

# Høyvekstbedrifter i Norge



**Rapport fra Samfunnsøkonomisk Analyse AS og Innovasjon Norge**

Dato for ferdigstilling: 12.05.2025

Tilgjengelighet: Offentlig

Forfattere: Vegard Salte Flatval, Tobias Gamrath og Marthe Norberg-Schulz fra Samfunnsøkonomisk Analyse AS og Innovasjon Norge.

For henvendelser eller spørsmål kontakt: [data@innovasjon norge.no](mailto:data@innovasjon norge.no)

Innovasjon Norge  
Grev Wedels Plass 9  
0151 Oslo  
Org.nr.: 986 399 445

# Forord

Spotify, Novo Nordisk og H&M.

Det er bare noen eksempler på skandinaviske høyvekstbedrifter som er i verdenstoppen. Men de er svenske og danske, ikke norske.

Av de 30 største børsnoterte selskapene i Norden, er bare to fra Norge: DNB og Equinor.

Hvor er de norske høyvekstbedriftene?

De finnes. Men vi har ikke mange nok, og de vokser ikke fort nok. De holder ikke tritt med den internasjonale konkurransen.

Det må vi gjøre noe med, når vi skal omstille Norges økonomi for andre halvdel av det tjuetførste århundre.

Kort sagt: Vi trenger flere norske høyvekstbedrifter.

Den erkjennelsen underbygger Innovasjon Norges strategi for årene 2025 til 2030. Målet med strategien er at Norge skal få et mer produktivt næringsliv som lykkes internasjonalt.

For å lykkes med det målet, trenger vi kunnskap om de høyvekstbedriftene Norge har i dag: Hvem er de? Hva har de til felles? Hva gjør at de lykkes? Hva kan andre lære av dem? Og hva står i veien for at de skal lykkes enda bedre?

Rapporten du nå leser, gir deg noen av svarene på de spørsmålene.

Rapporten finner blant annet at antall høyvekstbedrifter i Norge har økt betraktelig de siste årene – og at en fjerdedel av høyvekstbedriftene i Norge har fått hjelp fra Innovasjon Norge.

Det er bra. Vi i Innovasjon Norge har selvsagt ikke æren for at de lykkes, men vi er glade for at våre verktøy er relevante, og vi skal gjøre alt vi kan for å legge til rette for at flere norske bedrifter lykkes med å vokse.

For en rekke av bedriftene har Innovasjon Norge vært med fra oppstart, gjennom vekstreisen og ut i internasjonale markeder. Bedriftene har benyttet seg både av kapital- og kompetansetjenestene våre. Det gleder meg.

Samtidig trenger norske høyvekstbedrifter mer. De trenger bedre tilgang på kapital, relevant kompetanse og konkurransedyktige rammebetingelser. Derfor håper jeg at de innovasjonspolitiske rådene vi kommer med i rapporten, vil bli lyttet til av norske myndigheter.

Til slutt vil jeg gjerne takke Innovasjon Norges kunder for den tilliten de viser oss, våre mange samarbeidspartnere i økosystemet for felles innsats og godt samspill, og sist, men ikke minst, Samfunnsøkonomisk analyse for godt samarbeid med å lage rapporten.

God lesing!

**Håkon Haugli**

Administrerende direktør, Innovasjon Norge

12. mai 2025



# Sammendrag

Innovasjon Norge har lansert en ny selskapsstrategi for perioden 2025-2030. Blant målene i strategien er å øke antall bedrifter som lykkes med internasjonal vekst, samt å gjøre næringslivet mer produktivt. Felles for disse målene er behovet for å drive frem flere høyvekstbedrifter og prosjekter med høyvekspotensial i Norge. Høyvekstbedriftene spiller en viktig rolle i norsk økonomi, med et uforholdsmessig stort bidrag til både sysselsetting, verdiskaping og produktivitetsvekst.

Innovasjon Norge definerer her høyvekstbedrifter som bedrifter som i utgangspunktet har en omsetning på minst ti millioner kroner i året, og som opplever vekst på minst 20 prosent i gjennomsnitt over de tre neste årene.

For å spisse arbeidet som skal legges ned i tiden fremover har Innovasjon Norge kartlagt omfanget av høyvekstbedrifter i Norge og i egen kundeportefølje, hva som kjennetegner bedriftene, deres bidrag til norsk økonomi og hvilke utfordringer de opplever før og under vekstreisen. Basert på dette fremmer Innovasjon Norge følgende innovasjonspolitiske råd:

- Etabler en nasjonal akselerator som tilbyr kapital, kompetanseprogram og mentorordning for bedrifter med banebrytende teknologi og høyt verdiskapingspotensial.
- Styrk bemanningen ved Innovasjon Norges internasjonale kontorer, for å sikre norsk næringsliv nødvendig støtte til å vokse i internasjonale markeder.
- Øke kommersialiseringsresultatene fra forskning ved å få kommersialiseringskompetanse inn i doktorgrad/postdok-løp.
- Satsing på offentlig-privat samarbeid i form av for eksempel partnerskap, kontrakter og joint ventures, gjennom ordninger som innovasjonskontrakter og innovasjonspartnerskap.

## Høyvekstbedrifter i Norge

Antallet høyvekstbedrifter har økt betydelig de siste årene. For ti år siden hadde Norge rundt 3 000 høyvekstbedrifter, mens det i 2023 var rett over 5 500 høyvekstbedrifter i Norge. Økningen de siste årene er hovedsakelig drevet av prisvekst. Høyvekstbedriftene spiller en viktig rolle i norsk økonomi. I 2023 utgjorde høyvekstbedriftene 2,2 prosent av aktive norske aksjeselskaper, men sto for om lag 19 prosent av omsetningen til norske aksjeselskaper.

Halvparten av høyvekstbedriftene har hatt flere faser med høy vekst. Blant høyvekstbedriftene definert i perioden 2013-2023 har halvparten hatt én vekstperiode, en firedel har hatt to vekstperioder, og en siste firedel har hatt tre eller flere vekstperioder. For høyvekstbedrifter med to vekstperioder er det like vanlig med vekstperioder på ulike tidspunkt som to sammenhengende.

Flest høyvekstbedrifter finner man i varehandel og bygg og anlegg. Dette samsvarer med at disse også er de største næringene i Norge målt i antall aktive aksjeselskaper. Andelen høyvekstbedrifter er høyest i kraftforsyning og olje- og gassrelaterte tjenester. I 2023 hadde Oslo, Vestland og Rogaland flest høyvekstbedrifter (hhv. 1 342, 640 og 595), mens Troms, Telemark og Finnmark hadde færrest (hhv. 125, 125 og 62).

### Høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges kundebase

I Kapittel 3 er det presentert en analyse av omfanget av høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges kundeportefølje, med utgangspunkt i bedrifter som ble definert som høyvekstbedrifter ved utgangen av 2023.

Om lag 25 prosent av bedriftene som var høyvekstbedrifter i 2023 har fått støtte fra Innovasjon Norge, i form av lån eller tilskudd, og/eller rådgivningstjenester, mellom 2015 og 2022. Høyvekstbedriftene har særlig brukt risikolån og innovasjonstilskudd.

Vi har også sett på tre andre typer bedrifter som har gjennomført en vellykket vekstreise: Bedrifter som karakteriseres som gaseller i Dagens Næringslivs kåring, selskaper som er børsnotert og endelig såkalte enhjøringer, altså unge bedrifter med en markedsverdi på 1 milliard euro.

Innovasjon Norge har støttet 15 prosent av gasellene, 34 prosent av de børsnoterte selskapene og 80 prosent av enhjørningene, som er en ganske liten gruppe. At vi har støttet en høyere andel av børsnoterte selskaper har antagelig sammenheng med at bedrifter som søker børsnotering har et relativt stort behov for investeringskapital.

### Utfordringer i vekstreisen

Det er gjennomført 15 intervjuer med høyvekstbedrifter som finnes i Innovasjon Norges portefølje, for å utvikle kvalitative innsikter i hvilke utfordringer høyvekstbedriftene har eller har hatt, samt hvilke erfaringer de har med virkemiddelapparatet og Innovasjon Norge spesielt. Materialet gir begrensede muligheter til å trekke generelle konklusjoner, men har en verdi ved at det gir interessante historier som illustrerer utfordringene som mange høyvekstbedrift møter på i løpet av vekstreisen. Bedriftene trekker frem utfordringer rundt kapital og kompetanse, og utfordringer rundt eksport.

Tilstrekkelig kapital i vekstfasen nevnes som den største utfordringen for bedriftene vi har snakket med. Mange bedrifter finner det vanskelig å hente store kapitalbeløp i Norge og må se utover landets grenser. En programvarebedrift påpekte for eksempel at norske kapitalmarkeder undervurderer kostnadene ved å utvikle en global, konkurransedyktig programvarebedrift.

Å bygge gode team og en sterk organisasjonskultur er en annen stor utfordring for bedrifter i vekstfase. Dette gjelder spesielt for prosjektbaserte bedrifter som raskt må skalere opp antall ansatte. En førstegangsründer nevnte hvor vanskelig det kan være å gå fra å gjøre alt selv til å lede et team på over 50 ansatte.

Mange bedrifter sliter med å bygge merkevare og tillit blant kunder i utlandet, og undervurderer ofte viktigheten av å prioritere og sette av ressurser til salg og markedsføring. Det holder ikke å dra på bedriftsbesøk en gang i kvartalet eller å tro at «så lenge produktet er godt nok selger det seg selv».

# Executive summary

Innovation Norway has launched a new corporate strategy for the period 2025-2030. Among the goals in the strategy are to increase the number of companies that succeed with international growth, as well as to make the business sector more productive. Common to these goals is the need to develop more high-growth companies and projects with high growth potential in Norway. High-growth companies play an important role in the Norwegian economy, with a disproportionately large contribution to both employment, value creation, and productivity growth.

Innovation Norway defines high-growth companies as companies that initially have a turnover of at least ten million kroner per year, and which experience a 20 percent growth on average over the next three years.

To stay on target, Innovation Norway has mapped the extent of high-growth companies in Norway and in its own customer portfolio, looked at what characterizes the companies, their contribution to the Norwegian economy, and what challenges they experience before and during the growth journey. Based on this, Innovation Norway proposes the following innovation policy advice:

- The establishment of a national accelerator that offers capital, competence programs, and mentoring for companies with groundbreaking technology and a high value creation potential.
- Strengthening of staffing at Innovation Norway's international offices, to ensure Norwegian businesses receive the necessary support to grow in international markets.
- Increase commercialization results from research, by integrating commercialization expertise into PhD/postdoc programs.
- Promote public-private collaboration in the form of, for example, partnerships, contracts, and joint ventures, through schemes such as innovation contracts and innovation partnerships.

## High-growth companies in Norway

The number of high-growth companies has increased significantly in recent years. Ten years ago, Norway had around 3,000 high-growth companies, while in 2023 there were just over 5,500 high-growth companies in Norway. The increase in recent years is mainly driven by price growth. High-growth companies play an important role in the Norwegian economy. In 2023, high-growth companies accounted for 2.2 percent of all active Norwegian limited companies but accounted for about 19 percent of the overall turnover.

Half of high-growth companies have several phases of high growth. Among the high-growth companies defined in the period 2013-2023, half have had one growth period, a quarter have had two growth periods, and the last quarter have had three or more growth periods. For high-growth companies with two growth periods, it is just as common to have growth periods at different times as two consecutive periods.

Most high-growth companies are found in retail and construction. This corresponds with these also being the largest industries in Norway measured by the number of active limited companies. The proportion of high-growth companies is highest in power supply and oil and gas-related services. In 2023, Oslo, Vestland, and Rogaland had the most high-growth companies (1,342, 640, and 595 respectively), while Troms, Telemark, and Finnmark had the fewest (125, 125, and 62 respectively).

### **High-growth companies in Innovation Norway's customer base**

Chapter 3 presents an analysis of the extent of high-growth companies in Innovation Norway's customer portfolio, based on companies that were defined as high-growth companies at the end of 2023.

About 25 percent of the companies that were high-growth companies in 2023, have received support from Innovation Norway, in the form of loans or grants, and/or advisory services, between 2015 and 2022. High-growth companies have particularly received risk loans and innovation grants.

We have also looked at three other types of companies that have completed a successful growth journey: Companies characterized as gazelles in newspaper Dagens Næringsliv's ranking, companies that are listed on the stock exchange, and finally so-called unicorns (i.e., young companies with a market value of 1 billion euros).

Innovation Norway has supported 15 percent of the gazelles, 34 percent of the listed companies, and 80 percent of the unicorns, which is a relatively small group. The fact that we have supported such a high proportion of listed companies, is probably related to the fact that companies seeking listing have a relatively large need for investment capital.

