



Opslagsværk

Et opslagsværk med tips og tricks til at starte egen virksomhed

Udarbejdet af Aarhus Universitet til AtLAS-projektet

PARTNERE I AtLAS

FH Joanneum

Amsterdam University of Applied Sciences

Aarhus University

Edinburgh Napier University

Università degli Studi di Torino

World University Service Austria

Olympic Committee Slovenia

This publication was co-funded by the European Union. Its contents are the sole responsibility of AtLAS and do not necessarily reflect the views of the European Union.

Indholdsfortegnelse

Entreprenørskab: Definitioner	5
Introduktion.....	8
Udvikling af start-up idéer	10
Lovgivning.....	27
Kend forskel på årsregnskab, skatteregnskab og momsregnskab	28
Overhold e-handelsloven, når du sælger via webshop, hjemmeside eller online markedsplads	31
Fakturering.....	33
Databeskyttelse (GDPR).....	34
Selskabsformer	37
Anpartsselskab (ApS)	37
Enkeltmandsvirksomhed.....	39
Aktieselskab	41
Skat & moms	44
SKAT	45
MOMS.....	47
Frister.....	48
Forsikringer.....	50
Arbejdsmiljø - kend dine pligter som virksomhedsejer med ansatte.....	51
Start-up finansiering.....	53
Introduktion.....	54
Finansiering med egenkapitalinvestering	56
Finansiering med fremmedkapital.....	58
Skatteordninger til finansiering	59
Få støtte via offentlige tilskudsordninger	60

Start-up infrastruktur	62
Et overblik	62
Skabeloner til din virksomhed	62
Instrumenter til start-up support	64
Bogføringsprogrammer	64
Budgetter: Overblik og skabeloner	66

Entreprenørskab: Definitioner

Start-up

Hvad er et start-up? Et start-up kan anskues som en virksomhed der er i en tidlig fase med at undersøge om en idé kan omsættes til en virksomhed der tjener penge. Dermed adskiller en startup sig fra mere etablerede virksomheder, som allerede har en omsætning.

Funding

Engelsk betegnelse for investering. Investeringer kan komme både fra private og offentlige aktører og kan gives mod fx at få ejerandele i virksomheden eller som lån. Men ikke alle typer funding er forbundet med at skulle give noget igen: I Danmark findes der fonde eller offentlige institutioner som yder tilskud eller støtte med såkaldte 'soft money'. Det betyder, at man som virksomhed kan modtage midler, uden at der kræves noget til gengæld (fx ejerandele eller renter). Dermed ikke sagt at pengene kan bruges på hvad som helst: Typisk vil der være krav til at penge bruges på en bestemt type udgifter (fx konsulenthjælp, forretningsudvikling, udgifter til at teste en prototype eller lignende).

Funding er nærmest blevet synonymt med start-ups, men det er vigtigt at understrege at funding ikke er en forudsætning for at kunne starte virksomhed. Det kan sagtens lade sig gøre at starte en virksomhed uden at modtage funding. Hvis du fx sælger dine timer som konsulent eller måske allerede har adgang til et værksted, som du kan låne af en bekendt, er det ikke sikkert, at du behøver store summer for at komme i gang med en ide. De fleste idéer kan komme langt uden investeringer og store ressourcer: Start i det små, bliv klogere, justér og lær undervejs. Så kan det være at der bliver behov for investeringer på sigt.

Forretningsmodel

En forretningsmodel beskriver byggestenene i en virksomhed. Hvordan hænger elementer i virksomheden sammen og hvordan kan de skabe værdi, som kunder er villige til at betale penge for? Forretningsmodeller skal hjælpe med at blive klogere på hvordan man kan etablere en virksomhed og det er særligt brugbart til at blive bedre til at formulere sig om sin virksomhed i

starten. Med andre ord: Har du en god forståelse for din forretningsmodel bliver det også nemmere at forklare hvad din virksomhed laver og på spørgsmål fra fx kunder, investorer eller blot almindelige nysgerrige bekendtskaber.

Der findes flere værktøjer som kan benyttes til at udvikle en forretningsmodel. En af de mest kendte er Business Model Canvas, som du vil stifte bekendtskab med i en særlig start-up udgave i AtLAS-programmet. Den består af én side med en række spørgsmål som skal afdækkes. Tilsammen danner dine svar en forretningsmodel.

En forretningsmodel er ikke noget man blot udfylder én gang – det er et dynamisk redskab som skal besøges flere gange og opdateres løbende efterhånden som man støder på nye indsigter eller udfordringer. Det gælder både små start-ups og store virksomheder.

Bæredygtig virksomhed

Den økonomiske bundlinje er naturligvis vigtig i en virksomhed. Uden indtjening, ingen virksomhed (i hvert fald på sigt). En virksomhed kan således være økonomisk bæredygtig, hvis den tjener nok penge til at ejeren og/eller ansatte kan fortsætte med at drive virksomheden. En virksomhed kunne eksempelvis være økonomisk bæredygtig når der tjenes nok penge til at kunne udbetale løn til kernepersonerne i virksomheden.

Udover den økonomiske bæredygtighed kan man også tale om social og miljømæssig bæredygtighed. De to begreber indeholder mange forskellige aspekter og disse kan variere på tværs af virksomheder. Generelt kan man sige, at den sociale bæredygtighed dækker over den menneskelige del af virksomheden: Trivslen på arbejdspladsen, arbejdsforholdene og det samfundsansvar en virksomhed fx kunne påtage sig osv. Den miljømæssige bæredygtighed dækker over virksomhedens ressourceforbrug og den effekt det kan have på miljøet: Udleder produktionen af produktet meget CO₂, kører man unødigt meget rundt, er materialerne nedbrydelige eller kan de genbruges osv.?

Der findes ikke en specifik grænseværdi for hvornår en virksomhed er bæredygtig. Bæredygtighed er noget, som alle virksomheder – store som små – kan arbejde med. Og flere og flere kunder efterspørger at virksomheder tager socialt og miljømæssigt ansvar.

En virksomheds produkt

Et produkt skal forstås bredt og dækker ikke kun over en fysisk ting som skal bygges. En virksomheds produkt kan også være immaterielt, digitale services, rådgivning eller lignende som ikke findes fysisk.

Kunder vs. brugere

Kunder er de aktører som betaler penge for det virksomheden tilbyder. En bruger er en aktør som anvender ens produkt uden nødvendigvis at betale for det. Fx kan andre virksomheder købe reklameplads på en platform som er gratis for brugerne.

Når man skal arbejde med en forretningsmodel, er det vigtigt at skelne mellem kunder og brugere, da deres viden og behov kan være vidt forskellige. Og det skal man naturligvis tage højde for.

Introduktion



Det følgende er et opslagsværk med henholdsvis gode råd til opstart af egen virksomhed indenfor områderne, ideudvikling, lovgivning og finansiering. Teksten er et øjebliksbillede på den aktuelle lovgivning, de aktuelle funding muligheder og de nuværende specifikke iværksættertilbud. Både lovgivning, finansieringsmuligheder og konkrete iværksættertilbud ændrer sig konstant eller ophører med at eksistere og nye opstår. Det er derfor vigtigt at du søger den nyeste viden på det specifikke tidspunkt du skal bruge den. Mange af de nævnte institutioner, der henvises til i guidebogen, opdaterer jævnligt deres websites, så hold dig orienteret her.

I begyndelsen af opslagsværket anvendes eksempler fra The Kitchen på Aarhus Universitet. The Kitchen er en inkubator for studerende og forskere på Aarhus Universitet, som her kan du få hjælp til at opstart og udvikling af iværksætter ideer og spinouts. For yderligere information om initiativerne og mulighederne i The Kitchen kan du holde dig opdateret på stedets Facebook-side eller website. Flere af The Kitchens tilbud er åbne for alle der ønsker at deltage, dog kræves tilmelding som oftest.

<https://thekitchen.io/>

<https://www.facebook.com/thekitchenau>

Er du ikke studerende eller ansat ved Aarhus Universitet, findes der også mange andre muligheder for at få hjælp i iværksætterøkosystemet. Det kommer vi ind på senere i opslagsværket her. Den første del af guidebogen er delvist et udtryk for de erfaringer der er opsamlet i The Kitchen, kombineret med velkendte metoder og modeller fra startupverdenen. Anden halvdel af guidebogen er beskrivelser af den gældende lovgivning og de fundingmuligheder der eksisterer i iværksætterøkosystemet i Danmark primo 2022.

Vi håber at du med dette opslagsværk i hånden, kan få svar på de spørgsmål der måtte opstå undervejs i din startup proces. God fornøjelse.

Udvikling af start-up idéer



Der er mange forskellige måder man kan ideudvikle en iværksætteridé. Nogle ønsker at udvikle produkter eller services, de oplever at mangle i deres egen hverdag. De tager altså udgangspunkt i dem selv, og de observationer og erfaringer de har gjort sig. Bestemte segmenter i befolkningen oplever måske de samme mangler, behov eller "disharmonier", som det ofte hedder i den mere teoretiske del af entreprenørskabs undervisningen. Et eksempel: Du går på et studie og oplever at du mangler et sted, du kan købe brugte studiebooks og du tænker "jeg er formentligt ikke den eneste, der har den oplevelse". Din egen oplevelse af at mangle et sted hvor du kan købe brugte books, danner grundlaget for den idé, du ønsker at arbejde med, som din startup idé. På den måde har vi i inkubationsmiljøet, set flere eksempler på netop ideen om en studieportal for brugte studiebooks eller en online portal for studiejobs. Men ideen og din egen erfaring med at mangle et specifikt produkt i din hverdag, er ikke nødvendigvis tilstrækkeligt benzin til at arbejde videre med ideen. Det er ikke sikkert du er motiveret af problemet/behovet som du har identificeret og netop motivation er en vigtig faktor i den tidlige ideudviklingsstadie, da det er dig, der skal bringe ideen til live. Det betyder *ikke*, at du er alene, men det betyder, at du skal gøre op med dig selv, hvorvidt du ønsker at lægge energien i din ide, selvom du ikke på forhånd kan vide, hvordan den udvikler sig. Det er med andre ord en investering af din tid, og sekundært også en økonomisk investering, fordi du kunne have brugt din tid i et lønmodtagerjob i stedet. Mange oplever en stor tilfredshed ved at arbejde på egen iværksætter idé, og det er også vigtigt at huske på, at det er dig, der får gevinsten, hvis du lykkes med at kommercialisere din idé. Derudover anser mange arbejdsgivere opstart af egen virksomhed, som en god erfaring, også selvom ideen måske ikke udviklede sig til det du ønskede. Du kan få hjælp til mange praktiske og konkrete spørgsmål i eksempelvis Erhvervshusene, inkubationsmiljøerne på uddannelsesinstitutionerne, og i forskellige netværksgrupper for iværksættere. Det kan være både branchespecifikke netværk, eller generelle netværk som ofte kan findes på sociale medier såsom Facebook og LinkedIn. Nogle netværksgrupper er gratis, andre betaler man for at være med i. Det er vigtigt at gøre op med dig selv, hvad du skal bruge dit netværk til. Måske ønsker du at møde mennesker med et større branchespecifikt kendskab end du selv, måske ønsker du relationer i affilierede brancher, eller måske ønsker du nogen at sparre med på et mere personligt plan? Her finder du nogle eksempler på netværk du kan melde dig ind i.

- Netværk for Iværksættere <https://ivn.dk/>

- Et online netværk for iværksættere <https://www.amino.dk/>
- Et netværk særligt for kvinder <https://ladiesfirst.dk/>

Hvis vi vender tilbage til ideudvikling, der baserer sig på identificering af et behov eller et problem, er det vigtigt at finde ud af hvorvidt din løsning/ide skaber værdi for andre end dig selv.

I det kommende afsnit vil vi komme ind på:

- Problem solution fit
- Value proposition Canvas
- Idégenerering gennem artikler
- Iterative processer i arbejdet med din idé

Problem-Solution fit

Problem-Solution fit handler om at finde ud af hvorvidt din idé/løsning passer til et reelt problem. Alle problemer har en løsning, men ikke alle løsninger har et problem. Det lyder måske kryptisk, men det vi ønsker at forebygge er blindvinkler, hvor du ender med at forelske dig i en ide, som kun du kan se pointen med. Hvis kun du kan se pointen, er sandsynligheden for at andre vil betale for ideen/produktet ikke ret stor og dermed er der heller ikke nogen forretning. Derfor er det vigtigt at undersøge sit marked, og finde ud af om man har et værditilbud som kunderne finder attraktivt. Mere om det i afsnittet Value proposition canvas.

Et tænkt eksempel: Det er ikke sikkert, at den specialdesignede ske til at dyppe sine cookies i mælk, nogensinde blev en kommerciel succes. Måske var det for besværligt at finde skeen frem i forhold til blot at bruge sine hænder. Der var med andre ord ikke et egentligt problem. Det samme gælder formentligt for den selvklæbende fjernbetjeningsholder til ansigtet. Alle kender selvfølgelig problemet med bortkomne fjernbetjeninger, men for de fleste vinderanfængeligheden og den manglende lyst til at blive til grin, over behovet for at have fjernbetjeningerne helt tæt til hovedet. De nævnte eksempler er illustrative og lette at forstå, men der findes lignende eksempler indenfor digitale produkter og services sektoren og fælles for dem er at de ikke forholder sig til et reelt problem, men snarere til løsningen/ produktet alene.



