

Idé, vision, mission og SMART objectives

Hvad er et idégrundlag?

Virksomhedens idé er det, som virksomheden producerer/laver: Forlaget Columbus udgiver bøger, Adidas laver sportstøj etc. etc.

Hvad er en vision?

Visionen er *formålet* med virksomheden og fortæller, hvad virksomheden vil i fremtiden. En vision kan for eksempel indeholde de værdier, som virksomheden ser som væsentlige. Visionen fortæller også, hvad virksomheden vil opnå fremover, og hvorfor den vil opnå netop dette.

Hvad er en mission?

Virksomhedens **mission** er målet med virksomhedens aktiviteter på den mellemlange bane. Virksomhedens mission indeholder tanker om, hvordan visionen opnås.

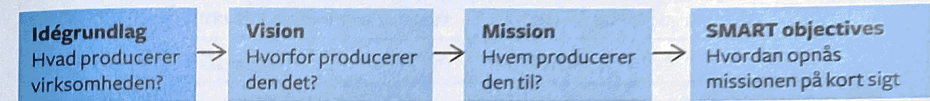
Hvad er SMART objectives?

SMART objectives er målbare og konkrete punkter for, hvordan virksomheden vil opnå sin mission. .

Hvad kan du bruge din viden om idé, vision, mission og SMART objectives til?

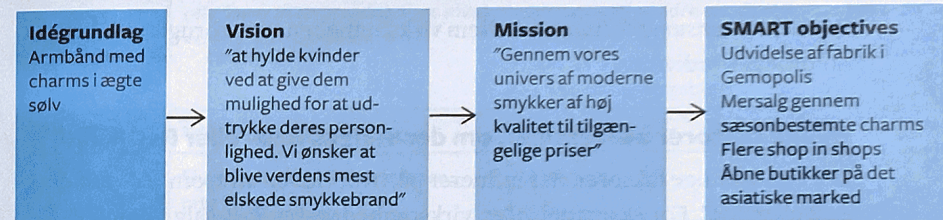
For en virksomhed er det centralt, at virksomheden har gjort sig nogle nøje overvejelser over, hvad virksomhedens formål er, og hvad målet med virksomhedens aktiviteter er på den mellemlange bane. Virksomhedens vision og mission influerer på, hvilke strategier virksomheden kan/vil anvende for at nå de givne mål. SMART objectives indgår som en del af disse strategiske overvejelser. Når du identificerer en virksomheds idé, vision, mission og SMART objectives får du mulighed for at kunne analysere og diskutere, hvordan virksomheden kan opnå dette samt hvilke fordele og ulemper, der er forbundet hermed.

Figur 12 Virksomhedens idégrundlag, vision, mission og SMART objectives



Kilde: Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling-Jepsen, Luk virksomheden op! Forlaget Columbus, 2017, side 40.

Figur 13 Idégrundlag, vision, mission og SMART objectives. Pandora A/S 2016



Kilde: Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling-Jepsen, Luk virksomheden op! Forlaget Columbus, 2017, side 40.

Figur 14 SMART objectives

Objectives	Definition
S	Specifikt: Missionen skal være specifik og indikere, præcis hvad der skal gøres og hvordan.
M	Målbart: Det skal være let at måle fremgang/tilbagegang, så det kan konkluderes, om missionen er nået.
A	Attraktivt: Det skal være attraktivt. Der skal være motivation for at opnå missionen.
R	Realistisk: Det skal være muligt at opnå missionen med den nuværende situation som udgangspunkt. Det skal være muligt at tro på, at det lykkes.
T	Tidsbestemt: Missionen skal have en klar tidshorison og en deadline, så det er muligt at planlægge strategiske og taktiske skridt til opfyldelse af missionen.

Kilde: Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling-Jepsen, Luk virksomheden op! Forlaget Columbus, 2017, side 40.

B2B og B2C

Hvad er B2B?

Business to business – handel mellem virksomheder/institutioner.

Hvad er B2C?

Business to consumer – handel mellem virksomheden og forbrugeren/husholdninger/individer.

Hvilke faktorer bestemmer, om der vælges B2B- eller B2C-salg?

Der er adskillige faktorer, der influerer på, hvorvidt en virksomhed vælger B2B eller B2C. For eksempel vil en virksomhed ved et B2B-salg minimere omkostningerne til marketing, da det er den anden virksomheds ansvar at få kendskabet til produktet ud til slutbrugeren. Dog skal der bruges ressourcer på personligt salg til den anden virksomhed. Der er desuden væsentligt færre kunder ved B2B-salg end B2C-salg. Ved B2C-salg kan virksomheden alt andet lige få mere for produktet, da det ikke skal igennem et eller flere distributionsled, der alle skal have et afkast, inden produktet når slutbrugeren. Ved B2C-salg skal der dog anvendes ressourcer på marketing, så slutbrugeren får øjnene op for produktet.

Hvad kan du bruge din viden om B2B og B2C til?

Når virksomheder vælger, hvordan de får produktet ud til slutbrugeren, vil de overveje fordele og ulemper ved at anvende henholdsvis B2B- eller B2C-salg. Ofte er det produkafhængigt, hvilken form for distribution der vælges. For en landmand vil et B2C-salg være relativt omstændeligt, da slutbrugeren ikke nødvendigvis ønsker korn eller råmælk. I denne branche er B2B-salg mere nærliggende, hvor distributionsledet står for forarbejdningen. Et B2C-salg i landbruget vil alt andet lige begrænse sig til vejboeder, hvor råvarerne købes direkte af slutbrugeren. Når du arbejder med cases i erhvervsøkonomi, kan du diskutere fordele og ulemper for den pågældende virksomhed ved at anvende henholdsvis B2B- eller B2C-salg.

