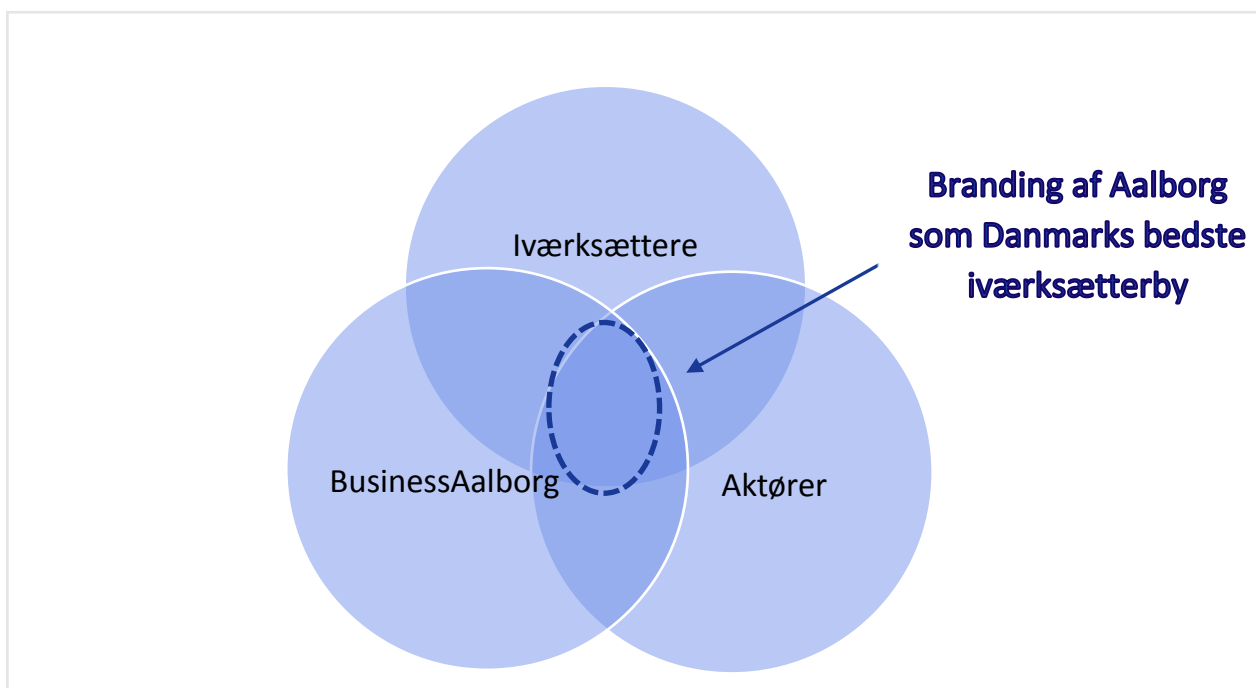
Etablerede virksomheder kan inddrages i branding med den vinkel, at deres virksomhed også startede som iværksætter virksomhed, at virksomheden brander sig med at hjælpe iværksættere i form af mentorskab, spin-in eller lignende, giver inspiration til iværksættere og potentielle iværksættere, samt bidrager til en fælles identifikation som Danmarks bedste iværksætterby.

Branding med udgangspunkt i iværksætterne



BusinessAalborg vil være et naturligt udgangspunkt for branding, men alle parter skal nødvendigvis tage del i den – for alle parter vil "Aalborg som Danmarks bedste iværksætterby" indgå som en del af deres egen branding. Uddannelsesinstitutioner og øvrige aktører kan med fordel inddrage branding af Aalborg som Danmarks bedste iværksætterby i branding af egne tiltag.

Iværksætteres og aktørers branding



Øvrig branding

Ud over at iværksætterne selv skal være talerør og omdrejningspunkt for branding, foreslår aktører og iværksættere konkrete initiativer.