### **Challenges in the growth journey**

Fifteen interviews have been conducted with high-growth companies from Innovation Norway's portfolio to develop qualitative insights into what challenges high-growth companies experience, as well as their experiences with the support system and Innovation Norway in particular. The material provides limited opportunities to draw general conclusions, but has value in that it provides interesting stories that illustrate the challenges many high-growth companies face during a growth journey. The companies highlight challenges of securing capital and competence, and export-related challenges.

Sufficient capital in the growth phase is mentioned as the largest challenge for the companies we have spoken to. Many companies find it difficult to raise large amounts of capital in Norway and have to look beyond the country's borders. A software company, for example, pointed out that Norwegian capital markets underestimate the costs of developing a global, competitive software company.

Building good teams and a strong organizational culture is another major challenge for companies in the growth phase. This is especially true for project-based companies that quickly need to scale up the number of employees. A first-time founder mentioned how difficult it can be to go from doing everything yourself to managing a team of over 50 employees.

Many companies struggle with building brand and trust among customers abroad, and often underestimate the importance of prioritizing and allocating resources to sales and marketing. It is not enough to visit companies once a quarter or to think that "as long as the product is good enough, it sells itself".

# Innhold

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| Forord . . . . .                                                   | 3         |
| Sammendrag . . . . .                                               | 4         |
| Executive summary . . . . .                                        | 6         |
| Innhold . . . . .                                                  | 8         |
| <b>1. Innledning . . . . .</b>                                     | <b>9</b>  |
| <b>2. Høyvekstbedrifter i Norge . . . . .</b>                      | <b>11</b> |
| 2.1. Bakgrunn for analysen . . . . .                               | 12        |
| 2.2. Kjennetegn ved høyvekstbedrifter i Norge . . . . .            | 12        |
| 2.3. Antall . . . . .                                              | 12        |
| 2.4. Alder . . . . .                                               | 20        |
| 2.5. Årsverk . . . . .                                             | 21        |
| 2.6. Næring . . . . .                                              | 22        |
| 2.7. Geografi . . . . .                                            | 26        |
| 2.8. Eierskap . . . . .                                            | 29        |
| 2.9. Overlevelse . . . . .                                         | 30        |
| 2.10. Høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges portefølje . . . . .   | 31        |
| 2.11. Høyvekstbedrifters bidrag til norsk økonomi . . . . .        | 33        |
| 2.12. Utfordringer før og etter skaleringsfasen . . . . .          | 38        |
| <b>3. Innovasjon Norges bidrag til høyvekstbedrifter . . . . .</b> | <b>41</b> |
| 3.1. Høyvekstbedrifter støttet av Innovasjon Norge . . . . .       | 43        |
| 3.2. Børsnoteringer . . . . .                                      | 50        |
| 3.3. Gaseller . . . . .                                            | 52        |
| 3.4. Enhjørninger . . . . .                                        | 55        |
| 3.5. Konklusjon . . . . .                                          | 56        |
| <b>4. Dybdeintervju med 15 høyvekstbedrifter . . . . .</b>         | <b>59</b> |
| 4.1. Funn fra intervjuene . . . . .                                | 61        |
| 4.2. Utfordringer i vekstfasen . . . . .                           | 62        |
| 4.3. Utfordringer knyttet til eksport . . . . .                    | 63        |
| 4.4. Erfaringer med Innovasjon Norges virkemidler . . . . .        | 64        |
| 4.5. Konklusjon . . . . .                                          | 66        |
| <b>5. Innovasjonspolitiske råd . . . . .</b>                       | <b>68</b> |
| 5.1. Nasjonal akselerator . . . . .                                | 69        |
| 5.2. Mer aktivt eksportarbeid . . . . .                            | 69        |
| 5.3. Øke kommersialiseringsresultatene fra forskningen . . . . .   | 70        |
| 5.4. Satsing på offentlig-privat samarbeid . . . . .               | 70        |
| Figurliste . . . . .                                               | 71        |
| Tabelliste . . . . .                                               | 72        |
| Referanser . . . . .                                               | 73        |

# 01

## Innledning



# 1. Innledning

Det pågår en bred diskusjon i Norge og særlig i EU om hvordan man skal gå frem for å øke produktiviteten i næringslivet for å opprettholde velferd og bærekraftig vekst. Mario Draghi gjorde i sin mye omtalte rapport et stort poeng ut av hvordan europeisk produktivitet har stagnert sammenlignet med veksten i USA og Kina det siste tiåret, og at det går på bekostning av EUs konkurransekraft. Sammenlignet med Norge har imidlertid produktivitetsveksten i EU vært omtrent fem prosentpoeng høyere de siste ti årene (OECD, 2021). Vi står altså overfor enda større utfordringer enn EU-landene. Samtidig er det viktig ikke å svartmale situasjonen. Norge har allerede et av de høyeste produktivetsnivåene i verden (Finansdepartementet, 2024).

Å bidra til at enkeltbedrifter oppnår høyere vekst har alltid vært et mål for Innovasjon Norge. Når vi nå i større grad skal konsentrere innsatsen om høyvekstbedrifter henger det sammen med flere forhold. Dette er typisk bedrifter med internasjonale ambisjoner og et internasjonalt marked, og i takt med at aktiviteten i Nordsjøen faller og oljenæringen og leverandørindustrien blir mindre viktig, trenger Norge nye eksportører. Samtidig kommer veksten i arbeidsstyrken til å falle i årene og tiårene som kommer, og gjøre tilgangen på arbeidskraft vanskeligere. Høyvekstbedriftene har typisk høyere produktivetsvekst enn andre bedrifter, og hvis Innovasjon Norge klarer å bidra til at flere bedrifter blir høyvekstbedrifter, vil vi også bidra til sterkere produktivetsvekst i norsk økonomi.

Innovasjon Norge bruker her følgende definisjon på høyvekstbedrift:

**Bedrifter som i utgangspunktet har en omsetning på minst ti millioner kroner i året, og som opplever vekst på minst 20 prosent i gjennomsnitt over de tre neste årene.<sup>1</sup>**

Utgangspunktet for denne rapporten er at Innovasjon Norge ønsker en bredere innsikt i høyvekstbedrifter i Norge. Følgende fire elementer inngår i prosjektet:

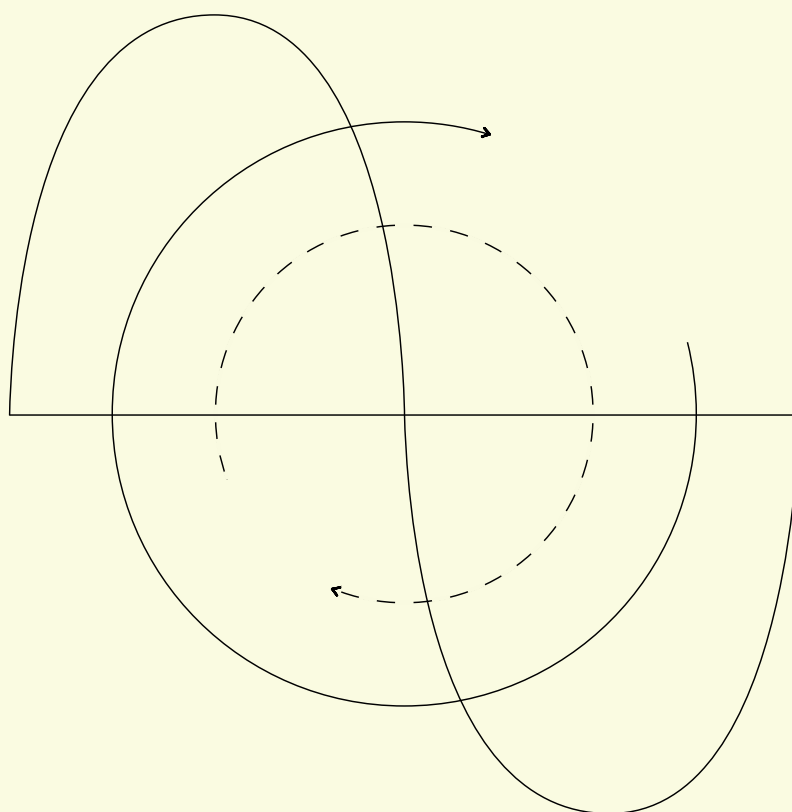
- En kartlegging av høyvekstbedrifter i Norge som ser på omfang, hva som kjennetegner disse, og deres bidrag til norsk økonomi (utført av Samfunnsøkonomisk Analyse AS på bestilling av Innovasjon Norge).
- En kartlegging av høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges kundeportefølje, som ser på omfang og type støtte bedriftene mottar (utført av Innovasjon Norge).
- Et kvalitativt innsiktsarbeid basert på 15 intervjuer med høyvekstbedrifter fra Innovasjon Norges kundeportefølje, som ser på vekstambisjoner, finansieringsstrategi og utfordringer i vekstfasen (utført av Innovasjon Norge).
- Anbefalinger – konkrete forslag til tiltak rettet mot målgruppen høyvekstbedrifter (utarbeidet av Innovasjon Norge).

---

<sup>1</sup> Innovasjon Norge har valgt ikke å inkludere antall ansatte fordi vi ikke har tilgang til denne informasjonen i våre databaser.

# 02

## Høyvekstbedrifter i Norge



## 2. Høyvekstbedrifter i Norge

### 2.1 Bakgrunn for analysen

Hvilke bedrifter som vokser, og hva som kjennetegner dem, har vært grundig analysert både i Norge, OECD og EU. Interessen skyldes at vekstbedrifter utgjør en liten andel av alle bedrifter, men likevel står for en uforholdsmessig stor del av sysselsettingen og verdiskapingen (OECD, 2021). Studier viser også at spesielt unge vekstbedrifter spiller en viktig rolle i et lands evne til innovasjon og i omstilling og fornyelse av næringslivet (OECD, 2021; Menon, 2024).

I denne rapporten defineres høyvekstbedrifter som virksomheter med minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning over en treårsperiode, forutsatt at de hadde en omsetning på minst ti millioner kroner ved starten av perioden.

Hvilke næringer høyvekstbedriftene opererer i, har stor betydning for hvordan næringslivet utvikler seg gjennom omstilling og fornyelse, samt hvordan verdiskapingen i samfunnet endres.

Hvis høyvekstbedrifter opererer i stabile næringer uten eksportvekst, handler utviklingen mer om utskifting av bedrifter enn om reell omstilling eller innovasjon. I lokalnæringer som varehandel og personrettede tjenester, hvor etterspørselen er begrenset til hjemmemarkedet, betyr skalering at mer effektive bedrifter utkonkurrerer de eksisterende. Disse bedriftene tar markedsandeler og øker verdiskapingen, og fortrenger andre aktører ved å trekke til seg arbeidskraft og kapital. Selv om produksjonen blir mer effektiv, fører det ikke til vesentlig fornyelse, siden sluttproduktene forblir de samme. Dette er likevel en viktig kilde til produktivitetsvekst.

Når høyvekstbedrifter vokser innenfor ekspanderende næringer, bidrar de ikke bare til effektivisering, men også til ny produksjon og omstilling. Samfunnet endrer sammensetningen av sitt konsum, og produksjonen blir mer variert og innovativ. Også her må ressurser omfordeles, men dynamikken er annerledes og har en bredere effekt på samfunnets utvikling enn skalering i stabile lokalnæringer.

### 2.2. Kjennetegn ved høyvekstbedrifter i Norge

Antallet høyvekstbedrifter har økt kraftig, særlig drevet av prisvekst. De fleste finnes i varehandel og bygg og anlegg, mens andelen er høyest i kraftforsyning og olje- og gassrelaterte tjenester. Norge har likevel færre høyvekstbedrifter enn andre nordiske land.

Tidligere analyser viser at høyvekstbedrifter ofte er modne, små og mellomstore bedrifter i mindre kunnskapsintensive eller lavteknologiske deler av næringslivet, og særlig innenfor tjenesteytende næringer. Mange høyvekstbedrifter har vært aktive i ti år eller mer, selv om yngre bedrifter har en høyere sannsynlighet for å skalere. Skaleringsprosessen er ofte et bevisst strategisk valg, med tydelige endringer før selve vekstfasen, i form av økt produktivitet, lønnsomhet, sammensetning av arbeidskraft og investeringer i innovasjon, forskning og digitalisering (se bl.a. OECD, 2021).

I dette kapitlet presenterer vi hva som kjennetegner norske høyvekstbedrifter. Vi ser på høyvekstbedriftenes alder, antall årsverk, næringstilhørighet, geografisk lokalisering og eierskap.

### 2.3. Antall

Før vi ser nærmere på hva som kjennetegner høyvekstbedriftene i Norge, må vi få oversikt over antall høyvekstbedrifter, hvordan antallet har utviklet seg over tid og hvordan Norge står i forhold til i andre land.