Figur 15 Karakteristika ved B2B- og B2C-markedet

Karakteristika	B2B-markedet	B2C-markedet
Kunde	Virksomheder og institutioner	Husholdninger og individer
Antal kunder	Relativt få	Mange
Efterspørgsel	Varer og ydelser til videre forarbejdning eller salg	Varer og ydelser til endeligt forbrug
Segmentering	Industrielt marked Mellemhandlermarked Institutionsmarked	Geografisk, socioøkonomisk, psykologisk, adfærd, livsstil
Købsadfærd	Professionel, teknisk ekspertise, relationer til leverandør, flere involverede i købsbeslutningen	Privat/personlig, sociale/psykologiske motiver, mindre teknisk ekspertise, intet forhold til leverandør, ofte kun én beslutningstager
Produkt	Teknisk kompleks løsning	Standardprodukt
Pris	Skriftligt udbud i konkurrence, ofte licitation	Listepriser
Promotion	Få distributionsled, ofte direkte salg	Mange distributionsled, sjældent direkte salg
Placement (distribution)	Hovedvægt på personligt salg	Typisk hovedvægt på reklamer og sales promotions/sampling
Indsigt	Relativt stor indsigt, markedanalyser bestemmer køb, træffer rationelle valg	Begrænset indsigt, ofte irrationelle valg

Baseret på Philip Kotler: "A Framework for Marketing Management", s. 102-105, 2006, Michael Andersen: "Erhvervsøkonomi i videnssamfundet", Columbus 2007 og www.trojka.dk: "Valg på B2B-markedet".

Interessenter og interessentanalyse

Hvad er en interessent?

En **interessent** er en person, virksomhed, institution eller andet, der har betydning for, har interesse i og er afhængig af en virksomheds drift. Det kan for eksempel være leverandører, kunder, medarbejdere, lovgivere, konkurrenter, aktionærer, långivere og ledelsen.

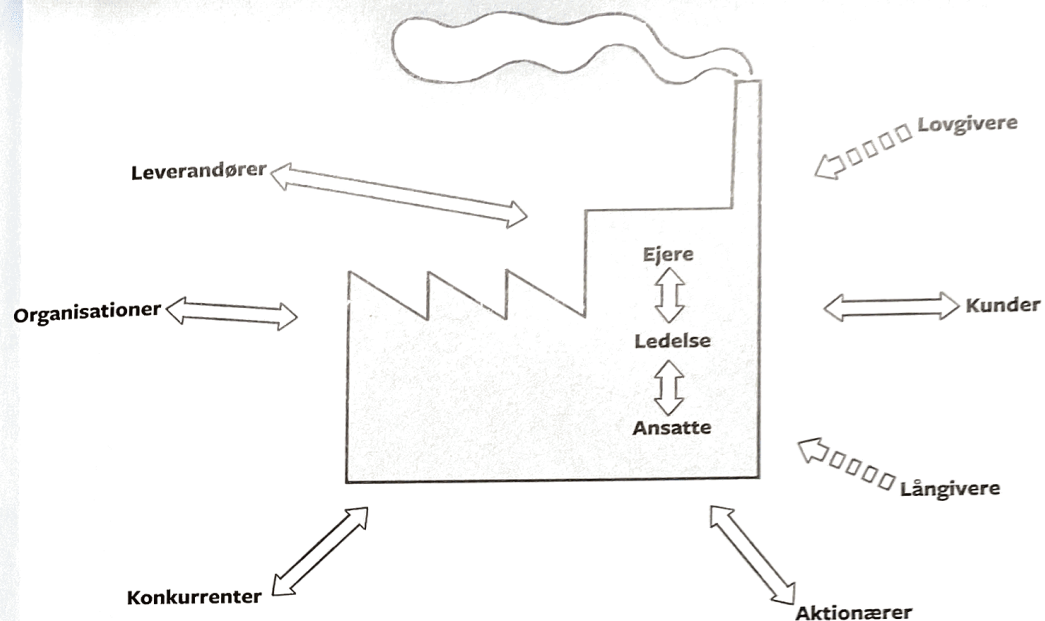
Hvad er en interessentanalyse?

En interessentanalyse er en analyse af interessenter, der har interesse i en virksomheds drift og vækst. Virksomhedens interessenters interesse kan vurderes på en skala fra 0 til 10. Efterfølgende kan interessenternes betydning sammenfattes i en model, der angiver interessenternes betydning for virksomheden (se figur 17).

Hvorfor skal en virksomhed lave en interessentanalyse?

Interessentanalysen giver virksomheden mulighed for at danne sig et overblik over, hvor betydningsfulde de forskellige interessenter er for virksomheden. Virksomheden har efterfølgende mulighed for at lave nogle ændringer, der har til hensigt at påvirke interessenternes betydning for virksomheden. For eksempel hvis en virksomheds leverandør vurderes til 10 (altafgørende betydning), så kan virksomheden overveje, om den skal afsøge muligheden for at få tilknyttet andre leverandører, da den er sårbar over for ændringer i forholdet til leverandøren. En interessentanalyse bør udarbejdes med jævne mellemrum.