Særligt foreslås branding via events i form af "Kom og få lavet en prototype gratis, årlig "indflytterfest" for nytilkomne virksomheder (både tilflyttede og nystartede) og at integrere branding på øvrige events i byen.

Af andre forslag kan nævnes, at

- Iværksætterne opfordres til selv at brande iværksætterbyen ved at dele aktiviteter og arrangementer på sociale medier.
- Brandingen kan også ske ved eksempelvis videointerview. Herigennem kan fysiske miljøer også vises frem.
- Ved tilmeldinger til arrangementer skal der sørges for, at deltagerlisten kan ses.
- Iværksætteri skal være synlig i bybilledet, via reklame på kommunens bygninger, ved buskure etc.
- Brande iværksætteri i Aalborg under fælles slogan (ex. "Start-up Aalborg")

Handlepunkter

- At branding tager udgangspunkt i iværksætterne som talerør og rollemodeller, og at der herigennem oplyses om offentlige tilbud til iværksættere
- At iværksætternes betydning for byen brandes via "Tak til.." kampagne
- At etablerede virksomheder bruges i branding som rollemodel for både andre etablerede virksomheder og for iværksættere/ potentielle iværksættere ("vi startede også som iværksættere" og "vi støtter iværksættere")
- At aktører, iværksættere og BusinessAalborg alle bidrager til branding
- At mulighederne for at skabe events, startende med "Kom og få lavet en prototype gratis", undersøges.

5. Partnerskabsgruppe

De møder og arrangementer, som BusinessAalborg har afholdt med aktører og iværksættere, har ud over konkrete input tydeliggjort et fællesskab og vist, at der hos alle parter er interesse og behov for sparring, koordinering og handling i et partnerskab omkring iværksætteri. Der er brug for at mødes for at udvikle indsatserne og koordinere på tværs – at få et fællesskab, hvor der kendes til og kan henvises til hinandens indsatser. Der skabes synergi ved, at man er hinandens ambassadører.

Pejlemærkerne skal udfoldes og udvikles, og der bliver behov for at samle repræsentanter for aktører og iværksættere i et handlingsorienteret forum. Det er derfor målet at få sammensat en partnerskabsgruppe, som kan udmønte pejlemærkerne i konkrete initiativer, og som kan fordele opgaverne mellem sig og sørge for deres udførelse.

Erhvervsrådets medlemmer repræsenterer væsentlige grupper i forhold til en iværksætterindsats (arbejdstager-organisationer, arbejdsgivere og uddannelsesinstitutioner) og vil derfor kunne udpege relevante deltagere (praktikere) til at deltage i partnerskabsgruppen sammen med Aalborg kommune og andre relevante aktører indenfor iværksætteri.

Samlingen af en partnerskabsgruppe skal ske i forståelse af, at det er **helt afgørende**, at indsatsen er forankret og nyder commitment fra de centrale aktører, hvis den samlede indsats skal lykkes.

Deltagere

Realiseringen af pejlemærkerne i en strategi og gennemførelsen af de konkrete initiativer er helt afhængig af, at deltagerne i partnerskabet er dedikerede og lægger kræfter og timer i arbejdet.

Partnergruppen skal fungere som et funktionelt partnerskab, der ud over generel sparring udmønter pejlemærkerne i konkrete initiativer. Det foreslås, at gruppen består af repræsentanter fra:

- Erhvervsrådets parter
- NOVI
- Aalborg Universitets innovationsenhed
- Tech College Aalborg
- UCN
- Aalborg Handelsskole
- Væksthus Nordjylland
- Aalborg kommune (BusinessAalborg, folkeskolernes erhvervsplaymaker)
- Start-up Community
- Fonden for entreprenørskab
- Next Nord
- Iværksætteri 9220 -Erhvervsnetværk 9220
- Ad-hoc: Iværksættere og repræsentanter for fysiske miljøer - Efter behov udpeges relevante iværksættere med særlig betydning for iværksætermiljøet, og som derfor kan indgå i udviklingen af den strategiske indsats.