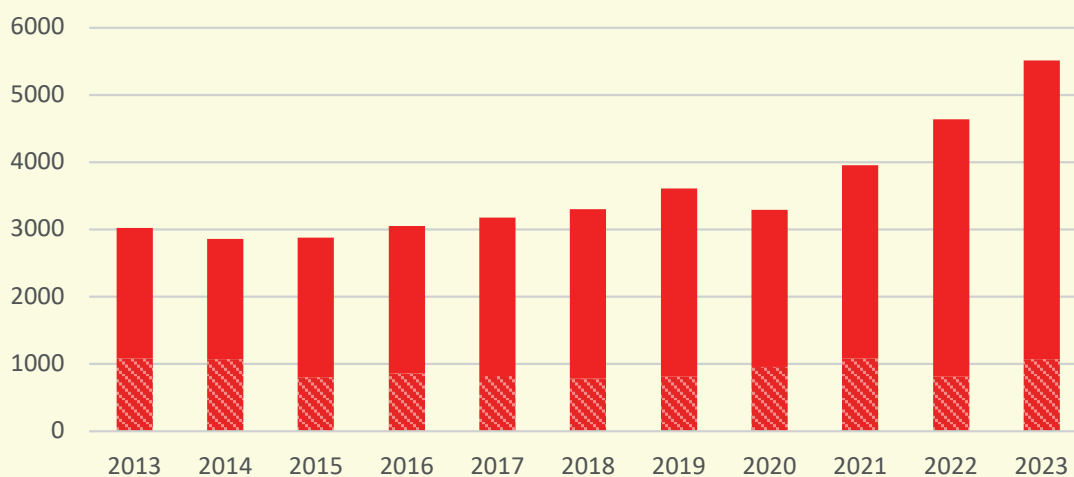
### Utvikling i antall over tid

I 2023 var det 5 516 høyvekstbedrifter. Det er det høyeste antallet høyvekstbedrifter registrert det siste tiåret. Antall høyvekstbedrifter har særlig økt i perioden etter pandemien (jf. Figur 2.1).

Virksomheter klassifisert som høyvekstbedrifter i 2023, har hatt tilstrekkelig høy omsetningsvekst i perioden 2020-2023. Dette innebærer at omsetningen i 2023 sammenlignes med nivået i 2020. For enkelte næringer, særlig overnatting og servering, var omsetningen i 2020 sterkt påvirket av nedstengninger i 2020 (omtales nærmere under). Hvis vi ser bort fra overnatting og servering, var det 5 126 høyvekstbedrifter i 2023.

Omsetningsvekst kan skyldes økt salgsvolum, høyere priser eller en kombinasjon av begge. Alt annet likt, vil en virksomhet øke omsetningen dersom den kan selge varer eller tjenester til en høyere pris. I perioder med sterk prisvekst kan derfor bedrifter klassifiseres som høyvekstbedrifter uten nødvendigvis å ha økt produksjonen.

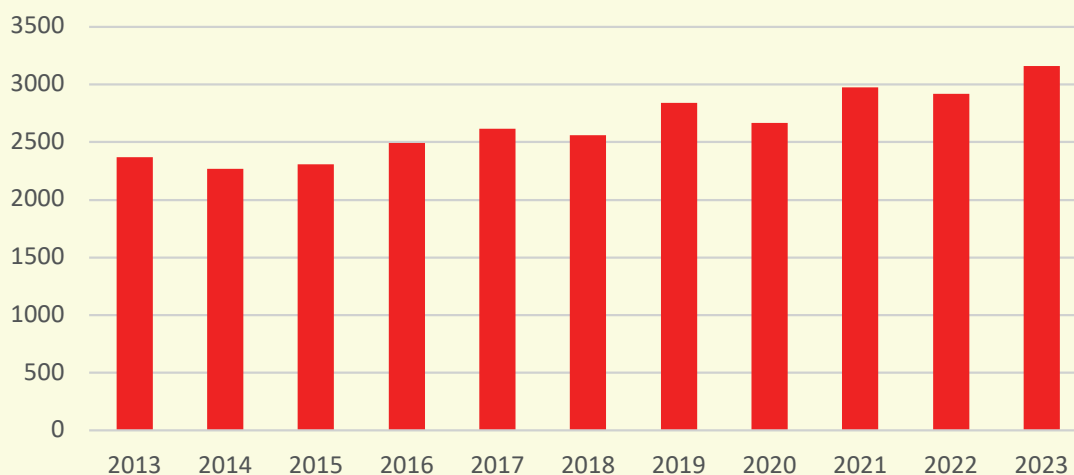
**Figur 2.1 Antall høyvekstbedrifter når omsetning måles i løpende priser. 2013-2023**



Note: Høyvekstbedrifter har minst 20 prosent gjennomsnittlig årlige vekst i omsetning over en treårsperiode og med minst ti millioner kroner i omsetning i starten av treårsperioden. Den skraverte delen av søylene viser bedrifter som også har hatt minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig vekst i antall årsverk i samme periode.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.2 Antall høyvekstbedrifter når omsetning måles i faste priser. 2013-2023**



Note: Omsetning er deflatert med prisendring i produksjon i basisverdi per næring (A38) fra nasjonalregnskapet.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

En enkel måte å vurdere om veksten primært skyldes pris- eller volumøkning på, er å se på utviklingen i antall ansatte. I perioden 2013-2019 hadde i gjennomsnitt 28 prosent av høyvekstbedriftene også minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig vekst i antall ansatte (målt i årsverk).<sup>2</sup> I 2023 gjaldt dette om lag 20 prosent av høyvekstbedriftene. Samme år var det 1 153 virksomheter som hadde over 20 prosent gjennomsnittlig årlig vekst i sysselsetting de siste tre årene, og som startet med minst ti millioner kroner i omsetning, men som ikke oppfylte kriteriene for omsetningsvekst.

En mer presis metode for å vurdere om veksten skyldes faktisk produksjonsutvidelse, er å korrigere for prisendringer. Dette har vi gjort ved å deflatere virksomhetenes omsetning med årlig prisvekst i produksjon (målt i basisverdi<sup>3</sup>) fra nasjonalregnskapet.<sup>4</sup> Omsetning er her omregnet til faste 2010-priser.

Når vi måler omsetningen i faste priser, fremstår økningen i antall høyvekstbedrifter som mer moderat (jf. Figur 2.2). Dette tyder på at prisvekst har vært en viktig driver for omsetningsveksten de siste årene, mens volumveksten har vært mer begrenset. I 2023 var det 3 126 høyvekstbedrifter når omsetningen justeres for prisvekst.

Næringene informasjon og kommunikasjon samt faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting har hatt en jevn økning i antall høyvekstbedrifter, både målt i løpende og faste priser (jf. hhv. Figur 2.6 og Figur 2.5). Industrien, derimot, har i hovedsak kun hatt en økning i antall høyvekstbedrifter i årene etter pandemien og bare når omsetning måles i løpende priser (jf. Figur 2.9).

I perioden 2013-2022 hadde overnattings- og serveringsnæringen aldri flere enn 90 høyvekstbedrifter. I 2023 var det 390 høyvekstbedrifter i samme næring når vi ser på omsetning i løpende priser (jf. Figur 2.8). Når vi ser på omsetning i løpende priser er det også tydelig at bergverksdrift og utvinning opplevde en jevn nedgang i antall høyvekstbedrifter parallelt med prisnedgangen på olje og gass i 2014 og årene som fulgte. Samtidig økte antall høyvekstbedrifter hvis vi ser på omsetning i faste priser (jf. Figur 2.10).

Varehandel samt bygge- og anleggsvirksomhet utgjør flertallet av høyvekstbedriftene. For disse næringene har antallet høyvekstbedrifter vært relativt stabilt når omsetning måles i faste priser, men med en nedgang de siste tre årene (jf. hhv. Figur 2.3 og Figur 2.4).

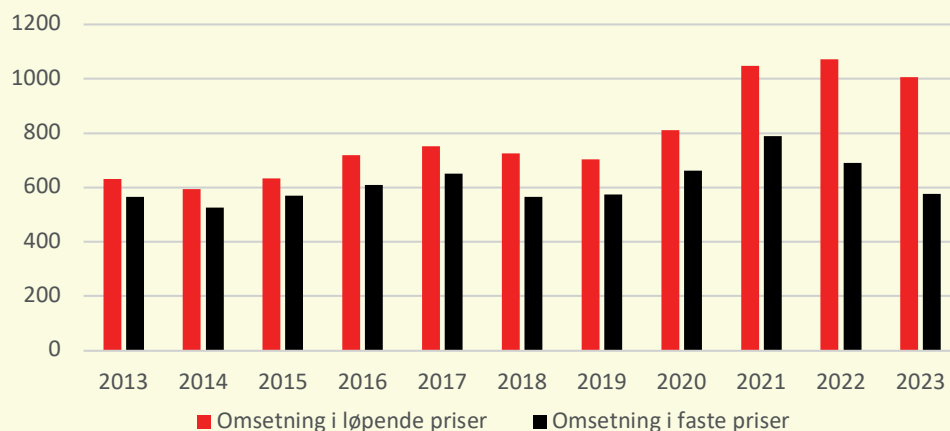
Vi ser nærmere på næringsfordelingen blant høyvekstbedriftene i kapittel 2.6. Når vi i det følgende ser på kjennetegn ved høyvekstbedriftene, er det omsetning i løpende priser som ligger til grunn for utvalget hvis ikke annet er nevnt.

<sup>2</sup> Årsverk er beregnet ved å ta virksomhetenes lønnskostnader, delt på gjennomsnittlig årsverkskostnad i virksomhetenes næring. Lønnsvekst inngår dermed i både teller og nevner. I den grad en virksomhet har svært avvikende lønnsutvikling enn næringen for øvrig, vil vi overvurdere antall årsverk.

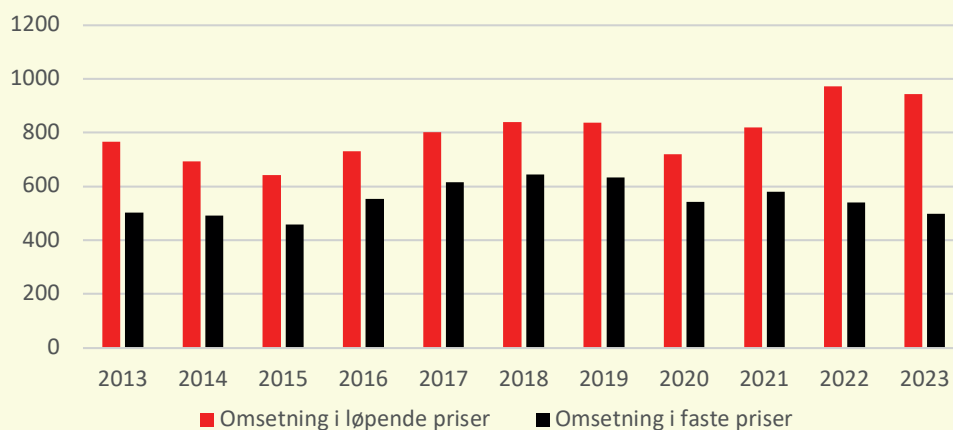
<sup>3</sup> Produksjonen i basisverdi er verdien av varer og tjenester fra innenlandsk produksjonsaktivitet, produksjon for eget bruk og ikke-markedsrettet virksomhet i offentlig forvaltning og i ideelle organisasjoner. Basisverdi er verdien en produsent sitter igjen med etter produktsubsidier og betalt mva. og eventuelle andre produktskatter.

<sup>4</sup> Tabell 09170: Produksjon og inntekt, etter næring (A38).