Figur 16 Interessenter



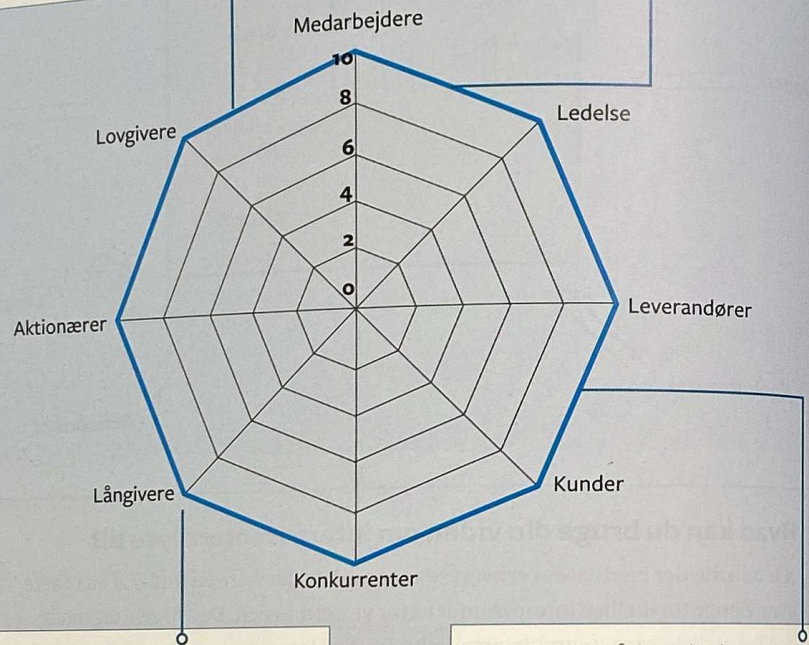
Hvad kan du bruge din viden om interessentanalyse til?

Når du arbejder med cases i erhvervsøkonomi, kan det være en fordel at analysere, hvor vigtige forskellige interessenter er for virksomheden. Det vil give dig mulighed for at diskutere, hvorvidt virksomheden skal foretage nogle strategiske ændringer med henblik på at mindske eller øge visse interessenters vigtighed for virksomheden. Det er også relevant at udarbejde en interessentanalyse, hvis du arbejder med din egen virksomhed i erhvervsøkonomi i forbindelse med projektarbejde, innovation med mere.

Figur 17 Virksomhedens interessenter

Den blå streg viser, hvor vigtig interessenten er for virksomheden. Når du arbejder med en case/en virksomhed, kan du selv tegne punkterne for hver interessent ind i modellen og efterfølgende forbinde dem.

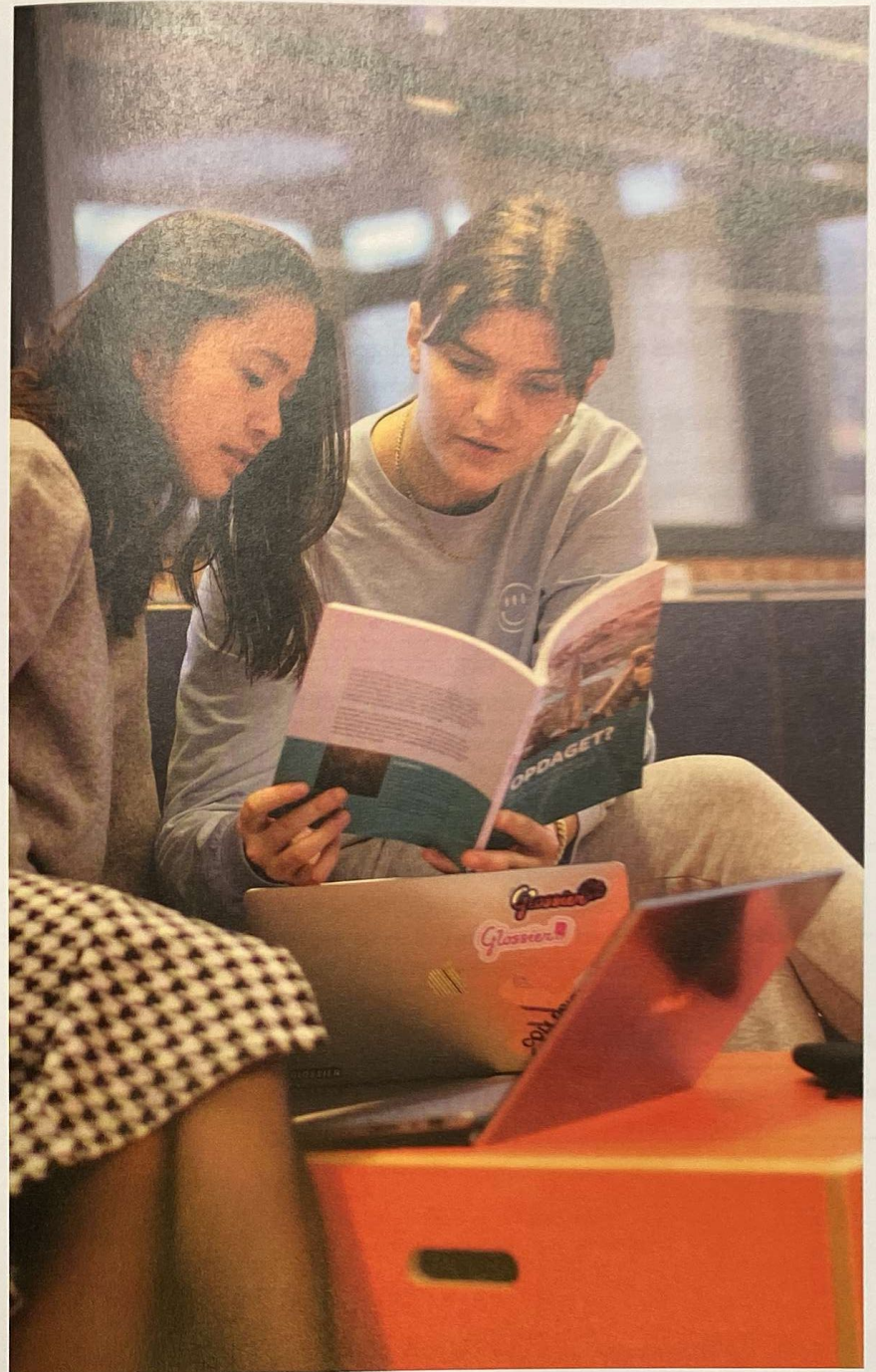
Jo højere tal, des vigtigere er den pågældende interessent for virksomheden. 10 = afgørende, 0 = ubetydelig.



