



Derfor er det problematisk, at portrætteringen af iværksætteri ofte domineres af den lille procentdel af succesfulde iværksættere. Selvfølgelig kan "almindelige" iværksættere lære meget af de meget succesfulde, men succes fortæller bare ikke hele historien og bør ikke omsættes direkte til opskrifter for fremtidige iværksættere.

Rollemodeller.

Lytter vi for meget til de succesfulde iværksættere?



KRONIK

Kim Klyver, professor, og Mette Søgaard Nielsen, lektor, Institut for Entreprenørskab og Relationsledelse, Syddansk Universitet, Kolding.

I Danmark har vi mange succesfulde og dygtige iværksættere. Ingen nævnt, ingen glemt. Mange af dem bruger en stor del af deres tid og energi på at bidrage til iværksætttermiljøet - de brænder for iværksætteri og ikke blot deres egen iværksætterrejse.

Det er prisværdigt og godt for dansk iværksætteri. Der lyttes også til dem. Spirende iværksættere lytter til dem. Politikere lytter til dem. Erhvervsorganisationer lytter til dem. Vi drages af deres historier, fordi vi tiltrækkes af succes. Men de er, hvad vi i forskningen kalder outliers; de er ualmindelige.

Vi har brug for mange forskellige typer rollemodeller. Men det er et problem, når de succesfulde iværksættere bliver andet end rollemodeller. Når deres erfaringer relativt ensidigt bliver opskriften for andre iværksættere og politikere - og ikke blot inspiration. Når politikere, "almindelige" iværksættere og erhvervsorganisationer kun lytter til de succesfulde iværksættere og deres erfaringer som hele eller delvise sandheder. Og det er desværre ofte tilfældet.

VI HAR DE seneste år fået mange indspark fra (succesfulde) iværksættere om, hvordan vi styrker dansk iværksætteri i diverse råd og paneler - eksempelvis fra Erhvervsministeriets iværksætterpanel, Dansk Erhvervs iværksætterpanel "Verdens bedste iværksætterland", og Dansk Industris "Iværksætter Advisory Board". Mange succesfulde iværksættere deltager i den offentlige debat om iværksætteri, holder oplæg, er mentorer og bidrager aktivt til det danske iværksætttermiljø.

Men faktum er, at succesfulde iværksættere hovedsageligt er eksperter i egne erfaringer og ikke nødvendigvis i iværksætteri generelt. Der opstår væsentlige fejlkilder, når de omsætter egne erfaringer fra konkrete situationer til et generelt budskab. Med al respekt for de succesfulde iværksættere, så fører det ofte til en unuanceret og potentiel fejlagtig indsigt. Der er mindst tre mulige fejlkilder.

DEN FØRSTE FEJLKILDE handler om det grundlag, de udtaler sig på. Når succesfulde iværksættere udtaler sig generelt med baggrund i egne erfaringer, er det baseret på en stikprøve på én - dem selv. Det kan dermed være meget svært - stort set umuligt - at identificere, hvad der reelt har skabt deres succes.

Hvis de forklarer succes med ellers rimelig almindelige tilgange - som eksempelvis en skalérbar forretningsmodel, et unikt produkt/service eller et stærkt team - er der stor risiko for, at det ikke reelt er det, som adskiller vinderen fra taberen. Måske er det nærmere blot nødvendige forudsætninger for overhovedet at være med i konkurrencen om at vinde. Det er utrolig svært selv at identificere de faktorer, der adskiller en som vinder fra taberne i en konkurrence. Men i forskningen har vi efterhånden ret gode indsigter i det - baseret på store stikprøver over lang tid.

DEN ANDEN FEJLKILDE er succesbias. Succesbias er, når man antager, at kilden til at forstå sandheden om iværksættersucces skal findes blandt netop succeserne. Når man blindt antager, at succeser fortæller sandheden, mens tidligere fiaskoer ikke tages med i betragtningerne.

Succesfulde iværksættere er sjældne. Groft estimeret overvejer cirka 340.000 af den danske voksne befolkning på et givet tidspunkt at starte virksomhed. Af dem er 102.000 faktisk i gang med at starte virksomhed. Ifølge Danmarks Statistik startes der omkring 30.000 nye virksomheder årligt, hvoraf cirka 80 procent er solo-selvstændige uden ansatte. Af de nystartede virksomheder bliver blot lidt over 200 højvækstvirksomheder.

Det er altså langt under en procent af voksne med intentioner om at starte virksomhed, som ender med at lave en højvækstvirksomhed. Det betyder, at de få supersuccesfulde er unikke cases; de adskiller sig simpelthen for meget fra den gennemsnitlige danske iværksætter til, at deres erfaringer kan overføres 1-1 til generel viden.

Derfor er det problematisk, at portrætteringen af iværksætteri ofte domineres af den lille procentdel af succesfulde iværksættere. Selvfølgelig kan "almindelige" iværksættere lære meget af de meget succesfulde, men succes fortæller bare ikke hele historien og bør ikke omsættes direkte til opskrifter for fremtidige iværksættere.

DEN TREDJE FEJLKILDE er, at vi underkender betydningen af held og tilfældigheder. Det er normalt, at vi forklarer fiaskoer med omstændighederne, altså uheld, mens succeser forklares med evner og indsats. Men held og tilfældigheder betyder altså mere, end vi lige tror.

Selvfølgelig spiller talent, passion, kreativitet, vedholdenhed osv. stadig en rolle, men der er også mange faktorer udenfor iværksætters kontrol, der gør held og tilfældigheder afgørende. Det kan være uforudsete begivenheder, konkurrenters strategier, udvikling eller måske konkurs. Forskningen i succes, ikke mindst i erhvervslivet, har gentagne gange vist,



Illustration: Gert Ejton

at held og tilfældigheder ofte spiller en afgørende rolle. Men disse tilfældigheder hører vi kun sjældent om i succeshistorierne.

De succesfulde iværksættere skal for alt i verden blive ved med deltage i og bidrage til debatten om iværksætteri. Deres fællesskabsånd og ønske om at skabe et entreprenant Danmark hjælper alle danskere henimod et bedre samfund både økonomisk, socialt og klimamæssigt.

Vores budskab henvender sig til alle de andre: dem som ikke er succesfulde iværksættere, men som ønsker at blive det, dem i eksempelvis inkubatorer, erhvervsorganisationer, ministerier, rådgivningsorganisationer og alle andre, der på anden vis arbejder med at skabe succesfulde iværksættere. Vores budskab henvender sig især til politikere og medier, som henholdsvis skaber rammer for og portrætterer dansk iværksætteri.

HVIS VI SKAL lære noget, skal interessen for de iværksættere, som ikke lykkes, være mindst lige så stor som for de, der lykkes. Vi skal studere fiasko og succes sammen. Når vi lytter til de få succesfulde, glemmer vi, hvor mange der fulgte den samme opskrift, gjorde det samme med de samme intentioner og i den samme industri, men alligevel ikke endte, hvor de ønskede. De fejlede. Derfor skal vi også sørge for, at det bliver mere legitimt at tale om fiaskoerne - ellers kan vores fremtidige iværksættere ikke lære det nødvendige.

Og så skal vi lytte til iværksætterforskningen. Den har større stikprøver, mindre succesbias, og den anerkender held og tilfældigheder. Vi lytter heller ikke kun til studerende, når universiteterne skal reformeres, eller til patienter, når sundhedssystemet skal forbedres.

Hvis vi for alvor vil udvikle dansk iværksætteri, skal vi udvide horisonten og lytte mere til de almindelige iværksættere, fiaskoerne og iværksætterforskningen.