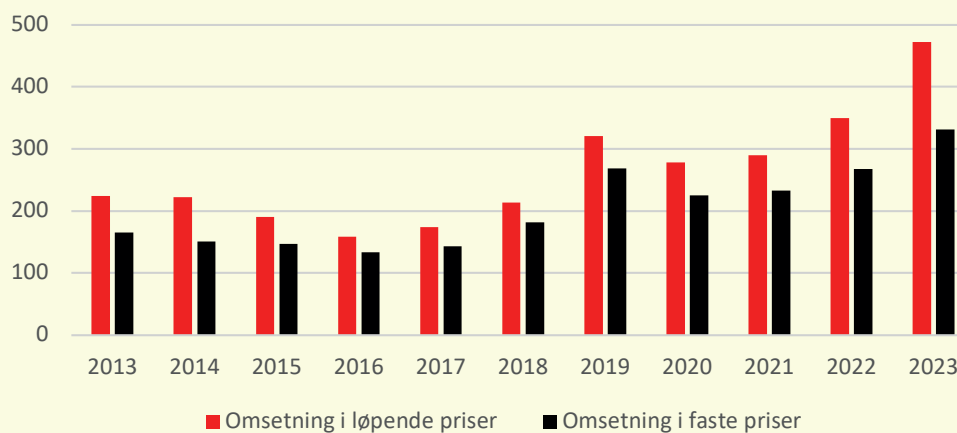
**Figur 2.3 Antall høyvekstbedrifter i varehandel og reparasjon av motorvogner når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



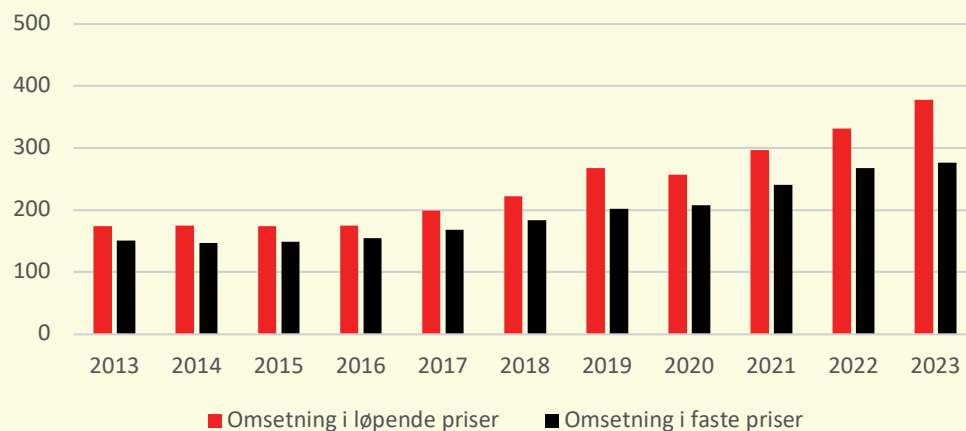
**Figur 2.4 Antall høyvekstbedrifter i bygge- og anleggsvirksomhet når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



**Figur 2.5 Antall høyvekstbedrifter i faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



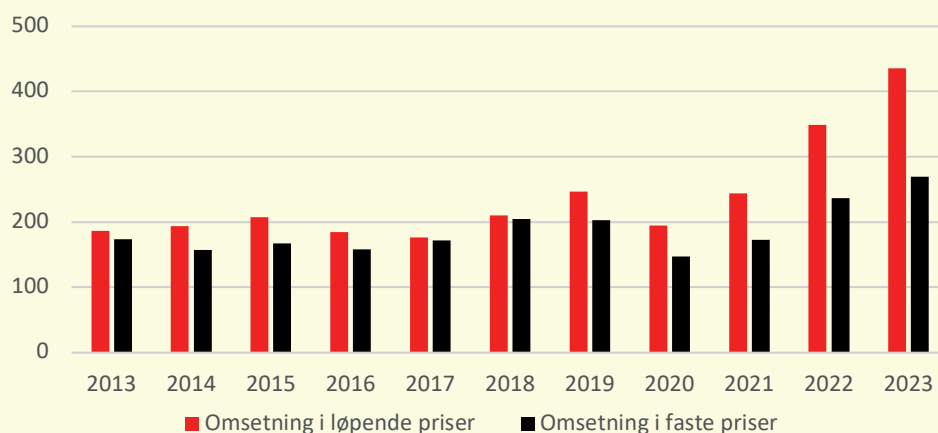
**Figur 2.6 Antall høyvekstbedrifter i informasjon og kommunikasjon når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



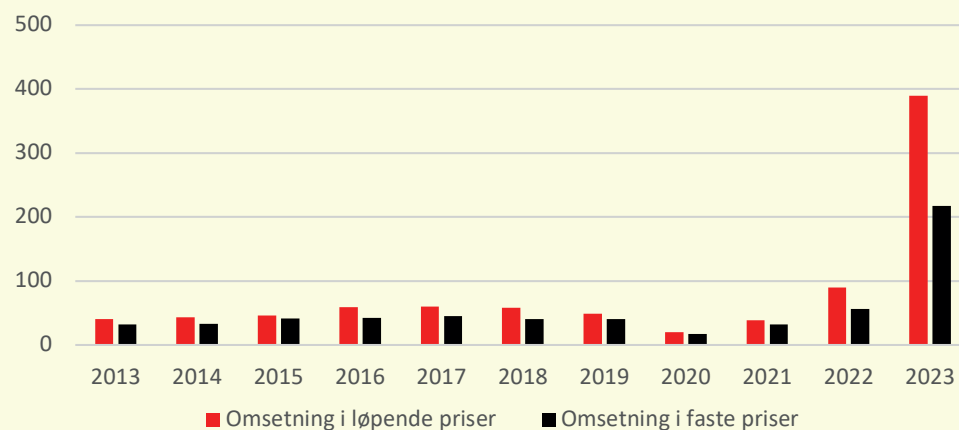
Note: Omsetning i faste priser er deflatert med prisendring i produksjon i basisverdi per næring (A38) fra nasjonalregnskapet.

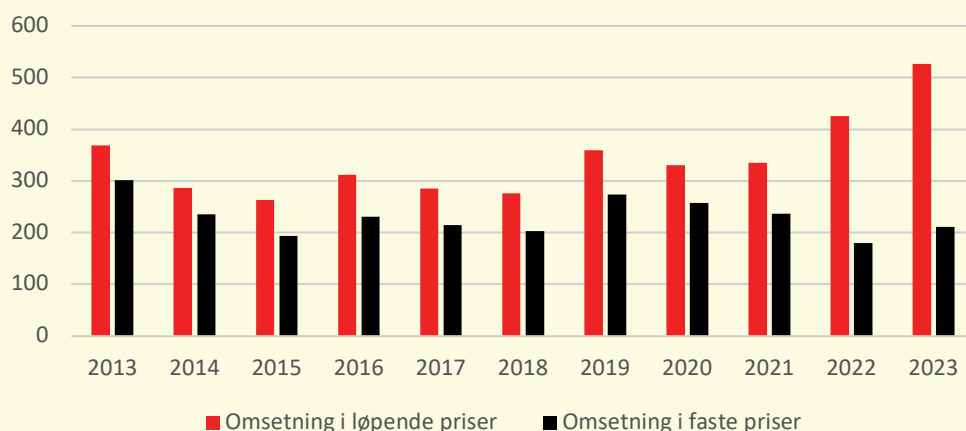
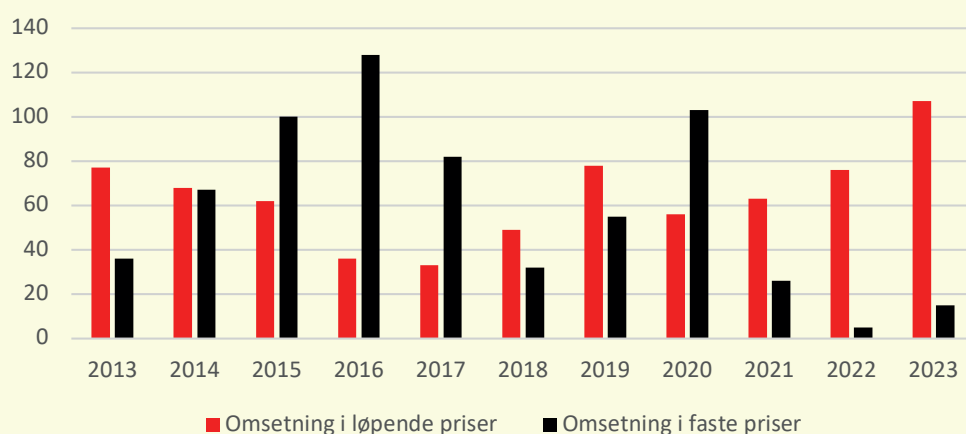
Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.7 Antall høyvekstbedrifter i transport og lagring når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



**Figur 2.8 Antall høyvekstbedrifter i overnattings- og serveringsvirksomhet når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**



**Figur 2.9 Antall høyvekstbedrifter i industri når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023****Figur 2.10 Antall høyvekstbedrifter i bergverksdrift og utvinning når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023**

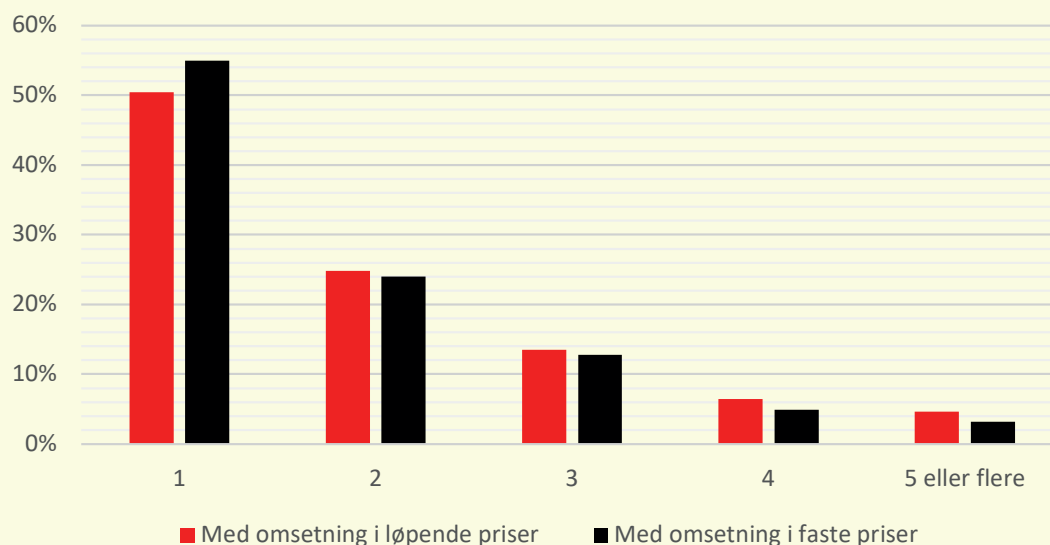
Note: Omsetning i faste priser er deflatert med prisendring i produksjon i basisverdi per næring (A38) fra nasjonalregnskapet.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

### Antall med flere vekstperioder

Studier fra Portugal, Sverige og Storbritannia har vist at gjentatte faser med skalering, altså høy vekst, er sjeldne. Mellom 40 og 70 prosent av skaleringsbedriftene opprettholder det nye nivået eller fortsetter å vokse etter den første vekstperioden i de fire landene (OECD 2021). Andre studier finner negativ sammenheng mellom vekst i en periode og den neste for små virksomheter, men positiv eller ingen sammenheng for større virksomheter. Dette indikerer at vedvarende vekst er mindre sannsynlig for små rasktvoksende virksomheter, sammenlignet med større virksomheter (Coad et al., 2014).

Samlet finner vi i 20 361 unike høyvekstbedrifter i perioden 2013-2023, når vi ser på vekst i omsetning i løpende priser. Av disse har halvparten kun hatt én vekstperiode. En firedel har hatt to vekstperioder, mens en firedel har hatt tre eller flere vekstperioder. Ser vi på omsetning i faste priser, er det noe færre høyvekstbedrifter med flere vekstperioder (jf. Figur 2.11).

**Figur 2.11 Høyvekstbedriftene fordelt etter antall ganger som høyvekstbedrift i perioden 2013-2023**

En virksomhet kan være høyvekstbedrift flere år på rad eller i ulike perioder. To eller flere år på rad som høyvekstbedrift tilsier overlappende vekstperioder (vekst måles over en treårsperiode). Jo flere vekstperioder, jo flere må være overlappende, gitt at vi bare ser på vekst i en tiårsperiode. For høyvekstbedriftene med to vekstperioder ser det ut til at det er like vanlig med to ulike vekstperioder som to sammenhengende.

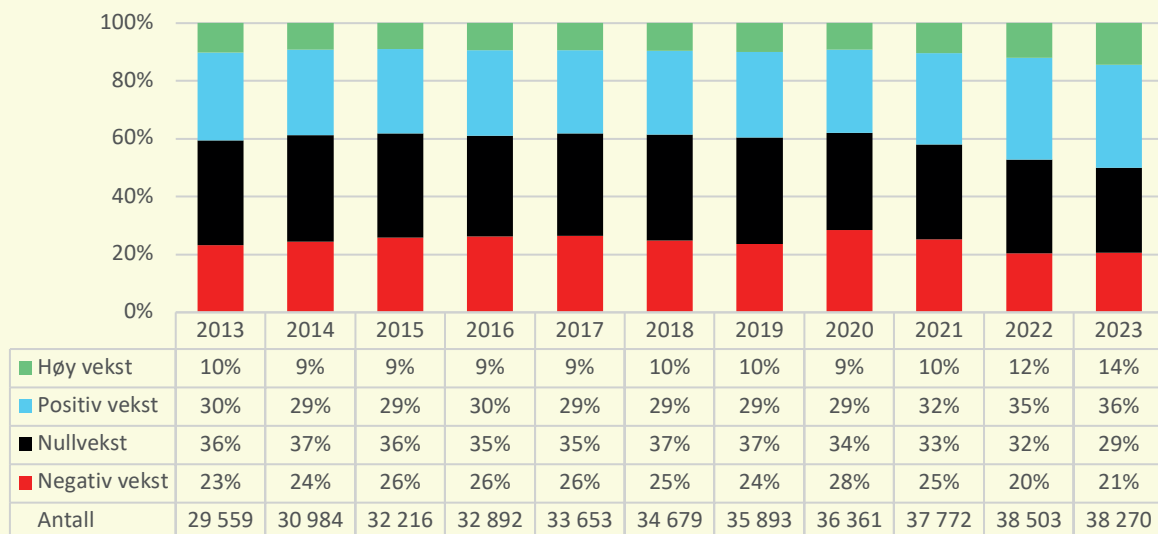
### Andel av aksjeselskaper

I 2023 var det om lag 246 000 aksjeselskaper i Norge med registrerte lønnskostnader eller omsetning.<sup>5</sup> Høyvekstbedriftene utgjorde 2,2 prosent av disse. Samme år utgjorde de drøyt 5 500 høyvekstbedriftene 14 prosent av alle norske aksjeselskaper med minst ti millioner kroner i omsetning (jf. Figur 2.12).