Det er centralt for virksomheden at vide, hvor vigtige de enkelte interessenter er for virksomheden. Hvis for eksempel leverandører er på '10', er de af afgørende betydning for virksomheden. Virksomheden skal overveje at mindske afhængigheden af leverandørerne, da det kan få indflydelse på virksomhedens drift, hvis leverandørerne for eksempel ikke kan levere råvaren eller hæver prisen.

Der er forskel på, hvordan interessentanalysen vil se ud, alt afhængigt af hvilken virksomhed du analyserer. En interessentanalyse for eksempel LEGO vil alt andet lige være forskellig fra din lokale café. Grundlæggende vil din interessentanalyse af den ene eller anden virksomhed indeholde de samme elementer.

Kilde: Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen, Luk virksomheden op! Forlaget Columbus, 2017, side 57.



Forretningsplan

Hvad er en forretningsplan?

Forretningsplanen er en plan over virksomheden samt faktorer, der kan påvirke virksomheden i fremtiden. Planen har til hensigt at give relevante **interessenter** et overblik over virksomhedens idé, vision, mission, ressourcer, strategier, finansieringsbehov, budgetter med mere.

Hvad kan du bruge din viden om forretningsplaner til?

Forretningsplanen giver et godt overblik over virksomheden. Både faktorer, der kan påvirke virksomheden i fremtiden, og et overblik over, hvad virksomheden laver, hvilket netværk der kan trækkes på, hvem kunderne er, hvem konkurrenterne er og så videre. Forretningsplanen er god at have, hvis der skal søges om fremmedkapital til at finansiere virksomheden. En bank vil gerne have et solidt beslutningsgrundlag at træffe en lånebeslutning ud fra. Forretningsplanen kan lidt anskues som en drejebog for virksomheden – en form for opstartsplan.

Figur 22 Skabelon til forretningsplan

Oplysninger	Eksempel på indhold
Baggrundsoplysninger	Navn, adresse, alder
Resumé	Elevatortalen: Hvad sælger du, til hvem, hvad koster det, og hvorfor er det levedygtigt?
Idégrundlag	Hvad er den bærende idé?
Personlige ressourcer og mål	Uddannelse, erfaring, kurser og fremtidsønsker.
Netværk	Venner og bekendte med erfaring eller uddannelse, du kan trække på. Kunder fra tidligere job, du kan trække med over i virksomheden osv.
Produkt/ydelse	Hvad sælger du, form, farve, funktion, produktmix og/eller produktsortiment.
Markedsbeskrivelse	Hvem er kunderne? Hvor mange er der? Hvor er de? B2C- eller B2B-kunder? Hvem er konkurrenterne, antal og størrelse?
Markedsundersøgelse	Markedskortet, fokusgruppeinterviews, spørgeskema-undersøgelse, positioneringskortet m.m.
Marketing	De 4P'er, prisstrategier, branding m.m.
Organisering af virksomheden	Hvem gør hvad? Outsourcing af delopgaver, brug af deltidsansatte m.m.
Udvikling af virksomheden	Visionen: Hvad skal der ske med virksomheden i fremtiden?
Budget	Etableringsbudget, åbningsbalance, balancebudget og likviditetsbudget.
Finansiering	Eventuelle behov for lån og forslag til tilbagebetalingsplan.

Kilde: Sofie Kærn Heding og Marie Louise Telling Jepsen, Luk virksomheden op! Forlaget Columbus, 2017, side 56.

Forretningsmodel

Hvad er en forretningsmodel?

I bund og grund er en forretningsmodel en model, der viser, hvordan en virksomhed tjener sine penge. Forretningsmodellen er et 'værktøj', der anvendes til at skabe et overblik over, hvilke indtægter og omkostninger virksomheden har, hvem kunderne er, hvordan den skaber værdi for kunden, hvordan den leverer værdi til kunden, og hvordan relationen til kunden skabes. Det er en struktureret oversigt over virksomhedens aktiviteter, samarbejdspartnere, indtægter, udgifter og ressourcer.