Handlepunkter

Det foreslås, at

- BusinessAalborg er initiativtager på samling af en partnerskabsgruppe, og er vært ved første møde
- Gruppen påtager sig opgaverne i forhold til udførelse af initiativer

Økonomi

Der er i forbindelse med **jobvækstpakken** afsat 500.000 kr. til iværksætterinitiativ med henblik på at sikre jobvækst. Pengene er givet under forudsætning af, at NOVI medfinansierer kr. 500.000. Midlerne er særligt afsat til skabelse af overblik og koordinering, som samtidig kan fungere som en accelerator for iværksættervirksomhederne. Der er i pejlemærkerne peget på, at der kan ske ansættelse af en Community manager.

Her ud over er der **ikke** p.t. afsat midler til gennemførelse af nye iværksætterinitiativer. Udmøntningen af pejlemærker i konkrete initiativer er derfor afhængig af partnernes engagement.

Hele indsatsen omkring iværksætteri handler om at understøtte iværksætterne, så de får nemmere ved at etablere og drive deres virksomheder – at de har rammer og forudsætninger for at tjene penge, så de kan overleve og dermed bidrage til byens liv. Det har iværksætterne heldigvis mange ideer til:

Er der flere ideer til, hvordan Aalborg bliver Danmarks bedste iværksætterby?
En iværksætter med humor svarer:

”Ja, men det får I ikke gratis!”
(Iværksættersurvey, 2017)

Kilder:

BusinessAalborg. (2013). *Bedre Overblik*. Hentet fra

http://www.aalborg.dk/media/152913/BEDRE_Overblik_Temperaturen_paa_Aalborg_nr3-2013.pdf

BusinessAalborg. (2017). *Egen opgørelse for 2016-2017*.

Evaluering af Vækst Iværksætter Programmet. (2013). Hentet fra [http://www.rn.dk/Regional-](http://www.rn.dk/Regional-Udvikling/Vaekstforum/Initiativer/Evalueringer/Slutevalueringer/~media/Rn_dk/Regional%20Udvikling/Regional%20Udvikling%20sektion/V%C3%A6kstforum/Projekter/Projektevalueringer/Slutevaluering/VIP_slutevaluering_LBAnalyse.ashx)

[Udvikling/Vaekstforum/Initiativer/Evalueringer/Slutevalueringer/~media/Rn_dk/Regional%20Udvikling/Regional%20Udvikling%20sektion/V%C3%A6kstforum/Projekter/Projektevalueringer/Slutevaluering/VIP_slutevaluering_LBAnalyse.ashx](http://www.rn.dk/Regional-Udvikling/Vaekstforum/Initiativer/Evalueringer/Slutevalueringer/~media/Rn_dk/Regional%20Udvikling/Regional%20Udvikling%20sektion/V%C3%A6kstforum/Projekter/Projektevalueringer/Slutevaluering/VIP_slutevaluering_LBAnalyse.ashx)

Iværksættersurvey. (2017). *BusinessAalborg*.

Vedtaget idekatalog til Jobvækstpakken. (2017). Hentet fra

<http://edoc4:8080/GetFile.aspx?fileId=16330837&redirect=true>

Østergaard, A. (2017). *The Entrepreneurial Personalities*. Aalborg.: Aalborg University Press.