I dette afsnit finder du et canvas omhandlende dit Problem-Solution fit. På nogle punkter minder det om Business Model Canvas og Lean Canvas, som du blev introduceret til i modul 4 i MOOC-ugerne, du vil kunne genkende nogle af rubrikkerne. Canvas'et har også elementer fra MOM-

testen, markedsanalyse og antropologien tilmed. Problem-Solution fit handler om at researche markedet, kundernes nuværende adfærd samt at få et mere indgående kendskab til roden af det problem du arbejder med.

Problem og behov

Inden vi kaster os over Problem-Solution fit Canvas'et, bør vi forholde os til ordet "problem" i en entreprenantsammenhæng. Selvom vi bruger ordet problem, når vi arbejder med Problem-Solution fit-modellen, kan ordet af og til virke malplaceret i forhold til specifikke startup-ideer. For nogle er ordet problem associeret med udfordringer af et vist omfang og størrelse. Eksempelvis bruger vi ordet problem, når vi taler om arbejdsløshed, sygdom, tab, ensomhed, økonomiske problemer etc. Når vi taler om startup-ideer og det problem din ide kan løse, kan det i nogle sammenhænge opleves mere korrekt at kalde det et behov end et problem. Et eksempel: En person oplever et behov for at kunne gå på café tæt på sit hjem og vedkommende mener derfor, at der mangler en café i nærområdet. Dog er manglen på cafeer ikke nødvendigvis indbegrebet af et reelt *problem* i andres øjne. Behovet for at gå i biografen, for at blive underholdt eller for at få en oplevelse i Tivoli eksempelvis, er heller ikke det de fleste vil kategorisere som et problem, men snarere et socialt behov.

Introduktion af Problem-Solution fit canvas'et

Daria Nepriakhina er Innovationsfacilitator og ophavskvinde til Problem-Solution fit canvas'et, som er baseret på både Learn Canvas og UX (User Experiences design).

Problem-Solution fit canvas'et har blandt andet til hensigt at hjælpe dig med at forstå og identificere de mønstre, der ligger bag dine potentielle kunders adfærd. Canvas'et har også til hensigt at hjælpe iværksætteren med at samle observationer og evidens for problemet/behovet de arbejder med. Det første skridt er således at beskæftige sig indgående med problemet, inden du beslutter dig for den specifik løsning. Det betyder blandt andet, at du skal kaste et nysgerrigt og åbent blik på problemet, imens du lægger din egen idé på hylden, og indstiller dig på, at løsningen kan være en anden end den du forestiller dig, og måske allerede har forelsket dig i.

Problem-Solution fit canvas'et består af ni rubrikker ligesom det også er tilfældet med Lean Canvas og Business Model Canvas. Nogle af rubrikkerne er også overlappende fra LC og BMC'en, men adskiller sig på andre, hvor den i stedet er mere beslægtet med MOM-testen. Spørgsmålene til

hver rubrik i canvas'et kan researches ved hjælp af interviews, internet Google-søgninger samt indsigt i åbne data som er branchespecifikt relevante. Et eksempel på åbne, tilgængelige data er Aarhus Kommune i besiddelse af. På hjemmeside Opendata.dk, kan man søge efter data såsom hvor mange kontanthjælpsmodtagere, der er i Aarhus kommune, og det også muligt at søge på udvalgte data fra andre kommuner. <https://www.opendata.dk/>

Bibliotekerne råder også over flere forskellige databaser, og derudover eksisterer der også tilgængelige data som er indenfor rækkevidde via en simpel Google-søgning. Foruden Google-søgninger er MOM-tester også et glimrende værktøj i denne fase. Gennem MOM-testen kan man netop få indsigt i den adfærd, de overvejelser, følelser og incitamenter som kunderne har. MOM-testen er særlig brugbar, når du skal besvare følgende rubrikker i Problem-Solution fit canvas'et:

Nr. 3 "Triggers to act

Nr. 4 "Emotions"

Nr. 6 "Customer Limitations"

Nr.7 "Behavior"

Nr.9 "Problem root / cause"

Skabelon skal udfyldes trinvist med dine indkomne resultater af din research.

Hvis din løsning eller idé er særligt omkostningskrævende at udvikle, vil det være ekstra nødvendigt at bruge tid på at undersøge problemets omfang, problemets rod, samt hvilke løsninger, der allerede eksisterer på markedet. Det sidste kan også gøres ved at liste dine potentielle konkurrenter. Med en kvalificeret research og opsamling af data, bliver du mere egnet til at overbevise eventuelle investorer om problemets reelle omfang og dermed sandsynliggøre markedspotentialet.

Problem-Solution Fit canvas		Purpose / Vision		Version:	
Define CS, fit into CL	1. CUSTOMER SEGMENT(S) CS Who is your customer? eg. working parents of 0-5 y.o. kids	6. CUSTOMER LIMITATIONS CL EG. BUDGET, DEVICES What limits your customers to act when problem occurs? Spending power, budget, no cash in the pocket? Network connection? Available devices?	5. AVAILABLE SOLUTIONS AS PLUSES & MINUSES Which solutions are available to the customer when he/she is facing the problem? What had he/she tried in the past? Pluses & minuses?		
	2. PROBLEMS / PAINS + ITS FREQUENCY PR Which problem do you solve for your customer? There could be more than one, explore different sides. eg. existing solar solutions for private houses are not considered a good investment (1). How often does this problem occur?	9. PROBLEM ROOT / CAUSE RC What is the root of every problem from the list? eg. People think that solar panels are bad investment right now, because they are too expensive (1.1), and possible changes to the law might influence the return of investment significantly and diminish the benefits (1.2).	7. BEHAVIOR + ITS INTENSITY BE What does your customer do about / around / directly or indirectly related to the problem? eg. directly related: tries different "green energy" calculators in search for the best deal (1.1), usually chooses for 100% green provider (1.2). Indirectly related: volunteering work (Greenpeace etc) How often does this related behavior happen?		
Focus on PR, tap into BE, understand RC	3. TRIGGERS TO ACT TR What triggers customer to act? eg. seeing their neighbor installing solar panels (1.1), reading about innovative, more beautiful and efficient solution (1.2)	10. YOUR SOLUTION SL If you are working on existing business - write down existing solution first, fill in the canvas and check how much does it fit reality. If you are working on a new business proposition then keep it blank until you fill in the canvas and come up with a solution that fits within customer limitations, solves a problem and matches customer behaviour.	8. CHANNELS of BEHAVIOR CH ONLINE Extract channels from Behavior block OFFLINE Extract channels from Behavior block and use for customer development		
Identify strong TR & EM	4. EMOTIONS BEFORE / AFTER EM Which emotions do people feel before/after this problem is solved? Use it in your communication strategy. eg. frustration, blocking (can't afford it) > boost, feeling smart, be an example for others (made a smart purchase)	Extract online & offline CH of BE			

Problem-Solution fit canvas is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.
 Designed by Daria Nepriakhina / [ideaHackers.nl](https://www.ideahackers.nl) - we tailor ideas to customer behaviour and increase solution adoption probability.

Har du fået lyst til at arbejde videre med Problem-Solution fit canvas'et, kan du downloade skabelon her:

<https://www.ideahackers.network/problem-solution-fit-canvas/>

I det kommende afsnit som omhandler udviklingen af dit Value proposition canvas, får brug de indsigter som et godt gennemarbejdet Problem-Solution fit canvas kan give dig.

Value proposition Canvas

Value proposition Canvas kan du bruge til at forstå dit værditilbud til kunden. Value proposition canvas'et er udviklet af Alexander Osterwalder og bliver blandt andet udfoldet og forklaret i bogen Business Model Generation fra 2010 sammen med Business Model Canvas som ses herunder. I AtLAS online forløbet har vi ikke beskæftiget os indgående med Business Model Canvas, da vi i stedet har brugt kræfterne på Lean Canvas, men de to canvas'er ligger tæt op ad hinanden og deler også nogle af de samme rubrikker.

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners What are our key partners? Which key resources are we acquiring from partners? Which key activities do partners perform? Revenue Stream: Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:	Key Activities What key activities do our Value Propositions require? Our Customer Channels? Customer Relationships? Revenue Stream: Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:	Value Propositions What value do we deliver to the customer? Which of our customer's problems are we helping to solve? Which bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:	Customer Relationships What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which value can we establish? How are they engaged with the rest of our business model? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:	Customer Segments For whom are we creating value? Who are our most important customers? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:
Key Resources What key resources do our Value Propositions require? Our Customer Channels? Customer Relationships? Revenue Stream: Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:		Channels Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? Which channels have we tested? Which channels are we going to test? How are we integrating them with customer needs? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:		
Cost Structure What are the most important costs inherent to our business model? Which key resources are most expensive? Which key activities are most expensive? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:		Revenue Streams For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently spend? How are they currently spending? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Channels: Customer Segments: Key Resources: Key Activities: Value Propositions: Customer Relationships: Channels: Cost Structure: Revenue Streams:		

DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The authors of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

Value proposition canvas består af to hovedrubrikker, en cirkel til højre, som repræsenterer kunden og kundes udgangspunkt og en firkant til venstre, som repræsenterer dit produkt eller din services.

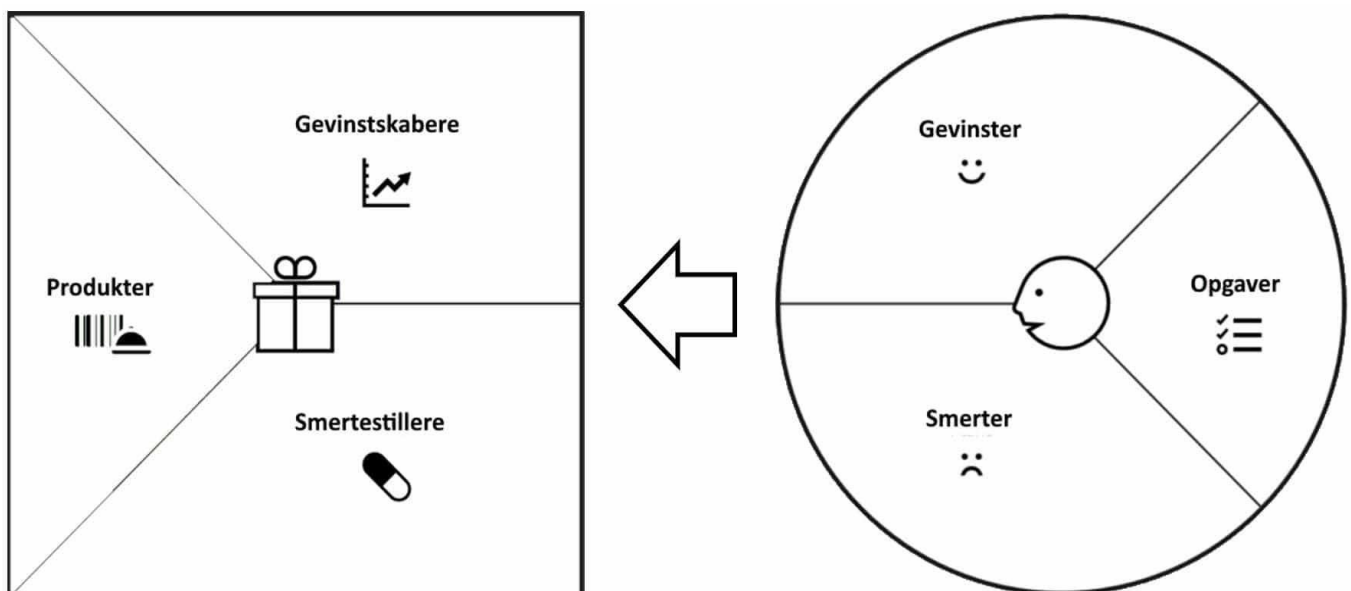
Cirklen er opdelt i tre underrubrikker med henholdsvis "Opgaver", "Smerter" og "Gevinst". Med Opgave menes den opgave kunden skal have udført, det som også bliver kaldt "job to be done". Et eksempel på dette kunne være aftensmad; hver dag skal din kunde lave aftensmad til sin familie. Aftensmaden skal planlægges, der skal købes ind og maden skal tilberedes og laves. Opgaven kan opleves som krævende og repræsenterer altså en pain/smerte, fordi din kunde oplever tidspres i en travl hverdag. Samtidig er aftensmaden en opgave, der skal gentages hver

aften alle ugens syv dage og kunden oplever måske, at det kan være svært at finde på spændende, sunde og varierende opskrifter som familien kan lide, hvilket er endnu en pain. Gevinster for kunden kan derfor være anvisning af nye opskrifter, som er sunde, nemme at lave, og som måske allerede er indkøbt og delvist tilberedt.

I den firkantede rubrik ses også tre underkategorier henholdsvis; "Produkter", "Gevinstsskabere" og "Smertestillere". Rubrikken Produkter repræsenterer dit konkrete produkt/service, som skal løse opgaven for kunden. I dette tilfælde kunne det være en måltidskasse som Årstiderne eller Simple Feast. Gevinstskaber-rubrikken viser hvilke af dine gevinster, du får opfyldt gennem produktet. I dette tilfælde får familien sund og nem mad bragt til døren, mens en såkaldt smertestiller/painreliever, kan være at undgå indkøb. Du kan bruge Value proposition Canvas til at teste din egen idé. Ved at udfylde canvas'et kan du se hvilke pains og gains dit produkt imødekommer og hvilke det ikke gør. Det kræver naturligvis, at du har forstået kundens egentlige problemer og til det kan du bruge Problem-Solution-fit og MOM-testen fra forrige afsnit.