I perioden 2013-2020 lå andelen høyvekstbedrifter stabilt på rundt 10 prosent av bedriftene med mer enn ti millioner kroner i omsetning. De siste tre årene har andelen økt, i takt med veksten i antall høyvekstbedrifter. Antallet høyvekstbedrifter har med andre ord økt mer enn det totale antallet aksjeselskaper i denne gruppen. Samtidig har andelen virksomheter med negativ eller ingen vekst avtatt (se forklaring i Figur 2.12).

<sup>5</sup> Vi har et noe høyere antall aktive aksjeselskaper enn Statistisk sentralbyrå (Tabell 14001).

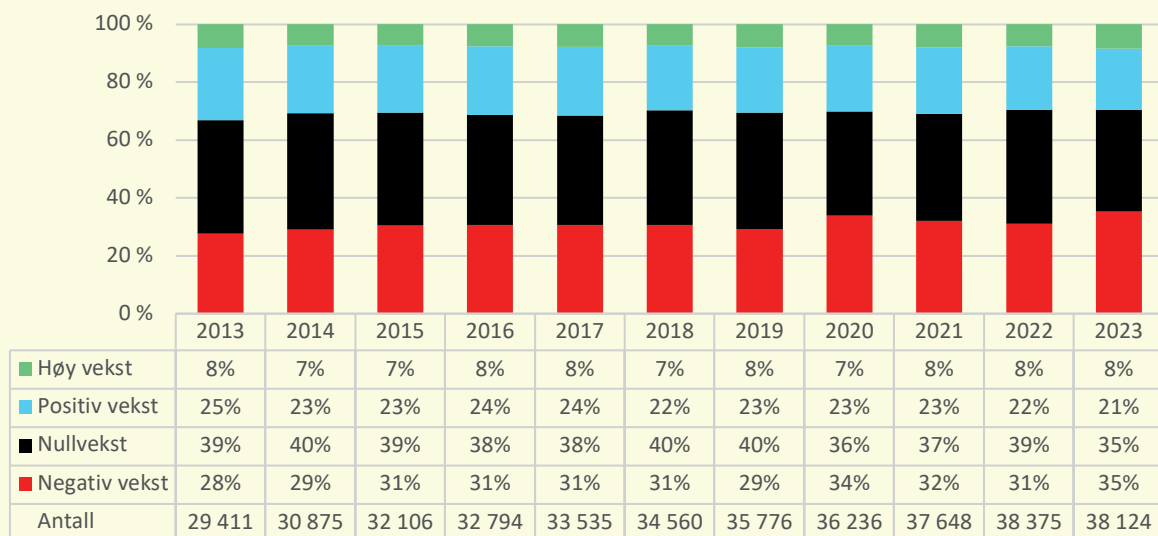
**Figur 2.12 Aksjeselskaper med mer enn ti millioner kroner i omsetning, etter gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning siste tre år. Omsetning målt i løpende priser. 2013-2023**



Note: Virksomheter med negativ vekst har hatt mer enn 5 prosent gjennomsnittlig årlig nedgang i omsetning de siste tre årene. Virksomheter med nullvekst har hatt gjennomsnittlig omsetningsvekst mellom -5 og +5 prosent de siste tre årene. Virksomheter med positiv vekst har hatt gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst mellom 5 og 20 prosent. Høyvekstbedrifter er bedrifter med gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst over 20 prosent de siste tre årene. Alle virksomhetene inkludert i figuren hadde minst 10 millioner kroner i omsetning første år i treårsperioden.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.13 Aksjeselskaper med mer enn ti millioner kroner i omsetning, etter gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning siste tre år. Omsetning målt i faste priser. 2013-2023**



Note: Vekstkategoriene er forklart i figur 2.12. Årsaken til det lille avviket i N mellom denne figuren og figuren over er at vi bruker næringsspesifikke produksjonspriser for å beregne deflatert omsetning, og et lite antall virksomheter har ikke oppgitt næringskode. Derfor blir det da heller ikke beregnet en deflatert omsetning for disse virksomhetene og de utgår derfor fra utvalget.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Når vekst måles i omsetning justert for prisvekst, reduseres andelen høyvekstbedrifter blant virksomheter med over ti millioner kroner i omsetning noe, og det er ingen økning i denne andelen i de siste årene av analyseperioden (jf. Figur 2.13). Vi ser heller en svak økning i andelen virksomheter med negativ omsetningsvekst når vi justerer for prisvekst.

### I forhold til andre land

Flere studier har sammenlignet høyvekstbedrifter i Norge med andre land, særlig de nordiske. Ifølge Nordic Innovation (2019) hadde Norge et relativt lavt antall høyvekstbedrifter, med 602 bedrifter i perioden 2013-2016.<sup>6</sup> Dette var på nivå med Danmark, men utgjorde om lag halvparten av antallet i Sverige. Som andel av virksomheter i den ikke-finansiell sektor, utgjorde høyvekstbedrifter 4,1 prosent i Norge, og var med det den laveste andelen blant de nordiske landene. Norge kommer også dårligst ut av de nordiske landene i en sammenlikning av høyvekstbedrifter per innbygger (Iris Group, 2019).

Nordic Innovation (2023) sin rapport Nordic Scaleup Landscape 2022 analyserer utviklingen blant høyvekstbedrifter basert på deres verdsetting. Her plasserer Norge seg igjen på linje med Danmark og noe bak Sverige. Rapporten fokuserer imidlertid primært på bedriftenes verdsettelse, noe som er mindre relevant dersom målet er å forstå hvordan vekstbedrifter bidrar til økt produksjon og sysselsetting. Et eksempel på dette er fokuset på såkalte enhjørninger.<sup>7</sup> Norge hadde åtte enhjørninger, med én ny i 2021, mens Sverige hadde 37. Selv om det ikke er et mål i seg selv å ha flest mulig enhjørninger, kan disse bedriftene, som rapporten påpeker, fungere som ledestjerner og inspirasjon for andre vekstorienterte bedrifter. Likevel rangeres Norge generelt lavere enn de andre nordiske landene i slike studier.

OECD (2021) viser at andelen høyvekstbedrifter varierer mellom land og over konjunktursykluser. Blant de 15 OECD-landene som ble analysert, lå andelen høyvekstbedrifter i 2017 mellom 7 og 14 prosent av alle bedrifter med minst 10 ansatte. Med en andel på 9,5 prosent samme år, plasserte Norge seg dermed midt i dette feltet.

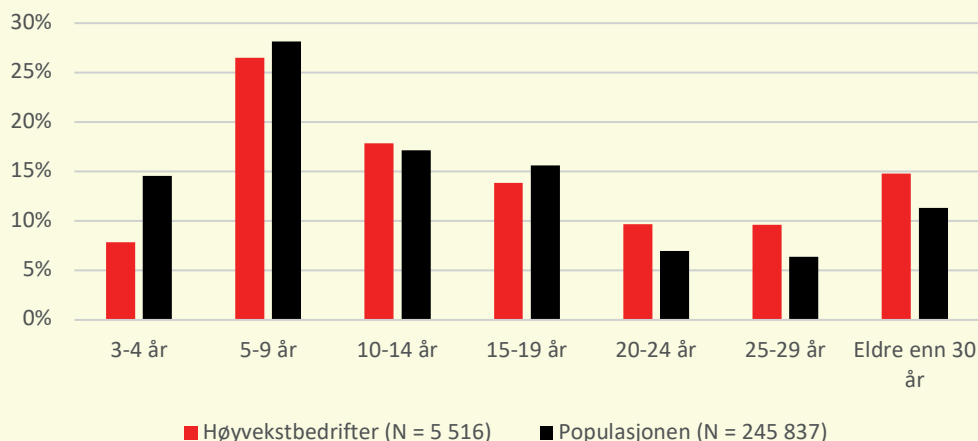
### 2.4. Alder

De norske høyvekstbedriftene er noe eldre enn den samlede populasjonen av aktive aksjeselskaper. I 2023 var gjennomsnittsalderen for høyvekstbedriftene 17,5 år, mens gjennomsnittsalderen for alle aktive aksjeselskaper var 15,1 år. I 2019 var gjennomsnittsalderen for høyvekstbedriftene 15,5 år, mot 14,7 år for hele populasjonen.

En sammenlikning av aldersfordelingen med populasjonen av aktive aksjeselskaper viser at høyvekstbedriftene er overrepresentert i de eldre aldersgruppene (jf. Figur 2.14). Gitt kravet om minst ti millioner kroner i omsetning for å kvalifisere som høyvekstbedrift, er det naturlig at disse bedriftene er noe mer modne enn gjennomsnittet. Samtidig viser utviklingen i gjennomsnittsalder fra 2019 til 2023 at sammensetningen av høyvekstbedrifter varierer over tid, noe som kan påvirke hvordan de skiller seg fra den øvrige bedriftsmassen.

<sup>6</sup> Nordic Innovation definerte høyvekstbedriftene (scaleups) som virksomheter med minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig sysselsettingsvekst over en treårsperiode, og som hadde minst 10 ansatte eller en omsetning på minst 2 millioner euro i starten av vekstperioden.

<sup>7</sup> En enhjørning defineres som bedrifter etablert etter 1990 og med en verdsetting på minst 1 milliard dollar, som ikke er på børs.

**Figur 2.14 Høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper, etter virksomhetenes alder. Andel. 2023**

Note: Populasjonen består av aktive aksjeselskaper (registrert omsetning eller lønnskostnader). Omsetningsvekst er beregnet for en treårsperiode, og krever dermed at virksomhetene er minst tre år det året vi måler omsetningsvekst. Vi har derfor sammenliknet med aldersfordelingen til aktive aksjeselskaper tre år og eldre.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

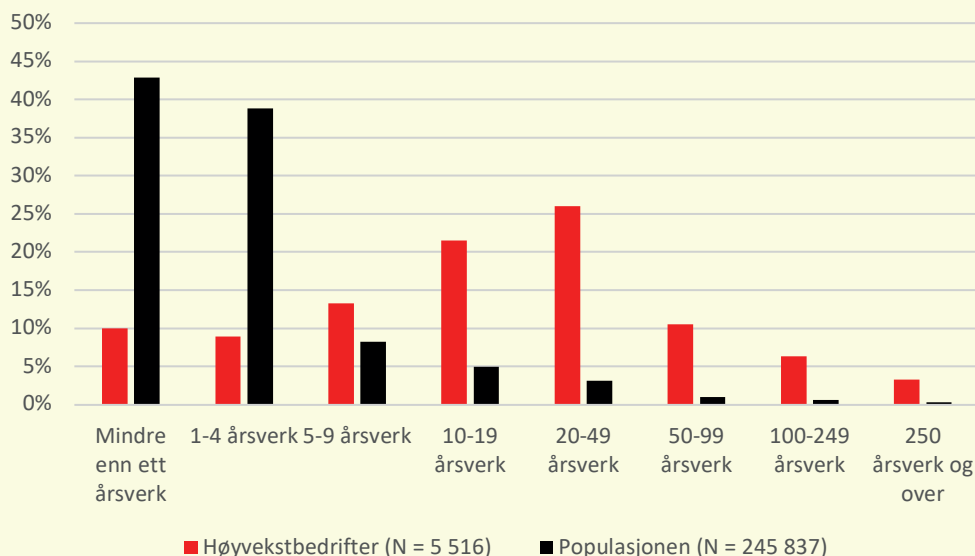
## 2.5. Årsverk

Flere internasjonale studier viser at små og unge virksomheter ofte står for en uforholdsmessig stor andel av sysselsettingsveksten, både i OECD-land og fremvoksende markeder (OECD, 2021). Andre studier har vist at små bedrifter har en høyere tilbøyelighet til rask vekst, noe som ofte forklares med at unge bedrifter både vokser raskere og typisk er svært små (Birch, 1987). En (noe) nyere studie fra USA utfordrer imidlertid denne antakelsen ved å vise at når det også kontrolleres for alder, forsvinner den systematiske sammenhengen mellom bedriftsstørrelse og relativ vekst (Haltiwanger, Jarmin & Miranda, 2011). Likevel finner studier fra Italia og Portugal at små bedrifter fortsatt har en tendens til å vokse raskere, selv når alder tas i betraktning (Lotti & Santarelli, 2001; Neumark, Wall & Zhang, 2011; Geurts & van Biesebeek, 2016).