Møder og arrangementer:

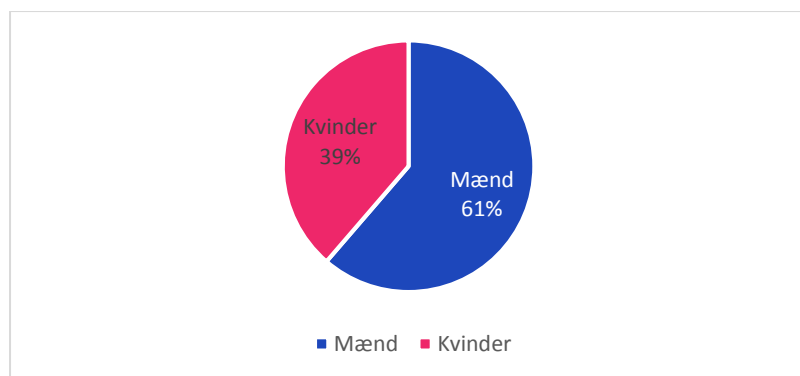
- Kuppelsalsmøde med workshops for aktører 7. marts 2017
- "Listen Louder"-arrangement med workshops for iværksættere 2. maj 2017
- Møder med aktører i marts, april og maj 2017 (*Væksthus Nordjylland, Uddannelsesrådet, UCN, AAU/SEA, Skoleforvaltningens Erhvervsplaymaker og aktørnetværk omkring overbliksportaler: Next Nord, Erhvervsnetværk 9220, Fonden for entreprenørskab, Kick-start Aalborg, Startup Community m.fl.*)
- Møder med fysiske miljøer i april og maj (*Byens Rum, Mama I made It, Black Box, Dream House, Syndikatet*)

Appendiks

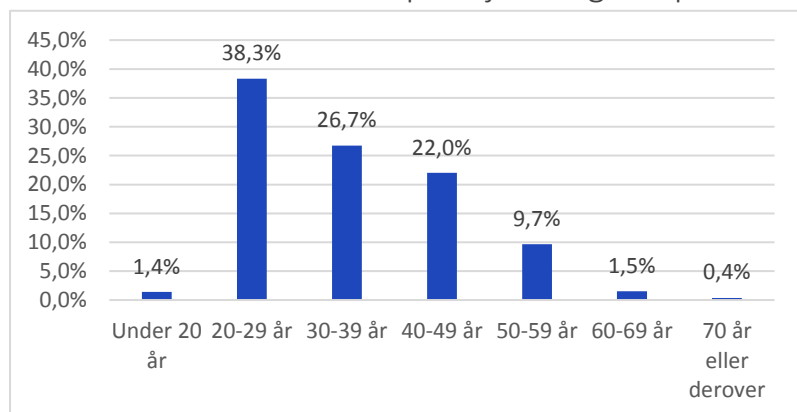
Data - hvem er iværksætterne

Dataene er fra BusinessAalborgs iværksætterrådgivning (ca. 600 iværksættere årligt) og opgjort for 2016-2017.