Hvad indeholder en forretningsmodel?

Der findes forskellige forretningsmodeller. Alexander Osterwalder og Yves Pigneur har udarbejdet en forretningsmodel, de kalder for **Business Model Canvas**. Den indeholder ni elementer, der hænger sammen og påvirker hinanden – ændres ét element, vil det påvirke resten af forretningsmodellen: Nøglepartnere, Nøgleaktiviteter, Nøgleressourcer, Value proposition, Kunderelationer, Distributionskanaler, Kundesegmenter, Indtægter og Omkostninger.

Figur 23 Business Model Canvas

Virksomhedens vision og strategi				
Nøglepartnere – (eksterne partnere, for eksempel særlige leverandører og distributører)	Nøgleaktiviteter	Value proposition	Kunderelationer (kommunikation)	Kundesegmenter
	Nøgleressourcer		Distributionskanaler	
Omkostningsstrukturer			Indtægter	

Business model Canvas er en forretningsmodel, der giver et overblik over virksomhedens aktiviteter. Den venstre del omhandler virksomhedens produktion, den højre del virksomhedens kunder, og den nederste del virksomhedens økonomi.

Udfyld hvert punkt i modellen. For eksempel er det relevant for virksomheden at vide, hvad nøgleaktiviteten er, hvordan kunderelationen er med mere.

Der er forskel på, hvad der anføres i de forskellige bokse, alt afhængigt af hvilken type virksomhed der er tale om. For eksempel vil kunderelationen for en pølsevogn være en anden end kunderelationen for en virksomhed, der producerer vindmøller.

Vær opmærksom på, at hvis ét element ændres, så vil det påvirke de andre elementer i forretningsmodellen. Hvis der for eksempel sker en ændring i nøglepartnere, så vil det påvirke nøgleaktiviteterne og alt andet lige også virksomhedens omkostninger og indtægter.

Kilde: Phillipson, K. (2018): Innovationsgrundbogen, Systime, s. 207.

Hvad kan du bruge din viden om forretningsmodeller til?

Forretningsmodeller giver et godt overblik over en virksomheds aktiviteter, hvor virksomheden ses som 'et samlet' system. Business Model Canvas læses ikke fra venstre mod højre! Du skal anskue modellen som brikker, der skal passe sammen. Du skal være opmærksom på, at hvis der ændres på ét element i forretningsmodellen, så påvirker det de andre elementer på den ene eller anden måde – hvis virksomheden for eksempel vil gå efter et nyt kundesegment, så vil det alt andet lige influere på nøglepartnere og nøgleaktiviteterne. De enkelte elementer i forretningsmodellen afhænger af, hvilken virksomhed der er tale om. For eksempel varierer nøglepartnere, nøgleaktiviteter, distributionskanaler med mere fra virksomhed til virksomhed. Forretningsmodellen er et godt værktøj i en virksomheds strategiske arbejde. Ofte indarbejdes en forretningsmodel i en virksomheds forretningsplan.

Hvad er en virksomhedsform?

En **virksomhedsform** er en måde at opbygge sin virksomhed på med hensyn til ejerskab og hæftelse for gæld. Det dækker dermed over grundlæggende struktur, som virksomheden har, samt de forpligtelser, der hører med til ejerskabet. Virksomhedsformen må *ikke* forveksles med **organisationsstrukturen**.

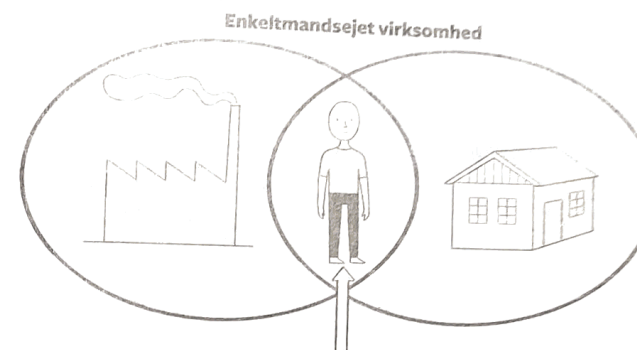
Hvilke virksomhedsformer findes der?

Enkeltmandsejede virksomheder, Interessentskaber I/S, Iværksætterselskaber, Anpartsselskaber ApS, Andelsselskaber, Aktieselskaber A/S, Franchising.

Hvad kan du bruge din viden om virksomhedsformer til?

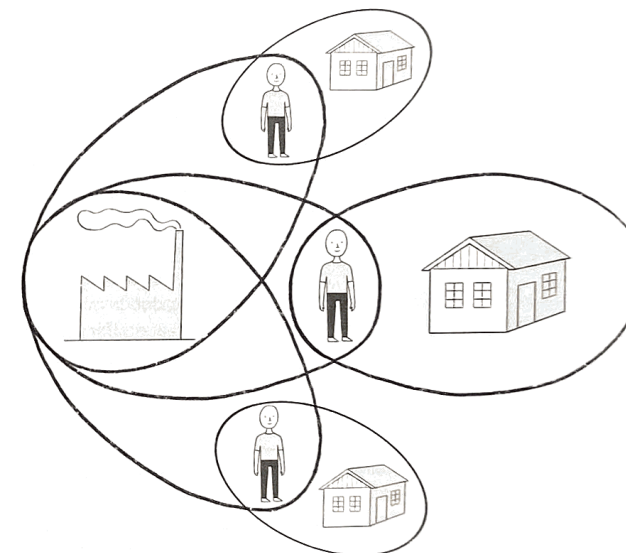
Når du undersøger, hvordan en virksomhed er indrettet, giver det dig mulighed for at diskutere, hvilke fordele og ulemper der er ved den pågældende virksomhedsform. I nogle brancher kan der være nogle fordele ved at have et aktieselskab, i andre brancher en franchisevirksomhed og i en tredje branche er der nogle fordele ved enkeltmandsejede virksomheder. Samtidig er der også forbundet nogle ulemper med de forskellige virksomhedsformer. Vær opmærksom på, at interessenterne kan variere fra virksomhedsform til virksomhedsform. Der er ikke de samme interessenter i en enkeltmandsejet virksomhed og i et aktieselskab. Du bruger også din viden om virksomhedsformerne, når du undersøger og diskuterer virksomhedens strategiske overvejelser.