Du kan se Value proposition Canvas forklaret i denne video på YouTube:

<https://youtu.be/aN36EcTE54Q>



Idégenerering gennem artikler



Det kan være svært at finde på en startup idé. I vores inkubator The Kitchen, på Aarhus Universitet, møder vi ofte studerende som gerne vil iværksætte en idé, men de mangler ideen. På dette stadie gælder det om at lade sig inspirere. I det følgende vil jeg beskrive en øvelse som kan bruges til at finde inspiration samt konkrete problemstillinger, som kan danne grundlag for din startup idé.

Øvelse idegenerering - avisartikler

Denne øvelse har til formål at træne dig i at se problemer og udfordringer, ikke kun i dit eget liv, men på samfundsniveau. Måske kan du relatere til de problemer du finder i øvelsen, måske oplever du dem også selv i hverdagen. Dette er dog ikke et krav for at kunne gennemføre øvelsen, til gengæld skal du arbejde med at kategorisere hvilke problemstillinger der interesserer dig, hvilke

du har kompetencerne til at løse, samt hvilke giver dig en umiddelbart inspiration til løsningsforslag.

Det skal du bruge til øvelsen

Inden vi du for alvor begynder, skal du først anskaffe dig følgende:

- En saks
- En limstift
- Et stort stykke karton
- En masse aviser og blade, dog ikke meget ældre end et år
- Et ur
- Overstregningstuscher i tre forskellige farver
- En anden person at sparre med undervejs. Øvelsen kan dog også udføres alene.

Øvelsens første halvdel – identificer problemstillingerne

- Start med at sætte dit ur til 30 minutter, du kan justere tiden afhængigt af hvor mange aviser og blade du har anskaffet dig.
- Begynd nu at bladre gennem dine aviser og blade, når du ser en artikel med en overskrift som interesserer dig og en klar formuleret problemstilling, klipper du artiklen ud og limer den på dit karton.
- Når tiden er gået, hænger du dit karton op på væggen og kigger grundigt på de udvalgte artikler.

Øvelsens anden halvdel - De 3 kategorier

- **Interesse og motivation:** Nu er tiden kommet til at gennemgå hvilke artikler du finder mest interessant ud fra din egen subjektive betragtning. Du kan skrive begrundelserne i stikord på små post-it og klistre på artiklerne. De mest interessante artikler highlightes med én farve. Er I to om øvelsen gøres det i fællesskab gennem dialog.
- **Kompetencer:** Efterfølgende gennemgår du/I artiklernes problemstillinger. Med en ny farve highlightes de problemstillinger, som du/I mener at have kompetencerne til at løse.

- **Løsninger:** Afslutningsvist skal du/I highlighte de problemstillinger som har givet jer umiddelbare ideer til løsninger. Dette highlightes med en tredje farve, husk der kan sagtens være overlappende highlightes mellem de tre typer af kategoriseringer.

Øvelsens afslutning

- Træd et skidt tilbage fra dit karton. Kan du se en artikel med alle tre farver af highlights?

Har én eller flere af dine artikler fået alle tre farver highlight, betyder det at du har fat i noget som både, interesse dig, som du har kompetencerne til at løse og som du også har til forslag til, hvordan man kan løse. Dette er et godt udgangspunkt for det videre arbejde med en konkret startup idé.

En medicinstuderende i vores inkubator har brugt netop denne øvelse til at identificere en problemstilling, hun gerne ville arbejde med som iværksætteridé. I Jyllandsposten kan man læse artiklen fra den 15. november 2018, som inspirerede hende til at udvikle et særligt proteinpulver til svagelige ældre med nedsat appetit og proteinmangel. Problemstillingen ramte plet, fordi den både motiverede hende og fordi hun havde kompetencerne til at løse den, hvilket hun beviste i det specialdesignede proteinpulver, hun udviklede til formålet.

15.11.2018 KL. 18:12

Mange ældre får for lidt protein

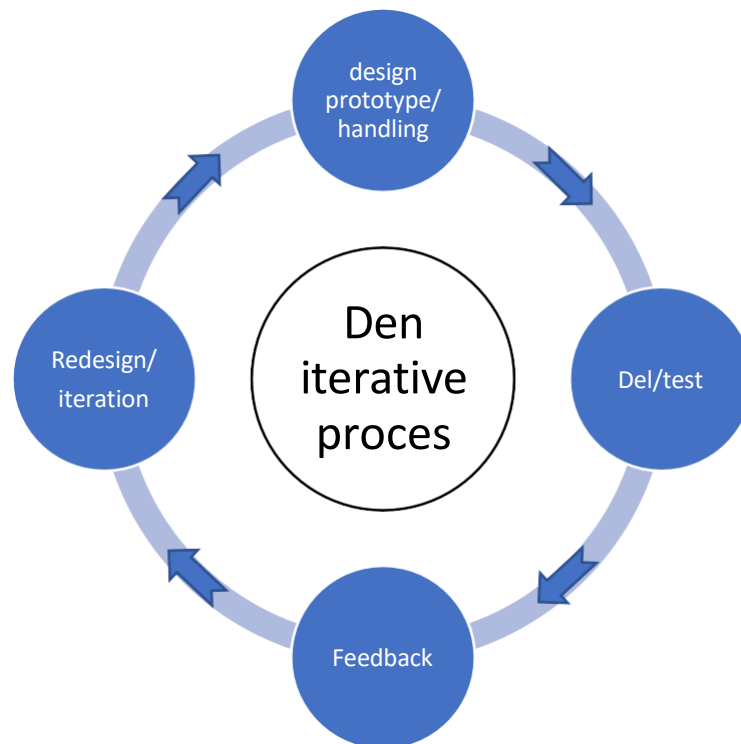
Folk over 65 år har brug for ekstra protein for at bevare deres muskelkraft, men mange får ikke nok, viser rapport.



Den beskrevne øvelse af forretningsudviklerne i The Kitchen. Der findes også mange lignende ideudvikling- og inspirationsøvelser, som kan findes på dette website udviklet af Københavns Universitet: <https://innovation.sites.ku.dk/metoder/>



Iterative processer



Når man starter med at arbejde på en startup idé, kan det være fordelagtigt at anskue arbejdet som en cirkulær proces, hvor du gentagende gange skal teste elementer og ændre dit koncept derefter. Det er med andre ord vigtigt at anse udvikling af dit produkt eller services som kontinuerligt og i en konstant dialog med brugerne/kunderne. En branche som er opdraget i netop denne disciplin er spilbranchen. Her er man vant til at lancere en betaversion af et spil, for at se hvilke funktioner spillerne bruger og hvilke de ikke gør. Denne indsigt bliver brugt til at afgøre hvilke features, der skal videreudvikles, og hvilke der skal udfases. Feedbacken er brugernes faktiske handlinger og interaktion med prototypen/betaversionen, dette gør feedbacken valid. Hvis du er forberedt på kontinuerligt at observere dine kunders adfærd, kan du høste brugbar information som kan hjælpe dig til at træffe beslutninger. Et sådant mindset er relateret til Saras Sarasvathy's effectuation theory, som ikke står i modsætning til den kausale logik, hvor der eksisterer et prædefineret mål, og processen for at nå målet er omhyggeligt planlagt fra begyndelsen. I blev introduceret for Sarasvathy's effectuation theory, samt de fire principper

indenfor dette i MOOC-uge 1. Det er muligt at gå tilbage og genlæse og gense undervisningsmaterialet derfra.

Sådan arbejder du iterativt

Måske er du i tvivl om hvordan du kan arbejde mere iterativt med dit iværksætterprojekt. Prøv at spørge dig selv om følgende:

- Prioriterer du at få input udefra?
- Hvordan bruger de inputs du får?
- Kan du omsætte informationerne udefra? Er du eksempelvis i stand til at droppe ideer og sløjfe detaljer som du ellers var glad for?

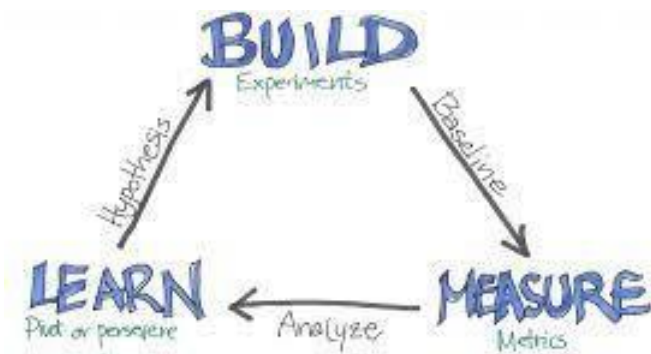
Iteration handler om gentagelse. Når du arbejder med din startup ide betyder det, at du er nødt til at skabe en praksis, hvor du kan tage dine kunders inputs i betragtning igen og igen.

Er du i den helt tidlige fase, hvor du endnu ikke har et produkt eller en kunde, kan du i stedet kigge på dine potentielle kunders adfærd, i relation til det problem din idé skal løse. Her vil det være en god ide at gå tilbage til dit Problem-Solution fit canvas og MOM-testen, samt en researchfase hvor du undersøger tilgængelige data for mønstre. Hvis du eksempelvis ønsker at sælge hundepasning i Aarhus, kan du finde data som viser hvor mange hunde, der er registreret i byen. Inden du begynder at registrere CVR, lave hjemmeside og købe specialudstyr til din forretning, kan du teste om din ide har værdi for nogen. Du kan tilrettelægge sådan en test ved at lave et opslag på sociale medier kombineret med fysiske opslagstavler steder hvor det giver mening. I et sådan opslag kan du tilbyde hundepasning mod betaling. Det er nu interessant at se hvor mange reaktioner og faktiske tilmeldinger du får. Denne type test kan du læse mere om her:

<https://kromatic.com/real-startup-book/fake-door-smoke-test>

Hvis vi vender tilbage til den iterative proces, kan man sige, at den egner sig godt til at generere ny viden og læring. Når man starter en virksomhed, er det netop vigtigt at lære sit marked og sine kunder at kende. De første antagelser man gør sig angående marked, kunderne og forretningskonceptet, er højest sandsynligt ikke 100% nøjagtige. Det er vigtigt at være modtagelig for de inputs, som viser hvori unøjagtighederne består.

I bogen Learn Startup fra 2011 af Eric Ries, forklarer Ries metoden build-measure-learn, som han beskriver som særligt velegnet til at arbejde med ideer med mange usikre hypoteser og dermed høj risiko. Build-measure-learn er også en cirkulær proces, hvor gentagelsen og opsamling af data, med det formål at ændre på prototypen eller betaversionen, er hjørnестenen i modellen.



1

Du synes måske at processen lyder besværlig, og du vil gerne i gang med at skabe din egen startup. Måske oplever du den iterative proces som et unødvendigt benspænd? Anse i stedet metoden, som en måde at designe din startup proces i mindre og mere overkommelige bider som dermed minimerer din risiko. Se det som en mulighed for at gøre dig erfaringer og fejle blidt og kontrolleret.

¹ Modellen er fra Københavns Universitets innovations site
<https://innovation.sites.ku.dk/model/the-lean-startup/>

Lovgivning



Når du starter virksomhed, er der en række lovmæssige forhold som man bør kende til. Herunder følger et udpluk af de mest væsentlige, som kan hjælpe dig i gang i den spæde start. Vi anbefaler, at du henter et bogføringsprogram som fx Dinero eller Billy – der kan hjælpe dig godt i gang.

Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra virksomhedsguiden.dk som er en fællesoffentlig platform. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link.

<https://virksomhedsguiden.dk/content/ydelser/emneoversigt/8a2ed4c1-1193-4dff-b268-a303766f1853/>

Kend forskel på årsregnskab, skatteregnskab og momsregnskab

Når du ejer en personligt ejet virksomhed, fx en enkeltmandsvirksomhed, har du kun pligt til at indberette et skatteregnskab, mens virksomheder som fx IVS, ApS og A/S både skal indberette årsregnskab og skatteregnskab. Har du en momsregistreret virksomhed, skal du også lave et momsregnskab.

Hvornår skal jeg indberette hvad?

Hvis du fx ejer et IVS, ApS eller A/S, skal virksomhedens ledelse som udgangspunkt udarbejde og indberette et årsregnskab én gang om året. Årsregnskabet skal indgå i en årsrapport, som skal indberettes til Erhvervsstyrelsen senest 5 måneder efter regnskabsåret er slut.

Hvis du ejer en personligt ejet virksomhed, er skatteregnskabet dit årsregnskab, som skal indberettes én gang om året via dit oplysningsskema til Skattestyrelsen.

Er din virksomhed momsregistreret, skal du lave et momsregnskab. Ved udgangen af hver momsperiode skal du opgøre momsen og indberette det til Skattestyrelsen.