Sammenliknet med populasjonen av aktive aksjeselskaper, er høyvekstbedriftene større virksomheter. Om lag 80 prosent av høyvekstbedriftene er virksomheter med fem eller flere årsverk. Dette er igjen en naturlig følge av at høyvekstbedrifter her er definert som virksomheter med minst ti millioner kroner i omsetning. Til sammenlikning er drøyt 80 prosent av alle aktive aksjeselskaper virksomheter med færre enn fem årsverk (jf. Figur 2.15).

Hvis vi holder kravet til gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst, men tillater at utgangspunktet er mellom 1 og 10 millioner kroner i omsetning, får vi et langt høyere antall vekstbedrifter (jf. Figur 2.16).

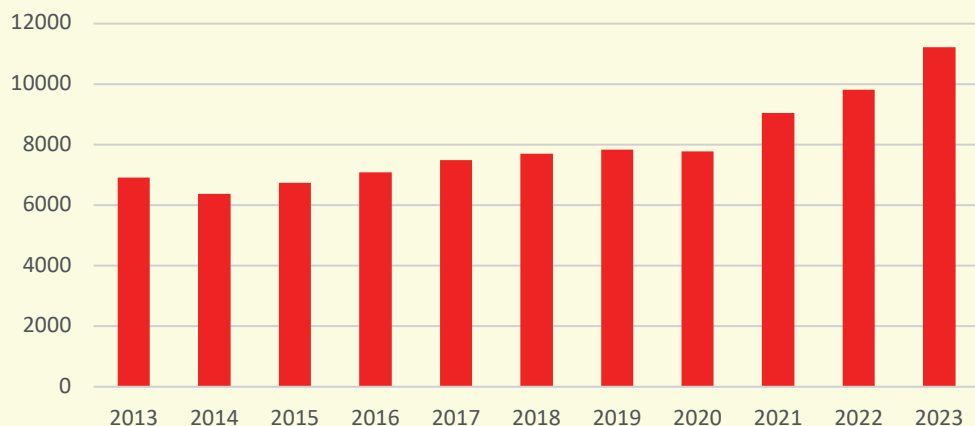
**Figur 2.15 Høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper, etter virksomhetenes størrelse (antall årsverk). Andel. 2023**



Note: Populasjonen består av aktive aksjeselskaper (registrert omsetning eller lønnskostnader). Virksomheter med mindre enn ett årsverk omfatter og virksomheter med 0 årsverk.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.16 Antall virksomheter med minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst når omsetning måles i løpende priser, med omsetning mellom 1 og 10 millioner kroner ved starten av perioden. 2013-2023**

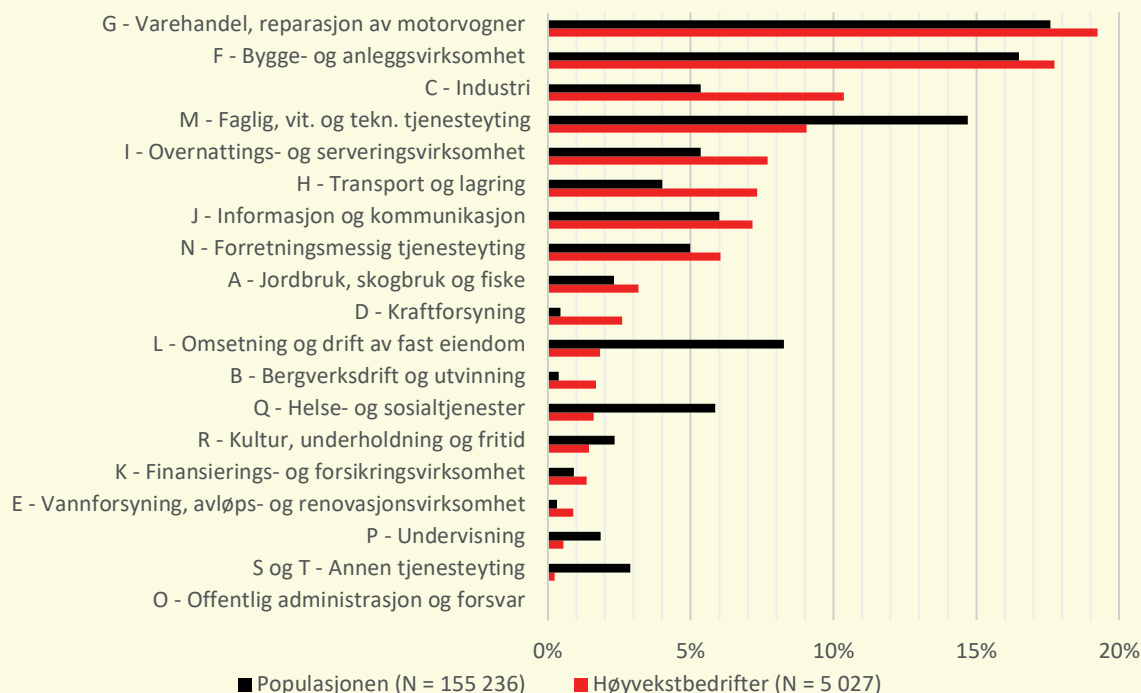


Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

## 2.6. Næring

Varehandel samt bygge- og anleggsvirksomhet er de dominerende næringene blant høyvekstbedriftene (se kapittel 2.3). Dette samsvarer med at disse også er de største næringene i Norge målt i antall aktive aksjeselskaper. Sammenlignet med den totale populasjonen av aksjeselskaper, utgjør de to næringene en tilnærmet lik andel av høyvekstbedriftene (jf. Figur 2.17). Etter varehandel og bygge- og anleggsvirksomhet følger industri samt faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting. Industribedrifter er overrepresentert blant høyvekstbedriftene, mens virksomheter innen faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting er underrepresentert.

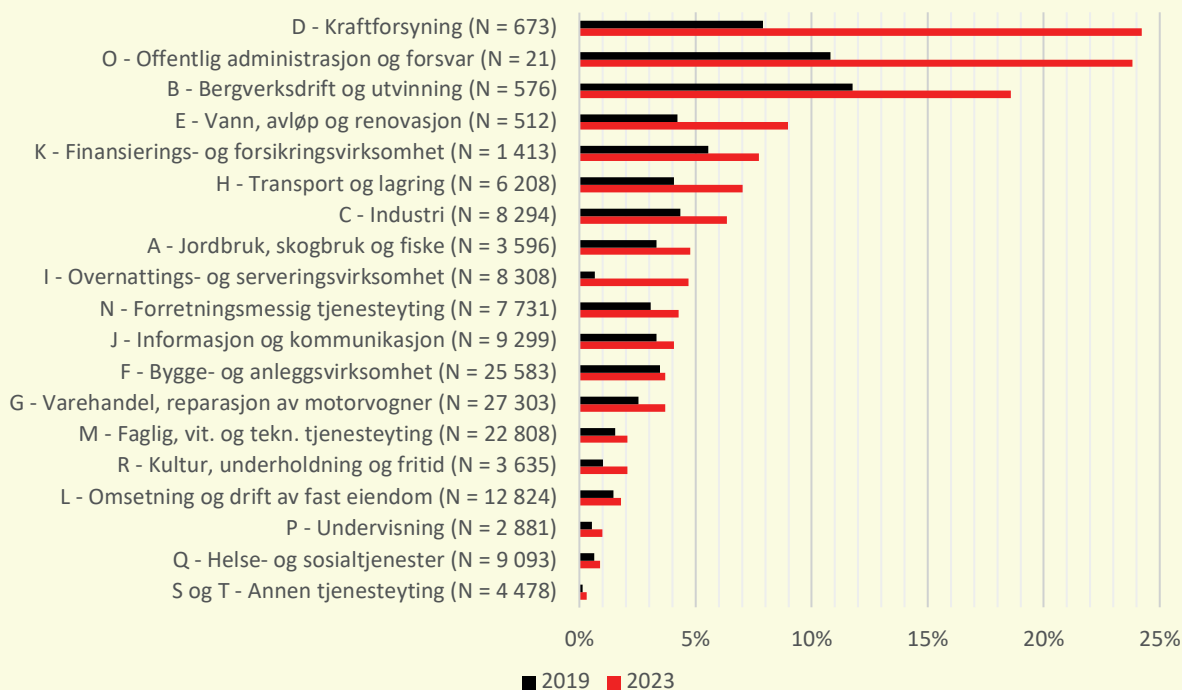
**Figur 2.17 Næringsfordeling for høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) og aktive aksjeselskaper. 2023**



Note: Kun aksjeselskaper med både omsetning og lønnskostnader er inkludert, både for høyvekstbedriftene og populasjonen. Dette er for å unngå enkelte næringer med et betydelig antall virksomheter uten ansatte.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.18 Andel høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) per næring. 2019 og 2023**



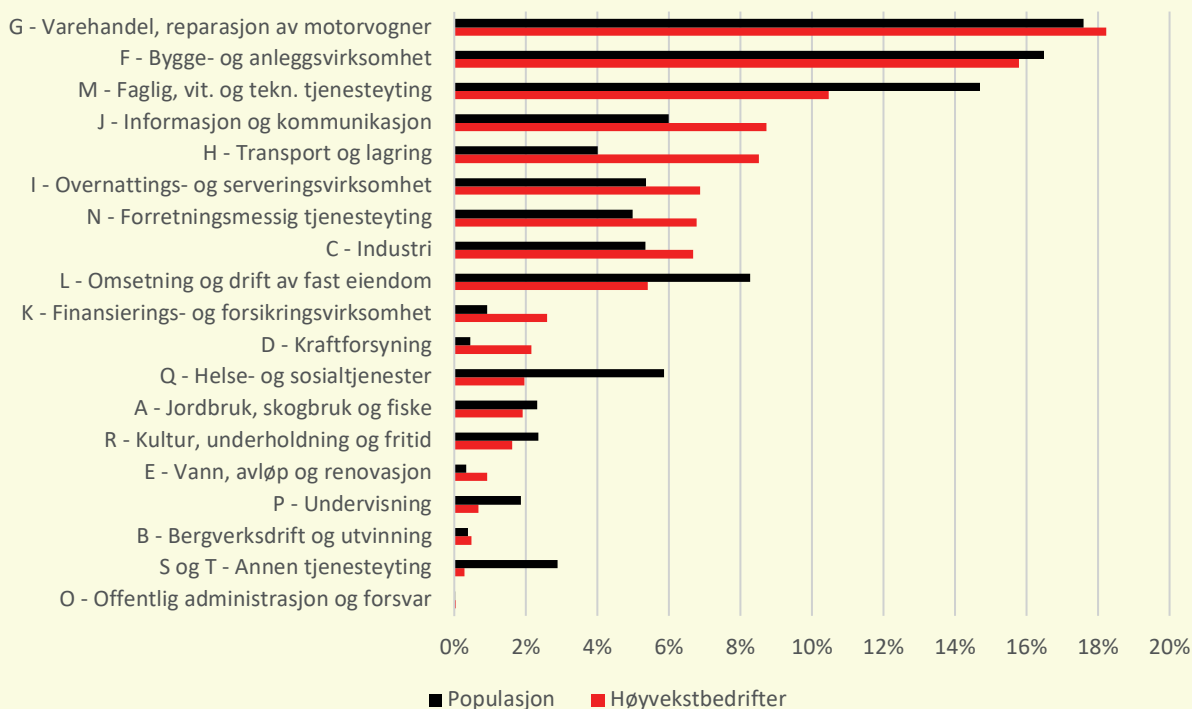
Note: Kun aksjeselskaper med både omsetning og lønnskostnader er inkludert, både for høyvekstbedriftene og populasjonen. Dette er for å unngå enkelte næringer med et betydelig antall virksomheter uten ansatte. N er i figuren antall virksomheter i utvalget i 2023.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

I 2023 var høyvekstbedrifter også overrepresentert innen overnattings- og serveringsvirksomhet, transport og lagring, bergverksdrift og utvinning samt kraftforsyning (jf. Figur 2.17). Næringsfordelingen dette året reflekterer hvilke virksomheter som har hatt betydelig vekst i perioden 2020-2023. For eksempel har overnattings- og serveringsvirksomheter opplevd kraftig omsetningsvekst etter pandemirelaterte nedstengninger, mens bedrifter innen kraftforsyning har hatt betydelige inntektsøkninger som følge av svært høye kraftpriser de siste årene.