Figur 24 Enkeltmandsejede virksomheder → ← Interessentselskab I/S



Enejer – ejer virksomheden alene. Sørger for alle virksomhedens forpligtelser. Virksomhedens økonomi sammensmeltet med privatøkonomien. Ansvar hviler på ejeren (for eksempel at der udbetales løn, og at der bliver betalt husleje). Andre ansatte kan dog stå for den daglige drift. Det er gratis at oprette en enkeltmandsejet virksomhed – man skal have et CVR-nummer. Ingen lovmæssig pligt til at offentliggøre regnskaber. Der skal dog bogføres efter bogføringsloven.

Interessentselskab I/S



To eller flere ejere. Ejerne hæfter solidarisk og personligt – hvis én ejer ikke kan betale for en gæld, så hænger de andre ejere/den anden ejer på gælden. Der kan oprettes kontrakter, hvor virksomhedsforholdene er beskrevet. Der kan udpeges en leder, der står for den daglige drift. Der skal bogføres efter bogføringsloven.

Figur 25 Virksomhedsformer

Virksomhedsform	Ejerforhold	Beskrivelse	Overskud/underskud	Regnskab
Enkeltmandsejet virksomhed	Én ejer	Ejeren sørger for alle forpligtelser i virksomheden (udbetale løn, betale husleje etc.). Økonomien i virksomheden er sammensmeltet med ejerens privatøkonomi.	Ejeren kan hæve et overskud. Ejeren hæfter for gæld.	Ikke krav om kapitalindskud ved stiftelse. Der skal bogføres efter bogføringsloven. Ikke lovmæssig pligt til at offentliggøre regnskaber. Ikke forpligtet til at udarbejde en årsrapport.
Interessentselskab I/S	To eller flere (andre selskaber kan være ejere)	Kontrakten afgør, hvem der har det overordnede ledelsesansvar, hvor det præciseres, hvem der står for den daglige drift.	Ejerne hæfter personligt, direkte og solidarisk for virksomhedens forpligtelser.	Ikke krav om kapitalindskud ved stiftelse. Krav om årsrapport, hvis alle interessenter/ejere er selskaber. Ikke krav om årsrapport, hvis én af ejerne er en person. Der skal bogføres efter bogføringsloven.
Iværksætterselskab <i>OBS! Denne virksomhedsform afskaffes. Virksomheder af denne type skal omdanne det til et ApS inden 15. april 2021.</i>	Én eller flere	Virksomheden kan omdannes til et anpartsselskab når det bundne overskud runder kr. 50.000,-. Henvender sig til iværksættere, der ønsker at starte egen virksomhed, men mangler kapitalgrundlag til at starte et anpartsselskab.	Ejerne hæfter ikke for virksomhedens gæld. Ejerne hæfter for det beløb, de har indskudt i virksomheden.	Ejerne skal indskyde mellem 1 og 49.999 kroner i kontanter. Minimum 25 % af overskuddet skal henlægges til en bunden reserve – indtil virksomheden har nået 40.000 kroner. Der skal udarbejdes en årsrapport. Der skal bogføres efter bogføringsloven.
Anpartsselskab ApS	Én eller flere anpartshavere	Anpartshavere yder indflydelse i selskabet via generalforsamlingerne. Der skal udarbejdes et stiftelsesdokument, når anpartsselskaber startes. Der er krav om en direktion og/eller en bestyrelse. Kapitalselskab.	Ejeren/ejeren hæfter ikke personligt for virksomhedens gæld. Ejeren/ejerne hæfter for den kapital, de har indskudt i virksomheden, og ikke hele deres formue som i fx enkeltmandsejede virksomheder. Banken vil have garanti for, at virksomheden kan tilbagebetale eventuelle lån.	Ved stiftelse af et anpartsselskab skal der stilles en startkapital på minimum kr. 40.000,-. Der skal udarbejdes en årsrapport, der skal revideres af en godkendt revisor/statsautoriseret revisor. Der skal bogføres efter bogføringsloven.
Andelsselskab	To eller flere	Kooperativ. Ejerne driver virksomheden. Der afholdes årligt en generalforsamling. Fri ind- og udtræden af virksomheden à vekslende medlemskreds.	Ejerne hæfter personligt og solidarisk. Fortjeneste fordeles til de enkelte medlemmer.	Krav om årsrapport – underlagt revision af en godkendt revisor/statsautoriseret revisor.
Aktieselskab	Én eller flere	Den daglige ledelse udgøres af en direktion, hvor mod den overordnede ledelse varetages af en bestyrelse, der er valgt af aktionærerne. Der skal afholdes generalforsamling mindst én gang om året. Der skal udarbejdes et stiftelsesdokument. Aktier kan frit sælges og omsættes. Visse virksomheder opdeler aktierne i A- og B-aktier. Kapitalselskab.	Aktionærerne har begrænset hæftelse for virksomhedens gæld og forpligtelser. Aktionærer kan tabe værdien af deres indskud ved en eventuel konkurs. Banken vil have garanti for, at virksomheden kan tilbagebetale eventuelle lån.	Startkapital på minimum 400.000 kroner, der deles op i aktier. Der skal udarbejdes en årsrapport, som revideres af en godkendt revisor/statsautoriseret revisor.
Franchising	Licensaftale uden ejerskab.	Franchisegiver giver franchisetageren ret til at drive en virksomhed i henhold til franchisegiverens koncept. Franchisetager betaler franchisegiveren en månedlig eller årlig ydelse for at få lov til at anvende konceptet. Der er også eksempler på, at franchisetager betaler en vis procentdel af overskuddet til franchisegiveren. Produktfranchising, varemærkefranchising, systemfranchising.	Franchisetager kan drive virksomhed personligt eller gennem et selskab med begrænset hæftelse. Hæfter ikke for gæld i franchisegiverens virksomhed. Overskud/gæld afhænger også af, hvordan aftalen er med franchisegiveren.	Der skal bogføres efter bogføringsloven. Der skal udarbejdes en årsrapport, som revideres af en godkendt revisor/statsautoriseret revisor.