- [Selskabers årsregnskab](#)
- [Skatteregnskabet](#)
- [Momsregnskabet](#)

Gem dokumentationen for dit regnskab

Du skal løbende bogføre virksomhedens bilag, fx fakturaer, regninger, lønsedler, kontoudtog m.v. De bilag, du bogfører, dokumenterer rigtigheden og fuldstændigheden af regnskabet for dig selv og over for myndigheder og din eventuelle revisor. Bogføringsloven indeholder krav om, at du skal gemme dit regnskab og dine bilag i 5 år fra udløbet af det regnskabsår, som det vedrører.

[Læs mere om bogføring](#)

Brug af revisor

Virksomheder som iværksætterselskaber (IVS), anpartsselskaber (ApS) og aktieselskaber (A/S) har pligt til at få årsregnskabet revideret af en godkendt revisor, som blandt andet skal sikre, at årsregnskabet giver et retvisende billede af virksomhedens økonomiske situation. Hvis din virksomhed har en omsætning, en balancesum og et antal ansatte under visse grænser, kan virksomheden dog vælge ikke at få revideret regnskabet.

[Læs om fravalg af revision af årsregnskabet på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Brug af revisor i personligt ejede virksomheder

Har du en enkeltmandsvirksomhed eller en personligt ejet mindre virksomhed (PMV), er du ikke forpligtet til at bruge en revisor, og du kan selv vælge, om du vil bruge en revisor til at assistere med dit skatteregnskab.

Hvad er en årsrapport, og hvad skal den indeholde?

En årsrapport er en redegørelse for virksomhedens økonomi og fremdrift og består bl.a. af et årsregnskab. Bliv klogere på, hvad årsrapporten skal indeholde.

Vær opmærksom på, at Virksomhedsguiden primært beskriver kravene til årsrapporter for iværksætterselskaber (IVS), anpartsselskaber (ApS) og aktieselskaber (A/S).

Hvad består en årsrapport af?

En årsrapport er ét samlet dokument, som består af en række lovpligtige og eventuelt frivillige elementer. En årsrapport skal altid indeholde:

- Virksomhedens årsregnskab, dvs. resultatopgørelsen, balancen og noteoplysninger.

- Koncernregnskab (hvis virksomheden indgår i en koncern og har pligt til at udarbejde et koncernregnskab).
- Ledelsesberetning, som fortæller om det foregående år samt forventningerne til det kommende.
- Ledespåtegning, som er ledelsens underskrift på årsrapportens rigtighed (dette er dog ikke et krav, hvis der kun er ét medlem i ledelsen).
- Eventuel revisionspåtegning.
- Eventuelle supplerende frivillige beretninger.

[Læs mere om krav til årsrapportens indhold på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Hvilke virksomheder skal indberette årsrapport?

Om ledelsen for virksomheden skal udarbejde og indberette en årsrapport, afhænger af virksomhedens form. Alle iværksætterselskaber (IVS), anpartsselskaber (ApS) og aktieselskaber (A/S) skal som udgangspunkt udarbejde og indberette en årsrapport, medmindre de er undtaget grundet forhold som rekonstruktion og konkurs.

Personligt ejede virksomheder har ikke pligt til at udarbejde og indberette en årsrapport. Visse virksomheder kan indberette en undtagelseserklæring i stedet for en årsrapport. En undtagelseserklæring er en erklæring, hvor virksomhedens ledelse skriver under på, at betingelserne for at anvende undtagelsen er til stede. Det gælder blandt andet for visse interessentskaber (I/S).

[Se, hvilke virksomheder der skal indberette årsrapport på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

[Se, hvilke virksomheder der kan indberette undtagelseserklæring på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Virksomhedens regnskabsklasse har betydning for årsrapportens indhold

Det præcise omfang af og indhold i årsrapporten afhænger af, hvilken regnskabsklasse din virksomhed tilhører. Der findes i alt fire regnskabsklasser – A, B, C og D.

Der er færrest krav til årsrapportens indhold for virksomheder omfattet af regnskabsklasse B og flest krav for virksomheder omfattet af regnskabsklasse C og D.

[Læs om krav til regnskabsklasser på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Undgå at indberette årsrapporten for sent

Når du skal indberette din årsrapport, skal du gøre det via Regnskab 2.0 på Virk. Du skal indberette årsrapporten inden for fristen, som for ikke-børsnoterede selskaber er senest 5 måneder efter regnskabsårets udløb.

Hvis du overskrider fristen for indberetning af årsrapporten/undtagelseserklæringen, sker der følgende:

- Du modtager et brev i virksomhedens digitale postkasse med besked om, at du skal indberette årsrapporten/undtagelseserklæringen inden 8 dage fra datoen for brevet.
- Indberetter du ikke inden denne frist, bliver ledelsen af virksomheden opkrævet en afgift. Erhvervsstyrelsen sender afgiftsbrevet direkte til det enkelte ledelsesmedlems digitale postkasse. Afgiften kan være på op til 3.000 kr. pr. ledelsesmedlem (eller filialbestyrer).
- Brevet indeholder samtidig en ultimativ frist på 4 uger fra brevets datering. Overskrider du også denne frist, kan Erhvervsstyrelsen uden yderligere varsel bede skifteretten om at tvangsopløse din virksomhed.

Overhold e-handelsloven, når du sælger via webshop, hjemmeside eller online markedsplads

Når din virksomhed skal markedsføre eller sælge varer og tjenesteydelser online via webshop, hjemmeside eller online markedsplads, er der nogle grundlæggende regler, du skal kende til. Bliv klogere på, hvad e-handelsloven indeholder.

E-handelsloven gælder for alle, der har en hjemmeside med et kommercielt sigte, men er særligt relevant for dig, der sælger varer og tjenesteydelser online til forbrugere og erhvervsdrivende. Loven stiller fx krav om, at når du oplyser prisen på din vare eller ydelse, skal den angives klart og tydeligt, inklusive afgifter og leveringsomkostninger, inden kunden køber din virksomheds vare eller ydelse.

Få overblik over specifikke minimumskrav til e-handel

E-handelsloven indeholder nogle minimumskrav for e-handel, som din virksomhed skal leve op til, når du sælger online til forbrugere. Reglerne gælder, uanset om du har aftalt noget andet med din kunde.

Ifølge loven skal du bl.a. overholde følgende krav:

- [Oplysningspligt](#)
- [Klar information om priser og reklamer](#)
- [Let forståelig information i forbindelse med bestilling](#)
- [Kundevenlige tekniske funktioner](#)

Undtagelse for e-handel mellem erhvervsdrivende

Virksomheder, der handler med hinanden online, kan indbyrdes aftale at fravige enkelte bestemmelser i e-handelsloven. Fx kan bestemmelsen om at give en elektronisk ordrebekræftelse afviges, hvis det er skrevet ind i salgsbetingelserne.

Særligt for handel via online markedspladser

Online markedspladser har en stigende rolle på markedet, og du bør derfor som e-handelsvirksomhed gøre dig tanker om fordele og ulemper ved at udbyde dine produkter på en online markedsplads.

Markedspladserne formidler typisk blot kontakten mellem sælger og køber. Selve aftalen om køb bliver indgået direkte mellem parterne. Normalt vil det være lovgivningen i det land, som virksomheden er etableret i, der vil være gældende for købsaftalen.

- [Hvis du sælger via en online markedsplads](#)
- [Hvis du driver en online markedsplads](#)
- [Platform to Business-forordningen \(P2B\)](#)

E-handelslovens bestemmelser supplerer reglerne i markedsføringsloven og forbrugeraftaleloven. Det er derfor også en god idé at have kendskab til disse regler.

[Læs bl.a. om samtykke i markedsføringsloven](#)

[Læs bl.a. om fortrydelsesret i forbrugeraftaleloven](#)

Fakturering

Når du sender en faktura, skal den indeholde nogle bestemte oplysninger, så din kunde ved, hvad varen og beløbet er m.v. Fakturaen skal også kunne danne bilag for din bogføring og dit regnskab. Det er vigtigt, at du fakturerer løbende og følger op på ubetalte regninger, så du kender din virksomheds indtægter og kan betale korrekt moms og skat.

Fakturér løbende og korrekt

Det er en vigtig del af at drive en virksomhed, at du fakturerer løbende og følger op på ubetalte regninger. Husk derfor at:

- sende regning for dine varer eller ydelser som led i en forsendelse eller lige efter udløbet af en leveringsperiode
- rykke kunder for regninger, der ikke er betalt til tiden.

Fuld faktura til anden virksomhed m.v.

Når du sælger til andre virksomheder, eller beløbet på din vare eller ydelse fx overstiger 5.000 kr., skal du lave en fuld faktura.

Den skal som minimum indeholde oplysninger som:

- Fakturanummer
- Fakturadato
- Din virksomheds (sælgers) navn, adresse og CVR-/SE-nummer
- Din kundes navn og adresse
- En beskrivelse af varens art, mængde (omfang) og pris
- Eventuelle prisnedslag, bonus og rabatter, hvis disse ikke er indregnet i prisen
- Leveringsdato (hvis den ikke er den samme som fakturadato).

Når du sælger momspligtige varer eller ydelser til dine kunder, skal din faktura også indeholde:

- Samlet pris uden moms, samt pris pr. enhed
- Den gældende momssats

- Det samlede momsbeløb angivet i kroner eller euro.

Du skal bruge fuld faktura i en række tilfælde.

[Læs mere om fuld faktura på skat.dk](#)

[Læs mere om forenklede fakturaer og kasseboner på skat.dk](#)

Fakturaskabeloner

Du kan frit vælge at bruge en digital faktura fra et program eller selv sætte din fakturaskabelon op. Bruger du et bogføringsprogram, så indeholder det typisk en fakturaskabelon, som bør være sat op efter reglerne. Det er dog stadig dit ansvar, at fakturaskabelonen er sat op, som den skal.

Databeskyttelse (GDPR)

Reglerne om databeskyttelse stiller en række krav til dig og din virksomhed, som du skal overholde, når du fx. indsamler, opbevarer og videregiver personoplysninger om andre, blandt andet dine kunder eller medarbejdere.

Overhold reglerne – undgå sanktioner

Driver du en virksomhed, skal du blandt andet være opmærksom på, hvilke typer af personoplysninger du behandler (almindelige og/eller følsomme), og om du har et lovligt grundlag for at behandle personoplysningerne.

Endvidere skal du være opmærksom på, om du er i stand til at overholde de registreredes rettigheder. Endelig skal du være opmærksom på, om du anvender databehandlere og derfor skal indgå en databehandleraftale.

Det er vigtigt, at du overholder reglerne, da du ellers risikerer sanktioner.

Hos Datatilsynet kan du læse mere om reglerne, og hvad du herudover skal være opmærksom på, når du behandler personoplysninger om andre.

[Læs mere om databeskyttelse hos Datatilsynet](#)

Hvad er databeskyttelse?

Grundlaget for databeskyttelsesreglerne er **databeskyttelsesforordningen** (på engelsk General Data Protection Regulation eller GDPR og populært kaldet Persondataforordningen); en EU-forordning, der skal styrke og harmonisere beskyttelsen af personoplysninger i EU.

Forordningen bliver i Danmark suppleret af **databeskyttelsesloven**, som fastsætter visse nationale regler om behandling af personoplysninger, blandt andet reglerne for behandling af personnummer.

Databeskyttelsesreglerne gælder som udgangspunkt ved al elektronisk behandling af personoplysninger og på manuel behandling af personoplysninger, hvis oplysningerne er eller vil blive indeholdt i et register.

Databeskyttelsesreglerne gælder blandt andet for private virksomheder, foreninger og organisationer samt offentlige myndigheder.

Beskyttelse af personoplysninger i virksomheder

Som virksomhedsejer skal du være klar over reglerne om databeskyttelse og din virksomheds ansvar, hvis du behandler personoplysninger. Det vil fx være tilfældet, hvis du indsamler eller modtager informationer om dine kunder i forbindelse med deres køb af varer.

Et grundlæggende princip er, at du kun må indsamle og behandle de personoplysninger, der er nødvendige for at drive din virksomhed. Hvilke personoplysninger, du behandler, har også betydning for, hvordan de skal beskyttes.

Du skal behandle personoplysninger ud fra, om der er tale om almindelige eller følsomme personoplysninger. I den forbindelse skal du blandt andet være opmærksom på, om du skal have samtykke fra din kunde eller din medarbejder, eller om du har andet lovligt grundlag for behandling.

Du vil typisk skulle indhente et samtykke, hvis du ønsker at bruge personoplysninger i markedsføringsøjemed. Derimod vil du ikke skulle indhente et samtykke, hvis de

personoplysninger, du behandler, er nødvendige for, at du kan opfylde eller indgå en kontrakt med din kunde.

Dine kunder har desuden som udgangspunkt krav på at få at vide, hvilke personoplysninger du behandler om dem. I visse tilfælde har de også ret til at rette (berigtige) personoplysninger om dem eller få dem slettet igen.

Søg rådgivning eller få vejledning fra Datatilsynet

Har du brug for konkret rådgivning om, hvordan din virksomhed overholder databeskyttelsesreglerne, kan du eventuelt søge professionel rådgivning. Du kan også rette henvendelse til Datatilsynet, som kan vejlede dig om reglerne.

På Datatilsynets hjemmeside kan du endvidere finde en række tekster og vejledninger om, hvad du skal være opmærksom på, når du behandler personoplysninger.