I 2023 utgjorde høyvekstbedriftene innen kraftforsyning nær en firedel av alle aktive aksjeselskaper i næringen. Til sammenligning var kun 5 prosent av virksomhetene innen overnattings- og serveringsvirksomhet høyvekstbedrifter. Tilbake i 2019 utgjorde høyvekstbedrifter under 10 prosent av bedriftene i kraftforsyning, mens andelen i overnattings- og serveringsvirksomhet var under 1 prosent (jf. Figur 2.18).

**Figur 2.19 Næringsfordeling for høyvekstbedrifter (omsetning målt i faste priser) og aktive aksjeselskaper. 2023**

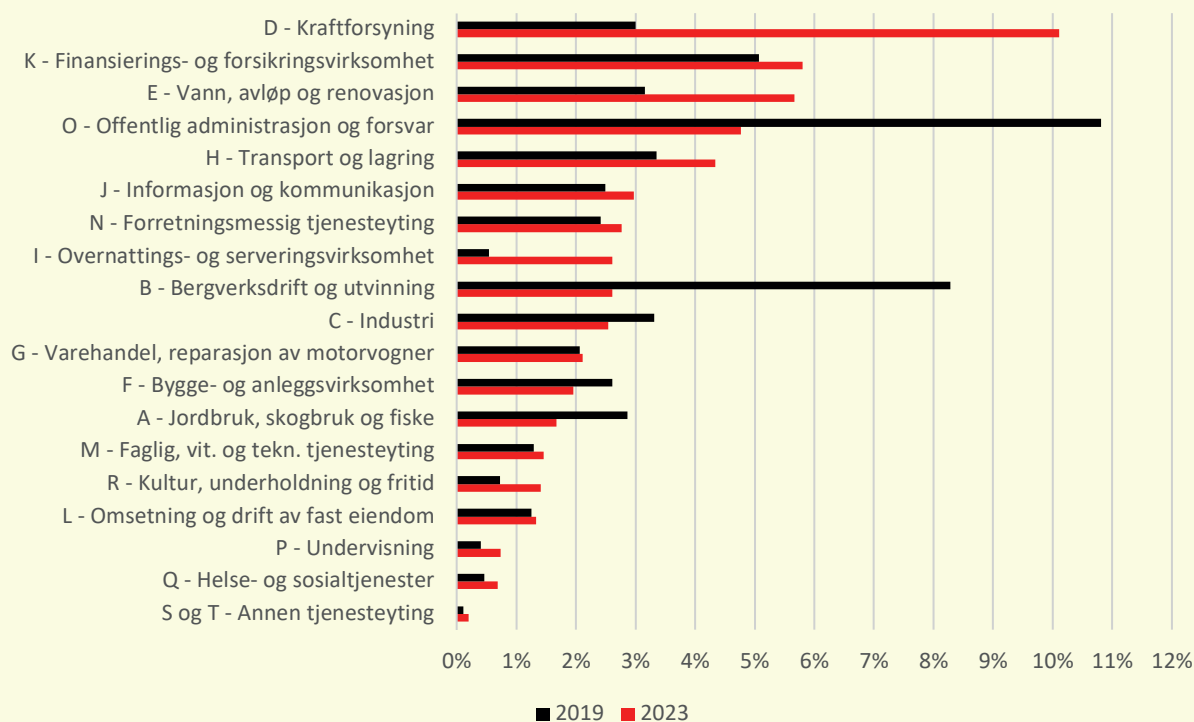


Note: Kun aksjeselskaper med både omsetning og lønnskostnader er inkludert, både for høyvekstbedriftene og populasjonen. Dette er for å unngå enkelte næringer med et betydelig antall virksomheter uten ansatte.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

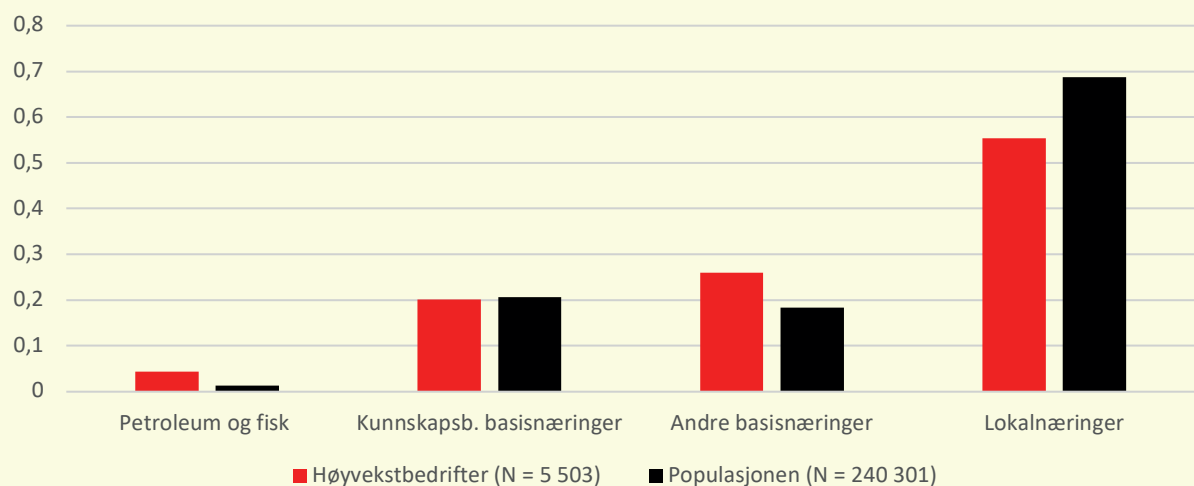
På tvers av OECDs medlemsland er høyvekstbedrifter mest utbredt i kunnskapsintensive tjenester, særlig innen informasjon og kommunikasjon samt finans- og forsikringsvirksomhet (OECD, 2021). Ser vi på høyvekstbedrifter i Norge målt i omsetning justert for prisvekst (for å se på volumendringer), er finans- og forsikringsvirksomhet en av næringene med høyest andel høyvekstbedrifter (jf. Figur 2.20).

Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting samt informasjon og kommunikasjon er blant de største næringene for høyvekstbedrifter når vi måler volumvekst (jf. Figur 2.19). Likevel utgjør høyvekstbedriftene en relativt liten andel av disse næringene i Norge (jf. Figur 2.20).

**Figur 2.20 Andel høyvekstbedrifter (omsetning målt i faste priser) per næring, 2019 og 2023**

Note: Kun aksjeselskaper med både omsetning og lønnskostnader er inkludert, både for høyvekstbedriftene og populasjonen. Dette er for å unngå enkelte næringer med et betydelig antall virksomheter uten ansatte. N er i figuren antall virksomheter i utvalget i 2023.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.21 Fordeling av høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) og aktive aksjeselskaper etter basis- og lokalnæringer, 2023**

Note: Populasjonen består av alle aksjeselskaper i de fem næringsgruppene med enten omsetning eller lønnskostnader. Virksomheter som ikke har oppgitt næringskode er utelatt.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

Som nevnt innledningsvis er det like relevant for politikktutforming å forstå hvilke typer markeder høyvekstbedriftene opererer i, og særlig om de befinner seg i nye vekstnæringer (her kalt basisnæringer) eller i mer stabile lokalnæringer. Som for populasjonen, er innslaget av høyvekstbedrifter størst i lokalnæringer (jf. Figur 2.21). Like fullt utgjør basisnæringer en noe høyere andel av høyvekstbedriftene, sammenlignet med populasjonen. Basisnæringene utgjør i overkant av 40 prosent av det samlede antall norske aksjeselskaper i 2023. Blant høyvekstbedrifter er denne andelen i overkant av 50 prosent.

Ulike næringer påvirkes i ulik grad av lokale, regionale, nasjonale og internasjonale forhold. I næringsanalyser er det nyttig å kategorisere næringsaktiviteter ut fra egenskaper ved de varer og tjenester næringene produserer, og hvor markedet for disse er. Næringene kan kategoriseres som lokal-, basis- og semibasisnæringer i tråd med tidligere studier (Moretti, 2010; Moretti & Thulin, 2013). På lang sikt er utviklingen i basisnæringene særlig viktige for den samlede inntekts- og sysselsettingsutviklingen, både regionalt og nasjonalt.<sup>8</sup>

*Lokalnæringenes* etterspørsel er i hovedsak avledet av lokalbefolkningens behov for varer og tjenester. Lokalnæringene omfatter blant annet skoler, barnehager, renovasjon, omsorgstjenester mv. Også detaljhandelen inngår normalt som en lokalnæring. Sysselsettingsutviklingen i lokalnæringene vil normalt og over tid i stor grad følge den lokale befolkningsutviklingen, som utgjør den viktigste kundemassen.

I *basisnæringene* produserer virksomhetene varer og tjenester som kan handles over lange avstander. Basisnæringenes produkter selges på internasjonale og globale markeder, og produsentene konkurrerer (direkte eller indirekte) med virksomheter fra andre land. Basisnæringene omfatter særlig vareproduksjon i industrien og primærnæringene<sup>9</sup>, men også tjenestenæringer som teknologiutvikling, andre kunnskapsintensive tjenester og reiselivstjenester. Etterspørselen etter basisnæringenes produkter påvirkes i betydelig større grad av internasjonale konjunkturer enn lokalnæringene.

Virksomheter som produserer varer og tjenester som handles over store avstander, men der etterspørselen grunnleggende sett likevel drives av behovene til landets egne innbyggere, omtales som semibasisnæringer. Semibasisnæringene har ofte en betydelig regional konsentrasjon på utvalgte steder i landet, og omfatter blant annet aktiviteter knyttet til lager og logistikk, bank og forsikring, regnskapstjenester, institusjoner for høyere utdanning mv. I praksis fungerer flere av disse næringene som et bindeledd mellom lokal- og basisnæringene. For en region eller en kommune kan tilstedeværelsen av disse virksomhetene bety mye for regional inntekt og sysselsetting, uten at aktiviteten i seg selv er utsatt for betydelig internasjonal konkurranse.

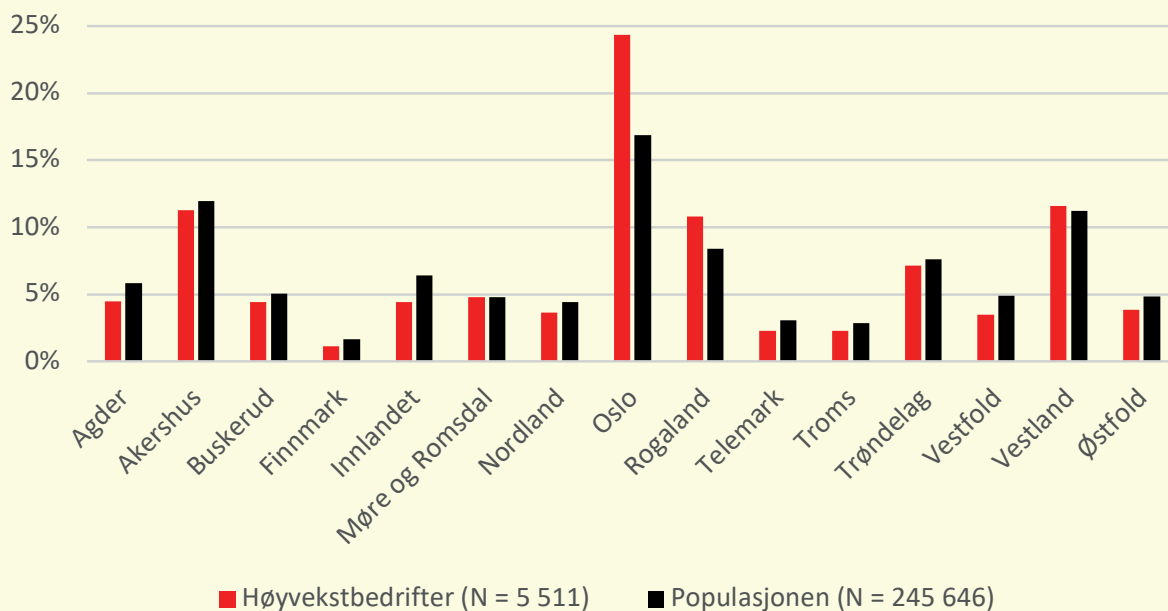
## 2.7. Geografi

Studier av vekstbedrifter indikerer at de fleste høyvekstbedrifter anser sitt lokale forretningsnettverk som essensielt for vekst (OECD, 2021). Høyvekstbedrifter har typisk et viktig nettverk av lokale kunder, leverandører, finansieringskilder eller forskningssentre (ibid.). En relokalisering kan svekke dette lokale forretningsnettverket og dermed skade bedriftens forutsetninger for videre vekst. Gründernes nettverk har ofte en sterk lokal dimensjon og spiller ofte en nøkkelrolle i ansettelse, i å finne nye forretningspartnere eller å sikre ekstern finansiering (Michelacci & Silva 2007; Montoyama & Desai, 2022).