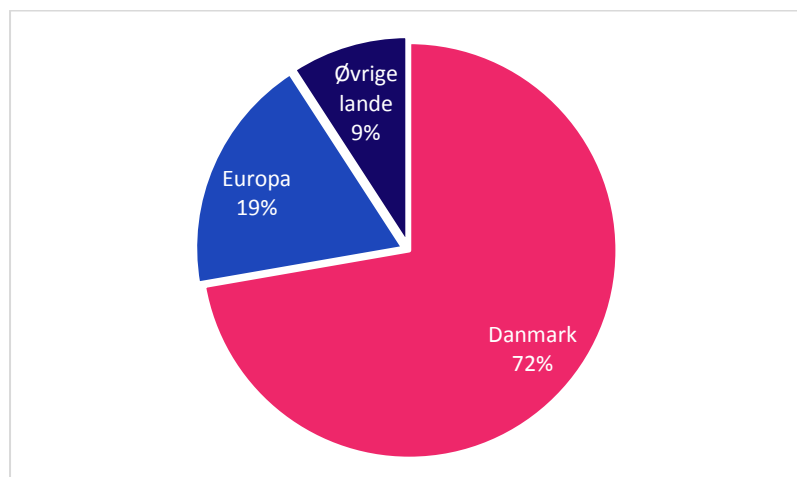
Køn



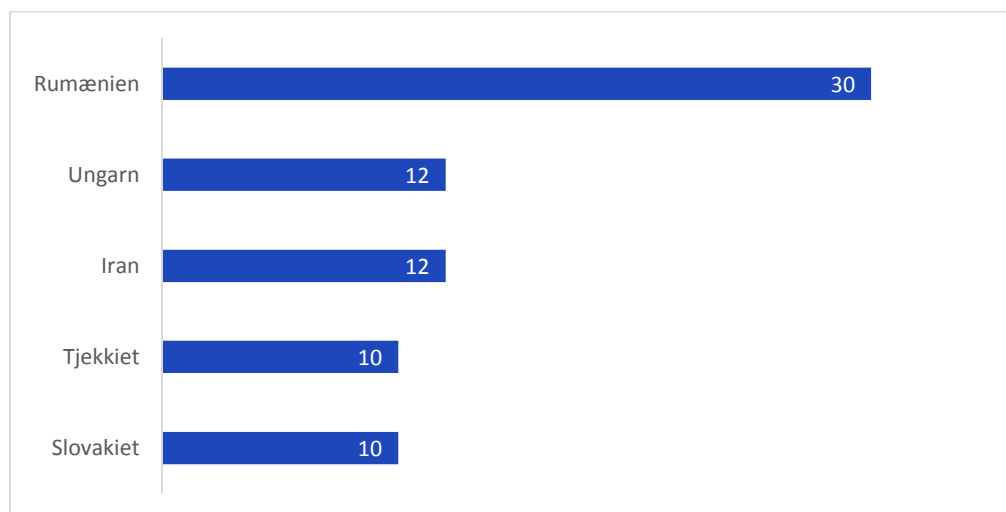
Iværksætterne efter alder på vejledningstidspunktet



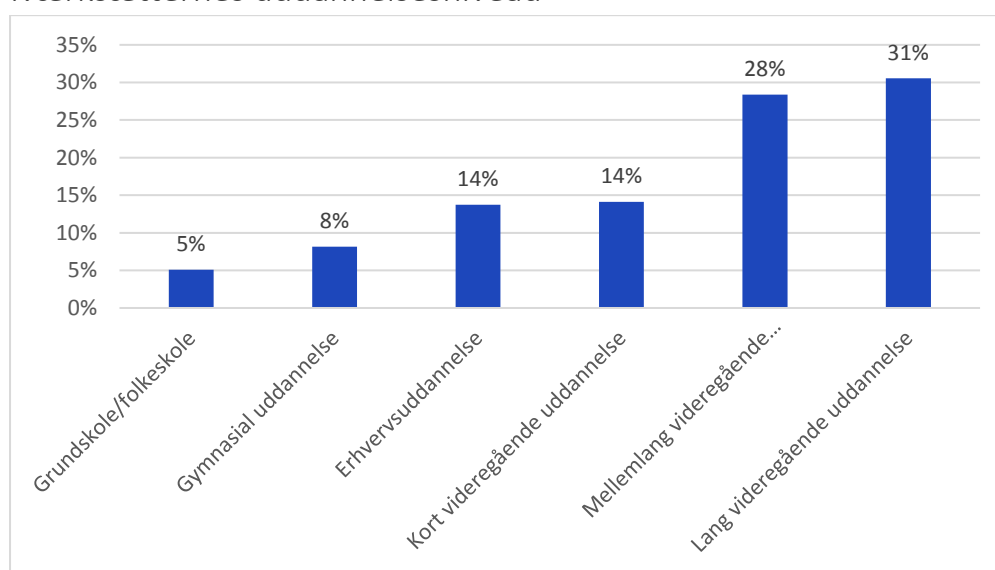
Hvor kommer iværksætterne fra?



Internationale iværksættere – top 5 nationalitet



Iværksætternes uddannelsesniveau



Iværksætternes beskæftigelse inden de blev iværksættere