[Læs mere om personoplysninger](#)

PrivacyKompasset hjælper dig på vej

Reglerne om databeskyttelse er komplekse og vigtige. Som virksomhedsejer kan du risikere bøder, hvis du behandler personoplysninger i strid med reglerne, fx hvis du ikke sørger for at slette personoplysninger, når du ikke længere har et sagligt formål for at bevare dem.

Datatilsynet og Erhvervsstyrelsen har udviklet PrivacyKompasset, som er en portal, der skal hjælpe virksomheder i gang med at efterleve databeskyttelsesreglerne og svare på helt basale spørgsmål i forhold til ansvarlig håndtering af oplysninger.

Du kan bruge vejledningen på PrivacyKompasset til at:

- få en status på, hvordan du håndterer personoplysninger i din virksomhed
- få overblik over, hvad du skal gøre for at efterleve lovkravene
- forberede dig bedst muligt på at leve op til databeskyttelsesreglerne.

[Læs mere om databeskyttelse på PrivacyKompasset.dk](#)

Selskabsformer

Der findes flere selskabsformer i Danmark. De mest relevante som ny iværksætter er enten enkeltmandsvirksomheden eller et anpartsselskab (ApS). Herunder følger en oversigt over de mest gængse selskabsformer.

Overblik over selskabsformer og deres karakteristika

	Enkeltmandsvirksomhed	Anpartsselskab (ApS)	Aktieselskab (A/S)
Minimum startkapital	0 kr.	40.000 kr.	400.000 kr.
Ingen personlig hæftelse	✗	✓	✓
Mulighed for flere ejere	✗	✓	✓
Regnskabspligt	✗	✓	✓
Krav om bestyrelse	✗	✗	✓
Registreringsgebyr Erhvervsstyrelsen	670 kr.	670 kr.	670 kr.

Anpartsselskab (ApS)

Overvejer du at oprette et anpartsselskab (ApS), er der en række kendetegn, du bør have styr på. Se, hvordan du stifter et anpartsselskab, og hvor meget det koster i indskud.

Væsentligste kendetegn ved ApS

- Én eller flere ejere, som er den eller de personer eller virksomheder, der ejer anparterne i virksomheden.
- Selvstændig juridisk enhed, hvor ejerne kun hæfter for deres indskudte kapital.
- Et ApS skal indskyde en startkapital på mindst 40.000 kr.
- Et ApS skal føre regnskab og indberette sin årsrapport digitalt.
- Ifølge selskabsloven skal et ApS bl.a. føre ejerbog over samtlige ejere og panthavere samt registrere legale og reelle ejerforhold.
- Et ApS skal have en direktion, som kan suppleres af en bestyrelse eller et tilsynsråd.
- Det koster 670 kr. at registrere et ApS.

[Er du i tvivl om, hvilken virksomhedsform du skal vælge, så prøv vores guide](#)

Stiftelse og registrering af ApS

Du stifter et ApS ved at oprette og underskrive et stiftelsesdokument og vedtage selskabets vedtægter.

Registreringen af stiftelsen skal ske i Erhvervsstyrelsens IT-system inden 2 uger efter underskrivelsen af stiftelsesdokumentet. Ellers kan registrering ikke finde sted.

[Læs mere om, hvad du skal registrere og dokumentere ved start på Erhvervsstyrelsen.dk](#)

[Registrér din virksomhed på Virk](#)

Indskud

Kapitalindskuddet i et ApS kan ske i form af kontanter eller andre værdier end kontanter – såkaldt apportindskud. En enkeltmandsvirksomhed kan eksempelvis indskydes som apportindskud ved stiftelsen af et ApS.

[Læs mere om, hvordan du skattefrit omdanner din personligt ejede virksomhed til et selskab på skat.dk](#)

Krav til stiftere

Stifteren er den eller de personer, der skriver under på stiftelsesdokumentet. Stiftere af et ApS har ikke pligt til at indskyde kapital og kan enten være fysiske eller juridiske personer. Desuden må stiftere af et selskab ikke være under konkurs og rekonstruktion.

Fysiske personer, som skal stifte et selskab, skal være myndige og må ikke være under værgemål på stiftelsestidspunktet.

Juridiske personer er for eksempel interessentskaber, selskaber (ApS, A/S, P/S), foreninger og erhvervsdrivende fonde. Hvis du i forvejen ejer en enkeltmandsvirksomhed, kan du som fysisk person godt stifte et ApS, men selve enkeltmandsvirksomheden kan ikke være stifter.

Juridiske personer må som stiftere heller ikke være under stiftelse eller tvangsopløsning.

Juridiske personer kan som stiftere godt være et selskab under likvidation, den danske stat eller en kommune.

Stiftelse af et ApS kræver, at du skal udfærdige vedtægter og et stiftelsesdokument. Derudover skal du have en oversigt over alle ejere i en ejerbog.

[Læs mere om vedtægter](#)

[Læs mere om stiftelsesdokumenter](#)

Der er mange ting at holde styr på, når du skal starte ny virksomhed. Med Virk Assistenten føres du trygt igennem alle de nødvendige valg og registreringer, så du kan starte din virksomhed korrekt.

Link til Virk: https://virk.dk/assistent/guide/start-virksomhed-trin-for-trin?pk_campaign=Virk_assistent&pk_source=Start_virksomhed&pk_medium=Virksomhedsguiden&pk_keyword=anpartsselskab_ApS

Enkeltmandsvirksomhed

Du kan gratis oprette en enkeltmandsvirksomhed, hvis du vil starte din egen virksomhed, og det kun er dig, der skal være ejer. Se, hvordan du kommer i gang.

Væsentligste kendetegn ved enkeltmandsvirksomheder

- Kun én ejer, der alene træffer alle beslutninger.
- Ejeren hæfter personligt med egen formue.
- Ingen kapitalkrav.
- Gratis at registrere.
- Du kan kun have én enkeltmandsvirksomhed.

En enkeltmandsvirksomhed er identisk med ejeren, der hæfter personligt for virksomheden. For at du kan registrere en enkeltmandsvirksomhed og få et CVR-nummer, kræver det, at din virksomhed kan registreres for mindst et af følgende forhold:

- Moms
- Lønsumsafgift
- Arbejdsgiver
- Import fra eller eksport til lande uden for EU.

[Læs mere om enkeltmandsvirksomheder på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Beskatning af enkeltmandsvirksomheder

Du kan vælge mellem tre former for beskatning:

- Personskattereglerne
- Virksomhedsordningen
- Kapitalafkastordningen.

Hvis ikke du vælger noget, bliver din virksomhed automatisk beskattet efter personskatteordningen.

[Læs mere om beskatningsordninger](#)

Regnskaber

En enkeltmandsvirksomhed har ikke pligt til at indsende årsrapport til Erhvervsstyrelsen, men kun skatteregnskab til Skattestyrelsen via oplysningsskemaet. Virksomheden skal bogføre efter bogføringsloven.

[Læs mere om skatteregnskab](#)

Aktieselskab

Skal du til at stifte et aktieselskab (A/S) bør du bl.a. have styr på, hvad der er af krav til indskud. Se, hvordan du opretter et aktieselskab, og hvor meget det koster.

Væsentligste kendetegn ved A/S

- Én eller flere ejere, som er den eller de personer eller virksomheder, der ejer aktierne i virksomheden.
- Selvstændig juridisk enhed, hvor ejerne kun hæfter for deres indskudte kapital.
- Et A/S skal indskyde en startkapital på mindst 400.000 kr.
- Et A/S skal føre regnskab og indberette sin årsrapport digitalt.
- Ifølge selskabsloven skal et A/S bl.a. føre ejerbog over samtlige ejere og panthavere samt registrere legale og reelle ejerforhold.
- Ledelsen i et A/S skal bestå af en direktion og en bestyrelse eller et tilsynsråd.
- Det koster 670 kr. at registrere et A/S.

[Er du i tvivl om, hvilken virksomhedsform du skal vælge, så prøv vores guide](#)

Stiftelse og registrering af A/S

Du stifter et A/S ved at oprette og underskrive et stiftelsesdokument og vedtage selskabets vedtægter.

Registreringen af stiftelsen skal ske i Erhvervsstyrelsens IT-system inden 2 uger efter underskrivelsen af stiftelsesdokumentet. Ellers kan registrering ikke finde sted.

[Læs mere på om, hvad du skal registrere og dokumentere ved start af et A/S på Erhvervsstyrelsens hjemmeside](#)

Indskud

Kapitalindskuddet i et A/S kan ske i form af kontanter eller andre værdier end kontanter – såkaldt apportindskud.

En enkeltmandsvirksomhed kan eksempelvis indskydes som apportindskud ved stiftelsen af et A/S.

[Læs mere om, hvordan du skattefrit omdanner din personligt ejede virksomhed til et selskab på skat.dk](#)

Krav til stiftere

Stifteren er den eller de personer, der skriver under på stiftelsesdokumentet. Stiftere af et A/S har ikke pligt til at indskyde kapital og kan enten være fysiske eller juridiske personer. Desuden må stiftere af et selskab ikke være under konkurs og rekonstruktion.

Fysiske personer skal være myndige og må ikke være under værgemål på stiftelsestidspunktet. Juridiske personer er for eksempel interessentskaber, selskaber (ApS, A/S, P/S), foreninger eller erhvervsdrivende fonde. Hvis du i forvejen ejer en enkeltmandsvirksomhed, kan du som fysisk person godt stifte et A/S, men selve enkeltmandsvirksomheden kan ikke være stifter.

Juridiske personer må som stiftere heller ikke være under stiftelse eller tvangsopløsning.

Juridiske personer kan som stiftere godt være et selskab under likvidation, den danske stat eller en kommune.

Stiftelse af et A/S kræver, at du skal udfærdige vedtægter og et stiftelsesdokument. Derudover skal du have en oversigt over alle ejere i en ejerbog.

[Læs mere om vedtægter](#)

[Læs mere om stiftelsesdokumenter](#)

Oprettelse af selskab

Du kan følge den offentlige guide på virk.dk: <https://virk.dk/assistent/guide/start-virksomhed-trin-for->

[trin?pk_campaign=Virk_assistent&pk_source=Start_virksomhed&pk_medium=Virksomhedsguiden
&pk_keyword=enkeltmandsvirksomhed](https://virk.dk/assistent/guide/start-virksomhed-trin-for-?pk_campaign=Virk_assistent&pk_source=Start_virksomhed&pk_medium=Virksomhedsguiden&pk_keyword=enkeltmandsvirksomhed)

Der findes også selskaber (søg på Google), som kan hjælpe dig igennem online for beskedne beløb.

Skat & moms



Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra SKAT.dk. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link: <https://skat.dk/skat.aspx?oid=2662>

SKAT

Du betaler løbende skat af din virksomhed ved at skrive det beløb, du regner med at få i overskud eller underskud på din forskudsopgørelse. Hvis dit over- eller underskud ændrer sig, kan du løbende ændre din forskudsopgørelse.

Fra midten af marts til 1. juli skal du oplyse dit endelige over- eller underskud og udfylde dit oplysningsskema (det der tidligere hed selvangivelse). Så får du din årsopgørelse, hvor du kan se, om du skal betale mere i skat eller have penge tilbage.

Du skal oplyse din virksomheds endelige over- eller underskud (resultat) senest den 1. juli. Du skal udfylde og godkende årsopgørelsen/oplysningsskemaet (tidligere selvangivelsen), selvom du ikke har andre oplysninger end dem, der står på dit servicebrev.

Du skal bruge oplysningsskemaet, hvis du:

- driver selvstændig virksomhed.
- har udenlandsk indkomst eller ejendom - [læs mere under Udlandsforhold](#).
- har udlejet en bolig, som du ikke selv bor i.
- er kunstner og omfattet af indkomstudligningsordningen.
- har forskudt indkomstår.
- ejer anparter, som ikke er omfattet af anpartsreglerne.

Særlig hjælp til nystartede virksomheder

Du kan finde vejledning og værktøjer målrettet nystartede virksomheder på vores side Start-up med skat.

[Få værktøjer til din virksomheds regnskab og resultat](#)

Ansættelse af medarbejdere

Har du ansat din første medarbejder, eller skal du til det? Husk, at du som det første skal registrere dig som [arbejdsgiver på virk.dk](https://virksomhed.virk.dk/).

Du kan enten selv indberette lønnen i Skattestyrelsens eget "lønsystem" (eIndkomst), eller du kan få et lønbureau eller en revisor til at holde styr på det hele for dig.

Du skal vælge, om du vil bruge et lønbureau, eller om du selv vil indberette løn til os via vores system, der hedder eIndkomst.

Brug lønbureau

Hvis du bruger et lønbureau, kan det gøre hele processen nemmere og mere overskuelig. Du får dokumenteret bogføring, og oftest tager det ikke meget af din tid. Du skal være opmærksom på, at du stadig selv er ansvarlig for, at Skattestyrelsen får de rigtige oplysninger og betalinger til tiden.

Du kan søge efter lønbureauer på nettet, hvor du kan læse mere om, hvad de enkelte bureauer tilbyder, og hvad priserne er.

Brug revisor

Du kan også vælge at bruge en revisor til at håndtere indberetninger og bogføring for dig.

Indberet selv

Hvis du selv indberetter via eIndkomst, koster det dig ikke noget. Du skal bruge tid på at sætte dig ind i det, og hver måned skal du selv sørge for at indberette og betale til Skattestyrelsen. Du skal også stå for din egen bogføring.