Virksomhedstyper

Hvad er en virksomhedstype?

En virksomhedstype er en måde at kategorisere forskellige virksomheder på efter dets formål og/eller den måde, der drives virksomhed på.

Hvilke virksomhedstyper findes der?

Vi arbejder med tre overordnede typer: den **bæredygtige** virksomhed, den **socialøkonomiske** virksomhed og **startupvirksomheden**. Under den bæredygtige virksomhed findes den **miljømæssige** bæredygtige virksomhed, den **økonomisk bæredygtige** virksomhed og den **strategisk** bæredygtige virksomhed. Derudover kan der argumenteres for, at alle virksomheder på sin vis er innovative og har en socialøkonomisk profil – dog uden at de nødvendigvis karakteriseres som innovative eller socialøkonomiske.

Der skelnes desuden mellem **handelsvirksomheder**, **produktionsvirksomheder** og **servicevirksomheder**.

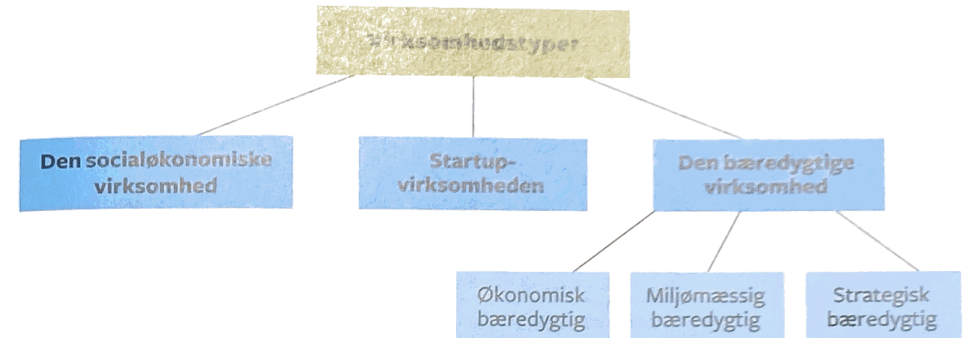
Hvad kan du bruge din viden om virksomhedstyper til?

Det er vigtigt at vide, hvilken virksomhedstype der er tale om, da du anvender det til at sige noget om, hvilke kunder virksomheden går efter, hvordan deres strategiske planlægning er, hvilke udfordringer virksomheden står over for, med mere. Du skal være opmærksom på, at virksomhederne ikke nødvendigvis findes i "ren form". Der er tale om idealtyper.