Når du udbetaler løn til din medarbejder, skal du hver måned sørge for disse 3 ting:

- Du skal indeholde A-skat og am-bidrag af lønnen til din medarbejder
- Du skal indberette løn, A-skat og am-bidrag til Skattestyrelsen

- Du skal indbetale A-skat og am-bidrag til Skattestyrelsen

Der kan være andre ting, du skal være opmærksom på, fx hvis din ægtefælle eller dit barn arbejder i din virksomhed.

MOMS

Hvornår skal jeg registrere min virksomhed?

Som selvstændig erhvervsdrivende skal du som hovedregel registrere din virksomhed for moms. Det gør du på indberet.virk.dk. Du får et cvr-/SE-nr. og et registreringsbevis.

Salg under 50.000 kr.

Du vælger selv, om du vil registrere dig for moms, når du er selvstændig erhvervsdrivende, og din virksomheds momspligtige salg er under 50.000 kr. over en periode på 12 måneder.

Har du registreret dig for moms, skal du opkræve, indberette og betale moms, selv om dit momspligtige salg er under 50.000 kr.

Salg over 50.000 kr.

Du skal momsregistreres, når din virksomheds momspligtige salg overstiger 50.000 kr. over en periode på 12 måneder.

Ved du, at dit salg overstiger 50.000 kr., skal du registrere dig senest 8 dage inden, du starter virksomheden.

[Momsregistrer din virksomhed på indberet.virk.dk](https://indberet.virk.dk)

Momsfrit salg

Sælger du nogle bestemte ydelser, er du fritaget for moms. Du betaler som regel lønsumsafgift i stedet. Momsfrie ydelser kan fx være sundhedsbehandling eller undervisning.

Du kan have både momspligtigt og momsfrit salg. Du kan sælge varer med moms, fx cremer, og samtidig udføre momsfrie sundhedsbehandlinger.

Du skal kun betale moms af det momspligtige salg.

Særlige registreringer

Din virksomhed skal i nogle tilfælde have en særlig registrering ud over den almindelige momsregistrering. Det gælder for eksempel, når:

- Din virksomhed køber varer fra lande uden for EU. Her skal du registrere dig som importør på indberet.virk.dk.
- Din virksomhed udlejer fast ejendom erhvervsmæssigt og opkræver moms af lejen.

Frister

Dine frister for at indberette og betale afhænger af, hvordan virksomheden eller organisationen er registreret:

- **Stor virksomhed:** am-bidrag over 250.000 kroner og/eller A-skat over 1 million kroner pr. år
- **Lille og mellemstor virksomhed (SMV):** am-bidrag under 250.000 kroner og/eller A-skat under 1 million kroner pr. år.

Du kan se på dit registreringsbevis, om din virksomhed er registreret som stor eller lille/mellemstor (SMV). Du finder registreringsbeviset under *Profil > Registreringsbevis* i [TastSelv Erhverv](#).

Folketinget har vedtaget en hjælpepakke til virksomheder som følge af coronavirus. Derfor er visse frister for betaling af A-skat og am-bidrag udskudt for små og mellemstore virksomheder.

Indberetningsfristerne ændres ikke.

[Læs mere på skat.dk/corona](https://skat.dk/corona)

De kommende betalingsfrister for små og mellemstore virksomheder ser derfor sådan ud:

Afregningsperiode	Indberetningsfrist	Betalingsfrist
April 2021	10. maj 2021	27. september 2021 (udskudt fra 10. maj 2021)
Maj 2021	10. juni 2021	31. januar 2022 (udskudt fra 10. juni 2021)
Juni 2021	12. juli 2021	12. juli 2021
Juli 2021	10. august 2021	10. august 2021
August 2021	10. september 2021	10. september 2021
September 2021	11. oktober 2021	11. oktober 2021
Oktober 2021	10. november 2021	10. november 2021
November 2021	10. december 2021	10. december 2021
December 2021	17. januar 2022	17. januar 2022
Januar 2022	10. februar 2022	10. februar 2022
Februar 2022	10. marts 2022	10. marts 2022
Marts 2022	11. april 2022	11. april 2022
April 2022	10. maj 2022	10. maj 2022
Maj 2022	10. juni 2022	10. juni 2022
Juni 2022	11. juli 2022	11. juli 2022
Juli 2022	10. august 2022	10. august 2022
August 2022	12. september 2022	12. september 2022
September 2022	10. oktober 2022	10. oktober 2022
Oktober 2022	10. november 2022	10. november 2022
November 2022	12. december 2022	12. december 2022
December 2022	17. januar 2023	17. januar 2023

I november beregner SKAT, om din virksomhed skal ændre registrering pga. højere eller lavere beløb for am-bidrag og A-skat i forhold til sidste år. Hvis SKAT ændrer din virksomheds registrering, får du nye indberetnings- og betalingsfrister.

Du skal huske at indsætte de nye frister i dit lønsystem. Indberetter din virksomhed via et lønbureau, skal du selv give lønbureauet besked om de nye frister.

Hvis du ikke indberetter fx moms, lønsumsafgift, A-skat og am-bidrag inden fristerne, laver SKAT et midlertidigt skøn for dig. Det kaldes også en foreløbig fastsættelse (FF) og koster 800 kr. hver gang.

Husk også at indberette "0", hvis du ikke har haft nogen aktivitet i perioden.

Hvis du ikke betaler fx moms, lønsumsafgift, A-skat og am-bidrag inden fristerne, bliver der automatisk beregnet og tilskrevet renter på Skattekontoen.

Forsikringer

Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra virksomhedsguiden.dk som er en fællesoffentlig platform. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link.

<https://virksomhedsguiden.dk/content/ydelser/emneoversigt/8a2ed4c1-1193-4dff-b268-a303766f1853/>

Som arbejdsgiver er det lovpligtigt at forsikre dine medarbejdere mod arbejdsulykker og erhvervssygdomme. Du har pligt til det, uanset om dine medarbejdere arbejder lønnet eller ulønnet, varigt eller midlertidigt.

Det er Arbejdsmarkedets Erhvervssikring (AES), der træffer afgørelser om arbejdsskader og erhvervssygdomme.

Forsikring, der dækker ved arbejdsulykker

Du skal tegne en arbejdsskadeforsikring, som dækker dine medarbejdere, hvis de kommer ud for en ulykke i forbindelse med deres arbejde. Du vælger selv, hvilken forsikringsudbyder du tegner forsikringen hos.

Ejer du et aktieselskab, anpartsselskab eller iværksætterselskab, har du også pligt til at tegne arbejdsskadeforsikring for dig selv. Rent juridisk er du nemlig ansat medarbejder, selv om du også er ejer af selskabet. Som arbejdsgiver har du samtidig pligt til at anmelde arbejdsulykker.

[Læs om anmeldelse af arbejdsulykker](#)

Forsikring, der dækker ved erhvervssygdomme

Du har også pligt til at sikre dine medarbejdere mod erhvervssygdomme. En erhvervssygdom er en sygdom, som skyldes belastninger på arbejdet. Fx rygsmerter eller eksem.

Du overholder dit ansvar for erhvervssygdomme ved at indbetale bidrag til Arbejdsmarkedets Erhvervssikring (AES-bidrag). Virksomhedens AES-bidrag beregnes på baggrund af virksomhedens indbetalte ATP-bidrag, og opkrævningen sker automatisk gennem 'Samlet Betaling'.

[Læs om Samlet Betaling](#)

Det er din medarbejders læge, der har pligt til at anmelde erhvervssygdomme til AES. Find mere information om reglerne, og om hvordan behandlingen af en arbejdsskadesag foregår hos AES.

[Læs mere på Arbejdsmarkedets Erhvervssikrings hjemmeside](#)

Som selvstændig kan du selv vælge, om du vil tegne forsikring

Hvis du er selvstændig og driver en personligt ejet virksomhed, fx en enkeltmandsvirksomhed eller et interessentskab (I/S), er det frivilligt, om du vil oprette en arbejdsskadeforsikring i tilfælde af arbejdsulykker.

Tilsvarende skal du aktivt tilmelde dig Arbejdsmarkedets Erhvervssikring for at få opkrævninger og derved opnå erstatning ved erhvervssygdomme.

Arbejdsmiljø - kend dine pligter som virksomhedsejer med ansatte

Det er arbejdsgiverens ansvar, at arbejdsmiljøforholdene i en virksomhed er sikkerheds- og sundhedsmæssigt fuldt forsvarlige. Din virksomhed skal derfor forebygge farlige eller risikofyldte situationer og sikre den fysiske og psykiske trivsel i hverdagen for medarbejderne.

[Guide](#)

Hurtig introduktion til dig som har ansat første medarbejder

[Brug Arbejdstilsynets guide, som på to minutter introducerer dig til dine arbejdsmiljø pligter](#)

Alle virksomheder med ansatte er omfattet af arbejdsmiljøloven

Det gælder, uanset om du kun har en enkelt, nogle få eller mange ansatte. Herunder kan du læse om de grundlæggende krav til virksomhedens arbejdsmiljøarbejde.

Alle virksomheder med ansatte skal udarbejde en arbejdspladsvurdering (APV)

Som arbejdsgiver er det dit ansvar at udarbejde en arbejdspladsvurdering og inddrage medarbejderne i processen. APV'en er din virksomheds redskab til at holde styr på arbejdsmiljøet. Her skal du blandt andet kortlægge virksomhedens eventuelle arbejdsmiljøproblemer og udarbejde en handlingsplan.

[Læs om arbejdspladsvurdering](#)

Arbejdsskader

Alle virksomheder skal ifølge arbejdsskadeloven sikre deres medarbejdere ved arbejdsskader. Din virksomhed skal derfor betale bidrag til Arbejdsmarkedets Erhvervssikring og tegne en privat forsikring, som sikrer dine ansatte ved arbejdsulykker.

[Læs om arbejdsskader](#)

Alle virksomheder skal holde en årlig arbejdsmiljødrøftelse

En gang om året skal du som arbejdsgiver indkalde dine ansatte til en snak om, hvordan det kommende års samarbejde om arbejdsmiljø skal tilrettelægges, og hvordan det seneste år er gået. På den årlige arbejdsmiljødrøftelse skal I blandt andet beslutte, hvilke mål I vil sætte for jeres arbejdsmiljøarbejde, og hvad I konkret vil gøre for at løse de arbejdsmiljøproblemer, virksomheden står overfor.

[Læs mere i guiderne til den årlige arbejdsmiljødrøftelse på Arbejdstilsynets hjemmeside](#)

Start-up finansiering



Introduktion

Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra virksomhedsguiden.dk som er en fællesoffentlig platform. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link.

<https://virksomhedsguiden.dk/content/emner/finansiering/>

Hvordan finansierer jeg min virksomhed? Finansiering kan være en vigtig del af livet som iværksætter. Egenkapital og fremmedkapital er nogle af de muligheder, du har for at skaffe kapital til etablering, drift og udvikling af din virksomhed.

Uanset hvilken idé du ønsker at realisere i din nuværende eller kommende virksomhed, vil du få brug for penge. Penge til udvikling, leje af lokaler, opbygning af lager, køb af maskiner eller noget helt andet. Behovene er individuelle, og de kan derfor variere meget. Tilsvarende findes der i dag også et bredt udbud af finansieringsmuligheder at vælge mellem.

I nedenstående får du først et kort overblik over relevante begreber. I de efterfølgende afsnit uddybes hvert afsnit yderligere.

Startkapital

Der er som regel behov for en form for startkapital, når du vil starte en virksomhed. Fx til køb af varelager, indretning af lokaler, køb af IT og mobil eller lignende. Det er vigtigt, at du laver et godt forarbejde i forhold til at kortlægge dit finansieringsbehov, inden du tager hul på tilværelsen som selvstændig.

For at sikre det gode forarbejde anbefales det altid, at du får lavet et gennemarbejdet etableringsbudget. Budgettet skal være baseret på realistiske forventninger, og der skal være afsat lidt til uforudsete udgifter. Med budgettet i hånden har du en god idé om, hvor mange penge du har behov for i den første periode, og hvornår det dermed er realistisk at komme i gang.

Etablerings- og iværksætterkonto

Der findes et bredt udbud af eksterne finansieringskilder i form af blandt andet pengeinstitutter, leasingselskaber og investorer. Uanset hvem du går i dialog med, vil de stille krav om, at du selv indskyder et større eller mindre beløb i virksomheden. Derfor anbefales det, at du har sparet penge op. Det kan fx være på en etablerings- eller iværksætterkonto, som er underlagt en lempet skatteordning, og som du kan bruge ved stiftelsen af din virksomhed. Det vil også øge din troværdighed i forhold til eksterne parter.

Fremmedkapital

I langt de fleste tilfælde vil dit eget indskud ikke kunne dække hele finansieringsbehovet. Derfor skal du også skaffe ekstern finansiering i form af lån (fremmedkapital) i pengeinstitut eller lignende. Her er det vigtigt, du er opmærksom på, at der som oftest vil blive stillet krav om privat sikkerhedsstillelse.

Driftskapital (likviditet)

Når din virksomhed er ude over opstartsperioden og er i drift, vil der ofte være behov for fortsat fremmedfinansiering. Derfor er det vigtigt, at du løbende opdaterer dit budget for at kunne forklare det fremadrettede finansieringsbehov. Da du er ude over etableringsfasen, som er kendetegnet ved ekstraordinære opstartsomkostninger, vil det fremadrettede behov i større omfang være afhængigt af driften. Derfor betegnes dette finansieringsbehov som 'driftskapital'.

Driftskapitalen dækker blandt andet det behov, der er, fra du køber en vare til dit lager, til din kunde har betalt for den. Mange virksomheder vælger at benytte en kassekredit i pengeinstituttet til denne type mellemfinansiering.

Det er ikke uden omkostninger at finansiere driften med en kassekredit. Derfor vil det ofte være en god idé at have fokus på, om virksomheden kan nedbringe arbejdskapitalen –også kaldet 'working capital management'. Derved øger du likviditeten og den finansielle modstandskraft til at imødekomme uforudsete forhold. Det handler om at være bevidst om mulighederne for at frigøre de penge, som din virksomhed har bundet i debitorer, kreditorer og lagre.

Sådan forbedrer du virksomhedens arbejdskapital

Der findes et par almene tiltag, der kan hjælpe din virksomhed med at forbedre arbejdskapitalen.

Du kan:

- sikre, at virksomheden har en fornuftig finansieringsstruktur, så større engangsinvesteringer er placeret på lån med en afstemt løbetid
- reducere pengebindinger i debitorer mest muligt ved at optimere rykkerprocedurerne
- benytte finansielle redskaber som 'factoring', hvor et finansieringsinstitut udbetaler dine tilgodehavender helt eller delvist, før en kreditor reelt betaler fakturaen (dette kræver, at banken ikke har sikkerhed i debitorerne)
- betale dine leverandører til tiden, så din virksomhed undgår unødige renteomkostninger eller gebyrer
- arbejde systematisk med at optimere størrelsen af lagerbeholdningen, så din virksomhed undgår lagerophobning.

Vækstkapital

Vækstfinansiering er, når din virksomhed har brug for penge til ekspansion, forøgelse af aktiver eller udvikling. Der findes mange forskellige finansieringsformer og mange forskellige aktører på området. Typisk vil din virksomheds vækst kunne finansieres ved at:

- virksomheden får et vækstlån (fremmedkapital)
- virksomheden afgiver ejerandele til en part, som skyder penge ind i virksomheden (egenkapitalfinansiering)
- virksomheden får et tilskud fra en offentlig støtteordning.

Finansiering med egenkapitalinvestering

Egenkapitalinvesteringer er penge, der kommer fra investorer, som samtidig får en ejerandel i din virksomhed. Dermed tager investorerne del i de risici, der er forbundet med at drive virksomheden, med udsigten til en senere fortjeneste, hvis det går virksomheden godt.

Hvad er egenkapitalinvestering?

Finansiering med egenkapital er en direkte investering i din virksomhed, og kapitalen kommer typisk fra en business angel, en fond eller en ventureinvestor. Som ordet antyder, er egenkapital den kapital i virksomheden, som tilhører ejerne, og en eventuel investor bliver derfor per definition medejer af virksomheden. En investor stiller ikke noget krav om renter eller tilbagebetaling inden for en fastlagt tidshorisont. Investorens fortjeneste vil derimod oftest materialisere sig efter en årrække, når ejerandelen konverteres gennem et salg af virksomheden.

Hvem er det relevant for?

Der er stor risiko forbundet med at investere egenkapital i en virksomhed, og investorerne forventer derfor et tilsvarende højt afkast til gengæld. Derfor ser man typisk egenkapitalinvesteringer i helt unge virksomheder med stort skaleringspotential og ambitioner om at nå ud over landets grænser.

Hvad er fordelene?

Engagement: Dine investorer har stor interesse i, at din virksomhed bliver en succes. De har, ligesom dig, hånden på kogepladen, og tjener kun på deres investering, hvis din virksomhed bliver til en god forretning.

Ressourcer: Ud over penge, får du med en investor også eksempelvis kompetencer, brancheerfaring, netværk og viden ind, som du kan trække på i den strategiske udvikling af din virksomhed.

Hvad skal du overveje?

Tid og ressourcer: Det kan være en krævende proces at rejse egenkapital både mentalt og tidsmæssigt. En investeringsproces kan vare flere måneder fra første kontakt til endelig underskrift. En investor er grundig i sin gennemgang af din virksomhed og vil gå i dybden med at se på for eksempel forretningsmodellen, teamet og deres kompetencer (due diligence).

Efterfølgende skal du sætte ressourcer af til løbende at sende materiale og rapportere om virksomheden, så dine investorer kan følge udviklingen.

Finansiering med fremmedkapital

Begrebet fremmedkapital dækker over penge, som kommer udefra – ofte er der tale om lån og kreditter fra banken. Her beholder du som ejer selv hele ejerskabet af din virksomhed. Til gengæld kræver banken sikkerhed for lånets tilbagebetaling i form af pant i for eksempel ejendom eller varelager eller i form af personlig kaution. Der er ofte krav om, at der bliver stillet en form for sikkerhed, når der bliver ydet lån.

Hvad er fremmedkapital?

Fremmedkapital er den del af din virksomheds finansiering, som kommer udefra, fx i form af lån fra fx banken eller andre institutioner. De mest traditionelle former for fremmedkapital er lån og kreditter, typisk fra banken. Modsat en investor kræver banken ikke ejerandele i din virksomhed, men derimod sikkerhed for lånets tilbagebetaling i form af pant i for eksempel ejendom eller varelager eller i form af personlig kaution. Prisen for fremmedkapital er typisk et etableringsgebyr samt løbende rentebetaling, der afspejler finansieringens risiko.

Hvem er det relevant for?

Finansiering via fremmedkapital er typisk relevant for virksomheder, der er et godt stykke i deres udvikling, og som allerede har produkter på hylden og kunder i butikken. Der skal være omsætning, som gør din virksomhed i stand til at servicere et lån i form af renter og afdrag.

Hvad er fordelene?

- **Kontrol:** Ved at optage et lån bevarer du dit ejerskab og den fulde kontrol over virksomheden.
- **Kortere proces:** Det er typisk ikke nær så tidskrævende at få et lån i banken, som det er at rejse egenkapital.
- **Individuelle løsninger:** Lånebetingelser kan oftest skræddersys efter din virksomheds behov.

Hvad skal du overveje?

- **Fleksibilitet:** Et lån er i udgangspunktet ikke fleksibelt. Det vil sige, at du kan risikere at betale renter for penge, du ikke bruger. Derudover kan de faste renteindbetalinger dræne likviditeten i din virksomhed, og der vil være færre penge til at investere i udvikling og vækst.
- **Sikkerhed:** En bank vil stille krav til sikkerheder for lånet. Det kan være pant i ejendom og varelager, men de kan også stille krav om, at du selv investerer i forbindelse med lånet eller stiller personlig kaution.

Skatteordninger til finansiering

Hvis du vil spare penge op til at starte din egen virksomhed, kan du hente hjælp i skatteordningerne om etableringskonto og iværksætterkonto. Hvis du investerer i små og mellemstore selskaber, som er i en opstarts- eller vækstfase, kan du benytte dig af investorfradragsordningen.

Etablerings- og iværksætterkonto

I korte træk går ordningerne ud på, at du kan spare op på en særlig bankkonto (etableringskonto eller iværksætterkonto) og trække indbetalingerne fra i skat.

Går du således med en langsigtet drøm om at starte egen virksomhed, kan du med fordel indbetale et beløb hvert år til kontoen i banken og få et ekstra skattefradrag på selvangivelsen.

[Læs mere om etablerings- og iværksætterkonto](#)

Investorfradrag

Investorfradraget kan enten gives, hvis du investerer direkte i visse selskaber, der er i en opstarts- eller vækstfase, eller hvis du investerer indirekte i målselskaber via investorfradragsfonde.

Formålet med investorfradraget er at styrke iværksætterkulturen og give virksomhederne lettere adgang til risikovillig kapital.

Ejerskab og beslutningstagen: Den andel, du ejer af din virksomhed, vil blive mindre, når du tager en investor med ombord. I den forbindelse er det værd at huske, at egenkapital ofte kommer i flere runder, hvilket over tid kan betyde, at dine ejerandele mindskes. Ud over ejerandele skal du også være klar til at give afkald på en del af kontrollen og fremover træffe vigtige beslutninger i samråd med din investor, der typisk også stiller krav om en post i bestyrelsen.

[Læs mere om investorfradrag](#)

Få støtte via offentlige tilskudsordninger

Offentlige tilskudsordninger er ofte møntet på projekter inden for entreprenørskab, forskning, innovation og teknologi, der kan skabe vækst og værdi for din virksomhed og samfundet. Bliv klogere på de offentlige tilskudsordninger, og hvem de er relevante for.

Hvad er tilskud?

Offentlige tilskud er en økonomisk støtte, som du kan få som supplement til din selvfinansiering. Tilskudsordninger betegnes også som 'gratis kapital' eller 'soft money' og modsat egenkapitalinvestering eller fremmedkapital, kræver en tilskudsyder ikke anpart, afkast eller tilbagebetaling fra din virksomhed. Du bevarer således det fulde ejerskab.

De offentlige tilskud er typisk tidsbegrænset og henvender sig til projekter inden for entreprenørskab, forskning, innovation og teknologi, der kan skabe bæredygtig vækst og værdi for virksomheden og samfundet.

Hvem er det relevant for?

Finansiering via et tilskud er typisk relevant for små og mellemstore virksomheder samt startups, der søger et økonomisk rygstød for at gå fra tanke til produkt. Det kan ligeledes være større virksomheder, som i partnerskab med en eller flere aktører søger midler til et specifikt udviklingsprojekt.

Hvad er fordelene?

Kontrol: Tilskud er en effektiv måde at reducere økonomiske risici forbundet med innovation og udvikling. Med støtte fra danske fonde udvandes virksomheden ikke – du bevarer ejerskabet.

Kortere proces: En tilskudsordning understøtter og fremmer gennemførslen af et projekt, så vejen fra tanke til produkt forkortes. Foruden økonomiske midler vil vejledning og videnudveksling typisk være en del af projektprocessen.

Katalysator: En offentlig bevilling kan fungere som blåstempling for andre investorer. Samspil mellem statslige og private aktører er ofte fordelagtigt.

Hvad skal du overveje?

Konkurrence: Der er konkurrence om de offentlige tilskud, og ansøgningsprocessen kan være ressourcekrævende afhængig af bevillingsstørrelsen. Det kræver derfor en stærk projektidé, allokering af tid og de rette kompetencer i teamet for at sælge dit projekt.

Krav: Der er en række varierende krav til dig som tilskudsmodtager. Du skal bl.a. sikre transparent driftsstyring i overensstemmelse med lovgivninger og specifikke regler. Derudover er det dit ansvar, at din virksomhed har realistiske målsætninger, strategier og handlingsplaner, og du skal sørge for, at du når målet for tilskuddet og aflægger regnskab samt en afsluttende resultatopfølgning.

Kapitalbegrænsninger: Der er tale om en tilskudsordning, som kræver en medfinansiering af projektet enten med egen eller anden ekstern kapital. Desuden refunderer flere støtteordninger først afholdte udgifter efter noget tid, hvilket kræver tilstrækkelig mellemfinansiering.

Start-up infrastruktur

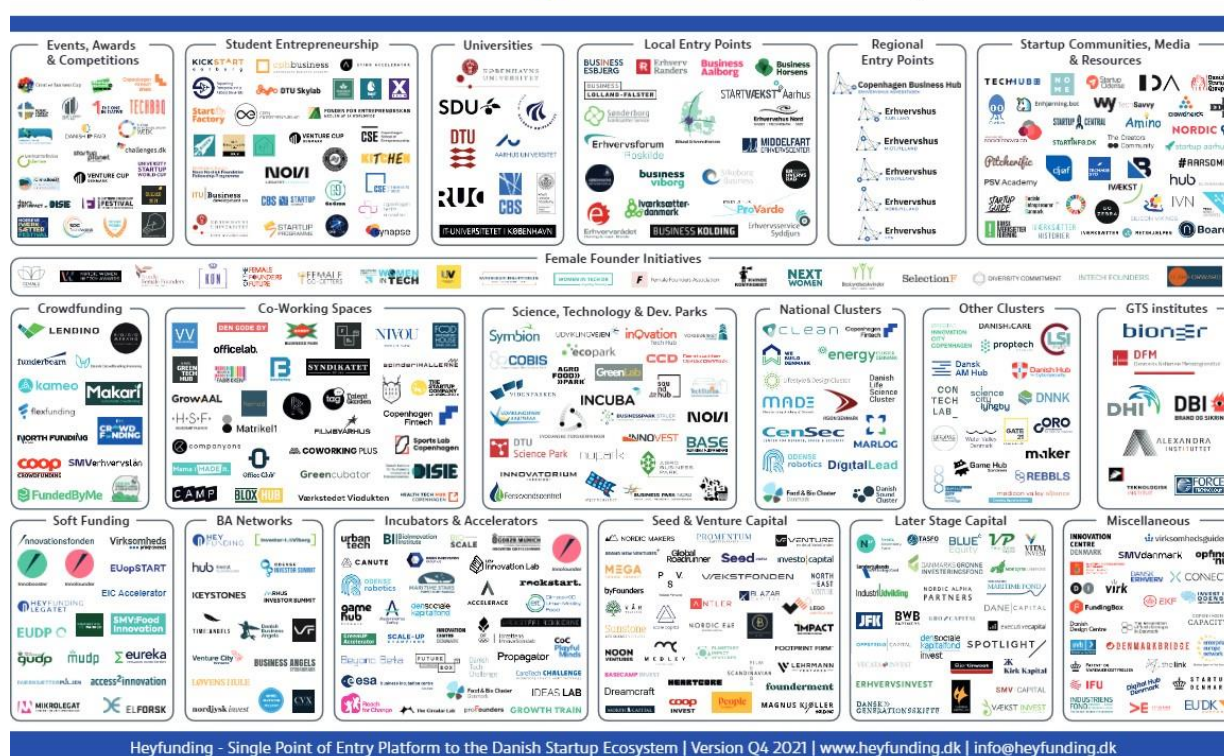
Et overblik

Heyfunding har lavet et godt overblik over det danske startup økosystem, som du kan finde lige her: <https://blog.heyfunding.dk/blog/det-danske-startup-okosystem>

The Danish Startup Ecosystem by



SPOTLIGHT
STOCK MARKET



Grafikken er delt op i forskellige kategorier og indeholder tiltag, aktører, business angels og investorer fra det danske startup økosystem. Kategorierne er dannet ud fra hvilke forskellige områder, startups er interesseret i.