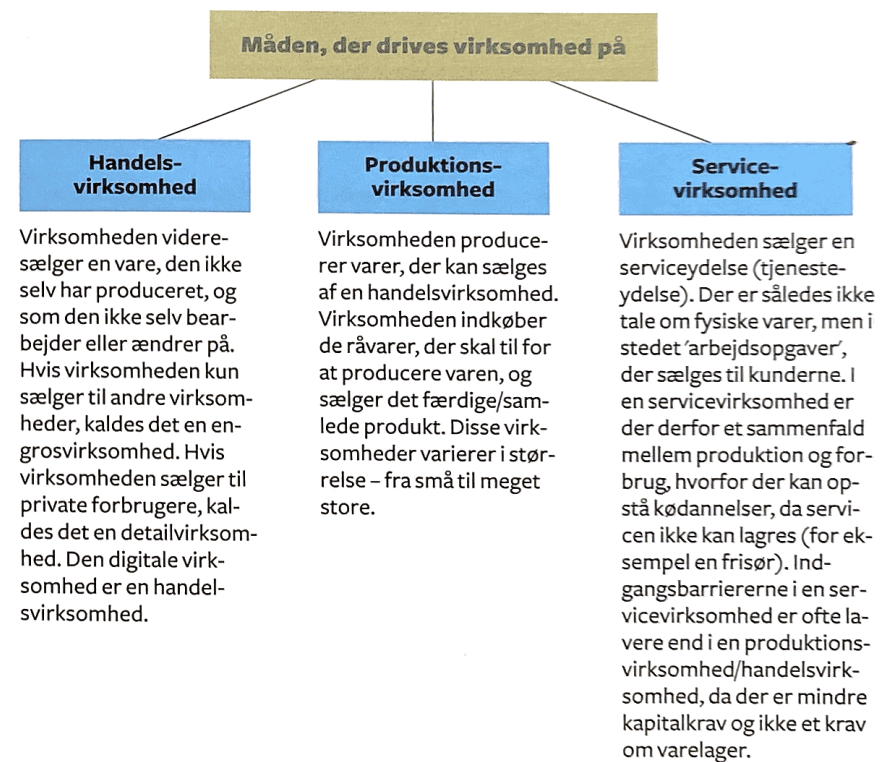
Figur 26 Erhvervsinddeling

Inddeling	Erhverv	Produkt
Primære erhverv	Fiskeri, landbrug, gartneri.	Vare
Sekundære erhverv	Bygge og anlæg, fremstillingsvirksomheder.	Vare
Tertiære erhverv	Handel, transport og andre servicevirksomheder.	Service

Figur 27 Virksomhedstyper



Figur 28 Måden, der drives virksomhed på



Figur 29 Virksomhedstyper

Den bæredygtige virksomhed		Den socialøkonomiske virksomhed	Startupvirksomheden
Beskrivelse (Vær opmærksom på, at der ofte er tale om sammenfald mellem de forskellige former for bæredygtighed)	<p>Miljømæssig bæredygtig: En virksomhed, der tilstræber ikke at påvirke det omgivende miljø (dvs. ingen/minimal forurening samt ikke anvende ressourcer, der ikke kan fornyes. Genbrug).</p> <p>Økonomisk bæredygtig: En virksomhed, der kan klare sig selv økonomisk på kort sigt.</p> <p>Strategisk bæredygtig: En virksomhed, der kan overleve på langt sigt.</p>	<p>En virksomhed, der har et socialt sigte.</p>	<p>En nystartet virksomhed.</p>
Formål	<p>Miljømæssig: At passe på ressourcerne i bred forstand. At sikre et bæredygtigt afkast.</p> <p>Økonomisk: At skabe et afkast.</p> <p>Strategisk: At afdække og implementere strategier, der skaber et afkast.</p>	<p>Gøre noget for enkeltindivider, grupper eller samfundet. Formålet er ikke at skabe profit for ejerne eller skabe et overskud.</p>	<p>På kort sigt at overleve, på langt sigt at erobre markedsandele og generere et overskud.</p>
Virksomhedsområde - eksempler	<p>Miljømæssig: Skovbrug, landbrug, fiskeri, vandudvinding.</p> <p>Økonomisk: Produktionsvirksomheder à smartphones, beklædning etc.</p> <p>Strategisk: Virksomheder, der igangsætter tiltag med henblik på at skabe sig en stærk profil.</p>	<p>Socialt: Støtte til stofmisbrugere, utilpassede unge og forebyggelse af kriminalitet, jobtræning og jobs til udsatte grupper/individer på kanten af arbejdsmarkedet.</p> <p>Miljø: Fx klimatiltag/miljøtiltag, genbrugsinitiativer og informationer om fx økologi og økologiske varer.</p> <p>Sundhed: støtte til grupper med fysiske og psykiske lidelser.</p>	<p>Startup: Startupvirksomheder er ikke nødvendigvis branchespecifikke. Der opstartes virksomheder "hele tiden" inden for forskellige brancher. Det ses dog oftest, at det er inden for brancher, hvor der ikke er store indgangsbarrierer.</p>
Overskud	<p>Virksomheden skal generere et overskud, der kan komme ejerne og/eller aktionærerne til gode. Det handler om at skabe profit.</p>	<p>Ingen aktionærer = ingen udbetaling af overskud. Overskud geninvesteres i virksomheden.</p>	<p>Det handler om at skabe profit. På den korte bane handler det dog om overlevelse.</p>
Finansiering	<p>Salg af produkter og services. Egenkapital fra ejerne.</p>	<p>Salg af produkter og services. Visse virksomheder modtager tilskud.</p>	<p>Salg af produkter og services. Låntagning og/eller tilskud.</p>
Eksempel	<p>Miljømæssig: Chr. Hansen - bioscience-virksomhed, der producerer bakterier, der får ferskvarer (for eksempel ost og yoghurt) til at holde sig længere.</p> <p>Økonomisk: Knowledge Cotton apparel - tøjvirksomhed med fokus på bæredygtigt tøj til mænd.</p> <p>Strategisk: AI - arkitekter og ingeniører, der udarbejder "intelligent arkitektur". ZinCo - virksomhed, der laver "grønne tage".</p>	<p>Bybi - socialt projekt i København, der skaber fællesskaber for personer på kanten af arbejdsmarkedet. Produkt: By-honning.</p>	<p>Flere af de virksomheder, der deltager i "Løvens Hule" på DR1, er startup-virksomheder (fx "Walpipe [der laver lamper ud af rør]", "DitUr.dk" [Webshop der sælger ure], "Mutebox" [der sælger lyd-tætte bokse]).</p>