Skabeloner til din virksomhed

Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra virksomhedsguiden.dk som er en fællesoffentlig platform. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link.

<https://virksomhedsguiden.dk/content/ydelser/skabeloner-til-din-virksomhed/e5f90ace-73e4-496a-877a-b9afeae7ffd7/>

Her finder du skabeloner til budget, forretningsplan, kontrakt, vedtægter, stiftelsesdokument og salgs- og leveringsbetingelser. Brug skabelonerne, når du skal starte eller videreudvikle din virksomhed.

Indholdet i skabelonerne herunder udgør ikke juridisk rådgivning, og Erhvervsstyrelsen anbefaler, at du søger råd og vejledning, når du er i tvivl. Skabelonerne benyttes på eget ansvar.

Stiftelsesdokumenter og vedtægter til selskaber

Når du registrerer en virksomhed i selskabsform, skal du samtidig uploade stiftelsesdokument og vedtægter. Udfyld nedenstående skabeloner, og hav dem klar, når du skal registrere din virksomhed på Virk.

- [Stiftelsesdokument og vedtægter til ApS](#)
- [Stiftelsesdokument og vedtægter til A/S](#)
- [Vedtægter til A.M.B.A. og F.M.B.A.](#)
- [Interessentskabskontrakt](#)

Budgetter

Med nedenstående budgetskabeloner kan du holde styr på din økonomi, uanset om du er i opstarts- eller driftsfasen med din virksomhed.

- [Etableringsbudget](#)
- [Driftsbudget](#)
- [Likviditetsbudget](#)
- [Vurdér din økonomi i forbindelse med coronakrisen](#)

Forretningsplan

En forretningsplan er en beskrivelse af den virksomhed, du vil etablere og en plan for, hvordan du vil drive og udvikle den.

- [Forretningsplan](#)

Kontrakter og aftaler

Når du indgår en aftale med en samarbejdspartner, kunde eller leverandør, er en forretningsaftale en af forudsætningerne for et godt samarbejde. Kontrakter og aftaler skaber klare rammer for samarbejdet og dermed tryghed for de involverede parter.

- [Forhandleraftaler](#)
- [Handelsagentaftale](#)
- [Licensaftale](#)
- [Leverandøraftale](#)

Salgs- og leveringsbetingelser

Salgs- og leveringsbetingelser ved salg af produkter og serviceydelser beskriver dine rettigheder og forpligtelser over for kunderne.

- [Salgs og leveringsbetingelser for produkter og serviceydelser til erhvervskunder](#)

Instrumenter til start-up support

Oplysningerne i dette afsnit er indhentet fra virksomhedsguiden.dk som er en fællesoffentlig platform. For at se de mest opdaterede informationer, besøg følgende link.

<https://virksomhedsguiden.dk/content/ydelser/emneoversigt/8a2ed4c1-1193-4dff-b268-a303766f1853/>

Bogføringsprogrammer

4 ting du skal overveje, når du skal vælge bogføringsprogram

Et bogføringsprogram kan hjælpe dig med bogføring af virksomhedens fakturaer, bilag og andet materiale til regnskabet. Du kan eventuelt udvide dit program til bogføring, så det også bliver dit regnskabsprogram.

Hvis du beslutter at bruge et program til din bogføring, bør du overveje, hvilke ønsker du har til funktionalitet, brugervenlighed og pris - og ikke mindst programmets evne til integration med andre IT-programmer i din virksomhed.

Et bogføringsprogram skal matche dine behov

Du finder rigtig mange digitale programmer til bogføring, som gør det nemt for dig at udføre din bogføring, så du har overblik over indtægter, udgifter, moms, ubetalte regninger, debitorer osv. Du bør vælge et program, som matcher dine behov. En række parametre indgår typisk i overvejelserne, når virksomheder vælger program til bogføring, blandt andet:

1. funktionalitet
2. brugervenlighed
3. pris
4. integration med andre systemer.

Din rette løsning

Når du skal udpege den rette løsning for din virksomhed, er det vigtigt, at du fra starten overvejer, hvad dine behov er. Handler det i første omgang om en simpel bogføring, der sikrer dig, at du har styr på dine indtægts- og udgiftsbilag? Eller er det også vigtigt for dig, at du har et regnskabsprogram med smarte teknologier som automatisk fakturascanning, bankafstemning osv.?

Er du i startfasen og endnu uden det store erfaringsgrundlag med bogføring, så har du sandsynligvis ikke svarene på de spørgsmål. Her er det en god idé at hente sparring fra dit netværk og få gode råd fra virksomhedsejere, som har behov, som minder om dine. Dit lokale erhvervshus hjælper også med sparring og afdækning af dine behov.

Vælg et system, der kan opgraderes med automatisering

I en startfase er det måske ikke særlig vigtigt, at dit bogføringssystem har avancerede funktioner, der automatiserer dine processer. Men fravælger du det til en start, så sørg for, at din løsning gør det muligt at opgradere og udbygge med ekstra funktioner, uden at du skal skifte system.

Du kan eksempelvis effektivisere din bogføring med automatisk:

- fakturascanning
- bogføring af bilag
- betaling af kreditorer
- rykker- og inkassoproses
- bankafstemning.

Dine systemer skal tale sammen

De digitale processer vinder i dag ind i stort set alle led i en virksomhed. Her er det en stor fordel at vælge digitale løsninger, som kan tale sammen og interagere. Det gælder i høj grad også med valg af bogførings- og regnskabsprogram. Med et system, som kan integreres, minimerer du manuelle processer, og samtidig sikrer du dig, at jeres data kan udveksles på tværs af systemer.

Afhængig af hvilken type virksomhed du driver, kan det være en styrke for dig med et bogførings- og regnskabssystem, som eksempelvis kan integreres med:

- webshop
- betalingssystemer
- lønsystemer
- lagerstyring
- projektstyring.

Ved de fleste udbydere af bogførings- og regnskabsprogrammer kan du se, hvilke muligheder deres løsning rummer.

Budgetter: Overblik og skabeloner

Læg budget og få overblik over virksomhedens økonomi

Dit etableringsbudget, driftsbudget og likviditetsbudget er centralt for at skabe overblik over din virksomheds økonomi.

Herunder kan du finde budgetskeemaer til etableringsbudgettet, driftsbudgettet og likviditetsbudgettet. Det er de tre budgetter, du skal bruge, når du skal finde ud af, hvad det koster at starte din virksomhed, om din virksomhed er rentabel, og om den har en sund likviditet.

- **Etableringsbudgettet** viser, hvor mange penge, du har brug for, når du som iværksætter ønsker at starte virksomhed. Hvad skal du investere af penge for at komme i gang?
- **Driftsbudgettet** viser, om du kan få overskud af din virksomhed og tjene penge til dig selv.
- **Likviditetsbudgettet** viser, om der hver måned er nok penge til at betale virksomhedens regninger.

Få overblik over din økonomi i forbindelse med corona/covid-19-situationen

Som følge af corona/covid-19-situationen kan det være en god idé at foretage en risikovurdering af dit likvide beredskab og se på dit fremtidige behov for penge. Benytter du dig af hjælpepakkerne, og skubber du fx dine skattebetalinger, skal du også tage højde for, hvad det kommer til at betyde for din fremtid.

På baggrund af corona/covid-19-situationen bør du overveje at:

- tilpasse din virksomheds budgetter hurtigst muligt
- få overblik over din gældssituation og dine hæftelser, kautioner og pantforhold, herunder konsekvensen ved at udskyde diverse betalinger over en længere periode
- få overblik over leverandøraftaler og andre forpligtelser
- afdække områder, hvor likvider kan frigøres
- få overblik over kapitalbehov
- få overblik over ressourcer, fx revisor, advokat og brancheforeninger
- revurdere en ønsket fremtid.

Få overblik med scenarieberegneren

Brug scenarieberegneren til at få overblik over, hvordan dine 2021-tal kan komme til at se ud. Læs vejledningen (indeholdt i linket) grundigt, find det relevante talmateriale frem – og gå så i gang.

[Hent scenarieberegneren \(Excel\)](#)

Brug et budgetskema til at udarbejde dit etableringsbudget

Etableringsbudgettet skal du udarbejde for at kortlægge dit finansieringsbehov, inden du starter din virksomhed. Du skal gøre et godt forarbejde, og dit etableringsbudget skal være realistisk. Der skal også være afsat et beløb til uforudsete udgifter. Med dit etableringsbudget i hånden har du en god idé om, hvor mange penge du har behov for i den første periode, og hvornår det er realistisk at komme i gang med virksomheden.

Etableringsbudgettet opdeles typisk i sektioner med udgiftsposter til følgende:

- Lokaler
- Produktionsudstyr
- Butiksinventar
- Kontorinventar
- Varekøb
- Bil
- Rådgivere
- Markedsføring
- Andre udgifter.

Måske skal du bruge alle, måske kun nogle få af de ovenstående poster i dit etableringsbudget. Det afhænger naturligvis af, hvilken virksomhed du vil starte. Hvis du fx skal opbygge et værksted eller en detailforretning, skal du finde penge til husleje, køb af maskiner, råvarer eller lagervarer mv. Hvis du derimod starter som konsulent med et hjemmekontor og i forvejen har pc, skærm mv., som du vil benytte til dit arbejde, vil dit startbudget være lille eller tæt på nul.

[Download budgetskema til etableringsbudget \(Excel\)](#)

Brug et budgetskema til at opstille dit driftsbudget

Driftsbudgettet skal du opstille for at få overblik over de udgifter og indtægter, som du forventer at have i din virksomhed. Driftsbudgettet viser det forventede resultat, så du og mulige investorer kan se, om din virksomhed kan forventes at være rentabel. For dit eget vedkommende er det især relevant at finde ud af, om din virksomhed kan give overskud, så du kan tjene penge i virksomheden – enten som ansat i eget selskab eller som overskud i en personligt ejet virksomhed.

Driftsbudgettet udarbejdes typisk for en periode på 12 til 24 måneder og omfatter følgende:

- Omsætning
- Variable omkostninger
- Faste omkostninger
- Renter
- Afskrivninger.

Omsætningen er dit salg eksklusive moms og herfra skal trækkes de omkostninger, som er variable. Det vil sige udgifter, der afhænger af salget, fx timelønninger, råvarer og transport. Nu står du med dækningsbidraget, også kaldet bruttofortjenesten, for din virksomhed.

For at få nettofortjenesten skal du trække faste omkostninger, renter og afskrivninger fra. De faste udgifter er fx lokaleleje, funktionærlønninger, kontingenter og internetforbindelse mv.

Afskrivningerne er de løbende værdiforringelser, som sker på fx maskiner eller andet udstyr.

Bruttofortjenesten = Omsætningen minus variable omkostninger

Nettofortjenesten = Bruttofortjenesten minus faste omkostninger, renter og afskrivning

Når din virksomhed er i driftsfasen, bør du hver måned sammenligne driftsbudgettet med dit faktiske regnskab og vurdere, om dit driftsbudget stadig giver et dækkende og realistisk bud på din nettofortjeneste.

[Læs mere om regnskab og kontoplan](#)

[Budgetskema til driftsbudget \(Excel\)](#)

Brug et budgetskema til at opstille dit likviditetsbudget

Likviditetsbudgettet skal du opstille for at være sikker på, at din virksomhed har penge i banken til at betale regningerne rettidigt. Der kan fx opstå problemer med din likviditet, hvis der går for lang tid, fra du betaler for indkøb af varer, til at pengene for salget af varerne går ind på din bankkonto.

Likviditetsbudgettet har fokus på, hvornår indbetalinger og udbetalinger skal falde.

Likviditetsbudgettet er det budget, som er sværest at udarbejde, og her kan det være en god idé at få hjælp af en revisor, advokat eller regnskabskyndig. Erhvervshusene kan vejlede dig om, hvordan du benytter og udfylder budgetskabelonen.