I 2023 var det flest høyvekstbedrifter i Oslo, Vestland, Akershus og Rogaland. Dette følger av hvor de fleste virksomheter er lokalisert (jf. Figur 2.22). Oslo og Vestland er imidlertid de to eneste fylkene hvor høyvekstbedriftene er overrepresentert, sammenlignet med populasjonen av aktive aksjeselskaper. Høyvekstbedriftene utgjør også høyest andel av alle aktive aksjeselskaper i Oslo og Rogaland, etterfulgt av Vestland og Møre og Romsdal. Andelen høyvekstbedrifter er lavest i Finnmark, Innlandet og Vestfold (jf. Figur 2.23).

<sup>8</sup> For en region (eller et land) vil også rene overføringer av midler fra andre deler av landet (eller verden) øke inntektene og konsummulighetene og dermed også omfanget av lokalnæringer.

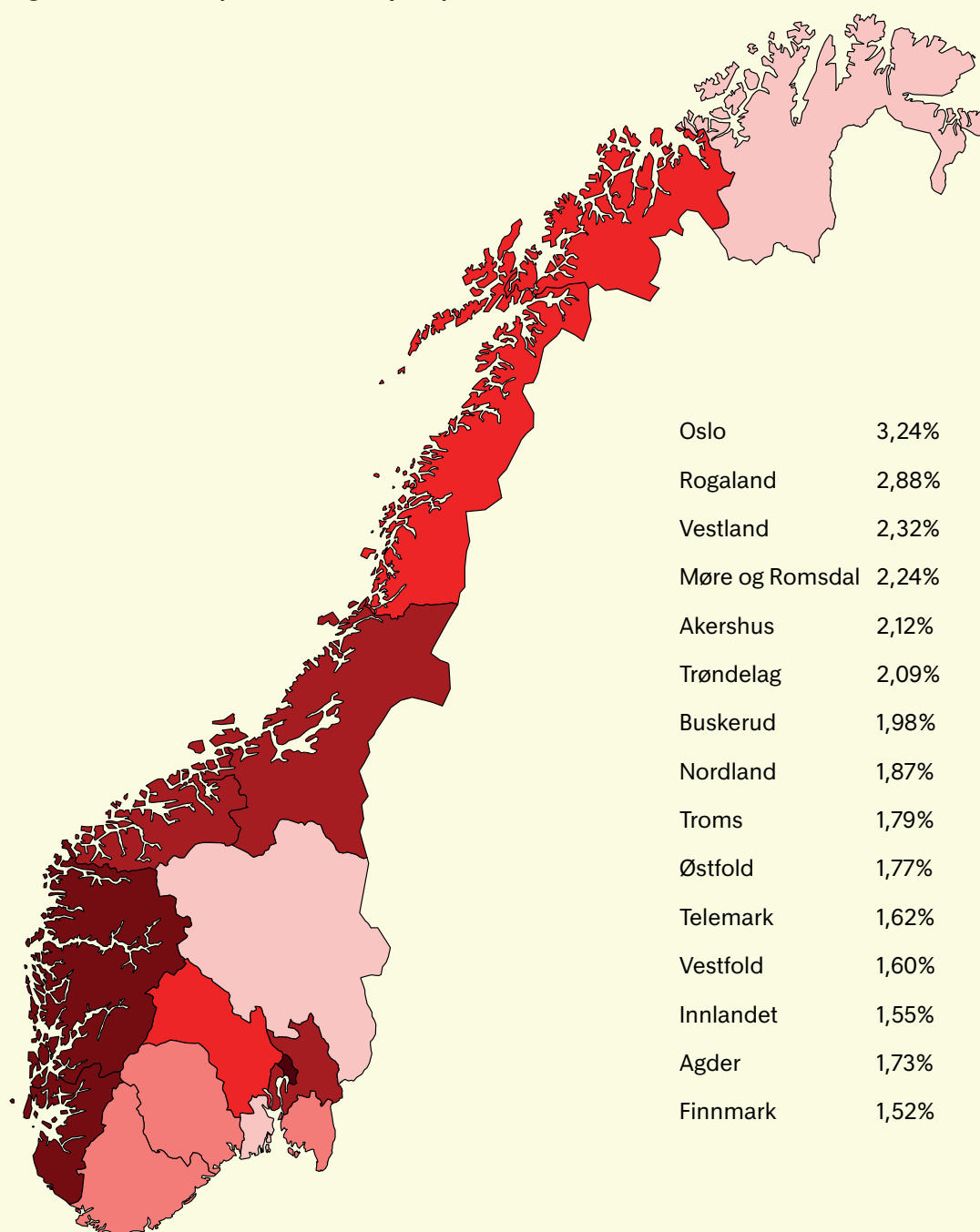
<sup>9</sup> Selv om internasjonal handel begrenses av handelspolitiske tiltak kan produksjoner analyseres som basisnæringer, slik tilfellet er for norske jordbruksprodukter.

**Figur 2.22 Geografisk fordeling for høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper. 2023**

Note: Populasjonen består av aktive aksjeselskaper (registrert omsetning eller lønnskostnader). Enkelte virksomheter har ikke registrert adresse og derfor avviker N her fra noen av de andre figurene.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

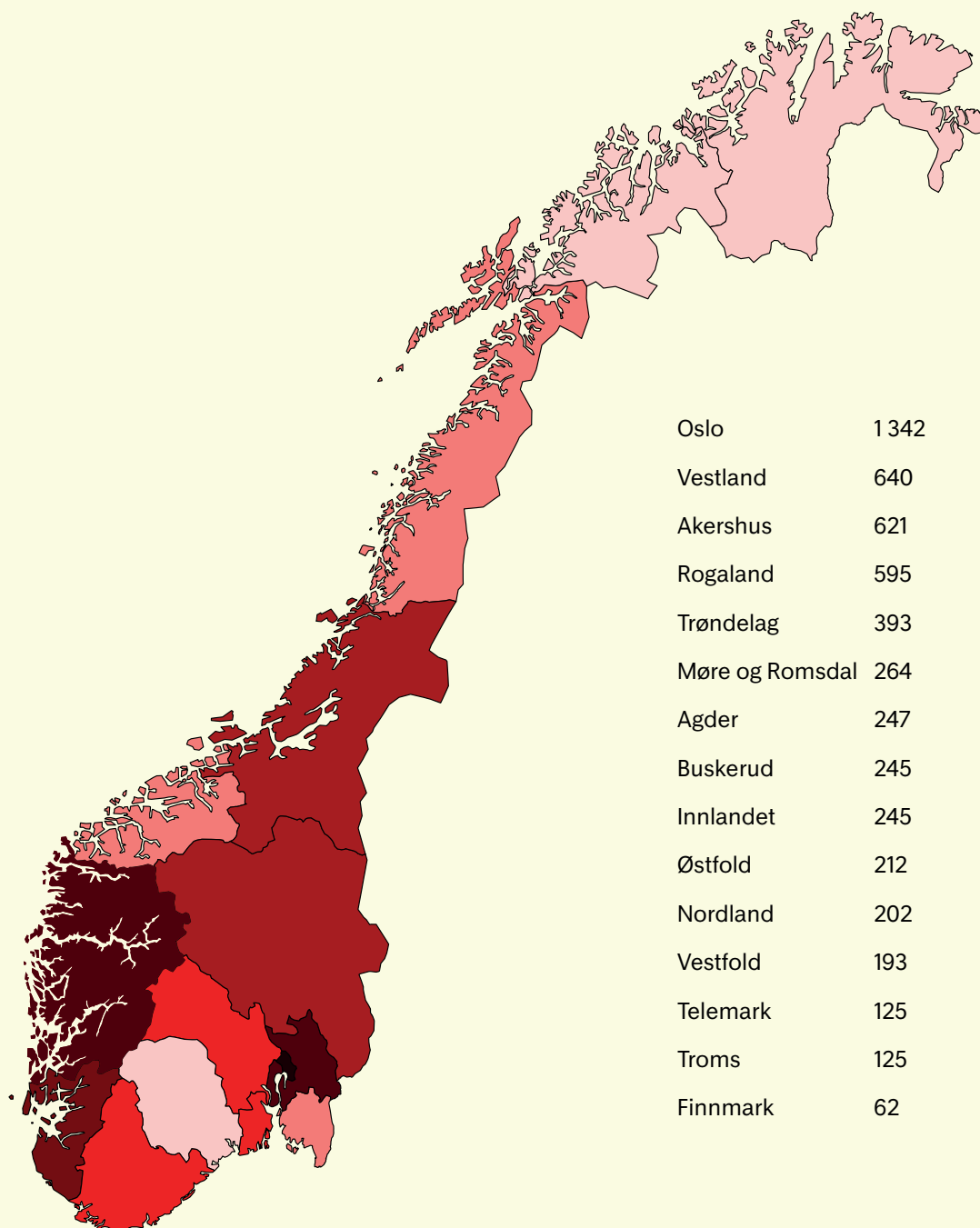
OECD (2023) finner at ekspansjon til nye regioner er mer vanlig blant høyvekstbedrifter enn relokalisering. Mellom 15 og 19 prosent av høyvekstbedriftene åpner, eller kjøper, en annen virksomhet i løpet av syvårsperioden studien ser på. Analysen finner også at høyvekstbedriftene i Norge, Sverige og Finland har en større tilbøyelighet til relokalisering og ekspansjon, sammenlignet med i Danmark. Forskjellen forklares med at behovet i seg selv er mindre i Danmark, på grunn av landets relative størrelse.

**Figur 2.23 Andel høyvekstbedrifter per fylke. 2023**

Note: Antall høyvekstbedrifter er beregnet for 2023, men fylkesinndelingen er den som gjelder per 1. januar 2024.

Kartgrunnlag: Kartverket

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.24 Antall høyvekstbedrifter per fylke. 2023**

Note: Antall høyvekstbedrifter er beregnet for 2023, men fylkesinndelingen er den som gjelder per 1. januar 2024.

Kartgrunnlag: Kartverket

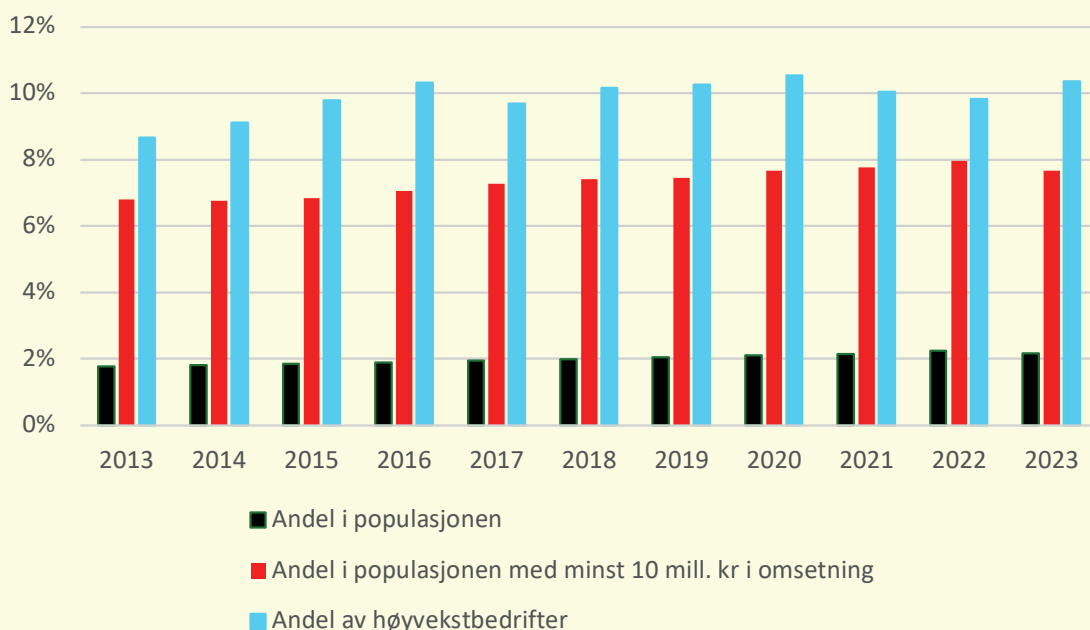
Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

## 2.8. Eierskap

En studie av skaleringsbedrifter i Norden fant at mellom 6 og 20 prosent av skaleringsbedriftene ble utenlandskeid i perioden 2014-2020, og at investeringene i de fleste tilfeller fant sted i skaleringsperioden (OECD, 2023). Studien fant at de raskest voksende vekstbedriftene oftere er mål for utenlandske oppkjøp enn gjennomsnittlige vekstbedrifter. Det var imidlertid ingen tegn til at veksttakten endret seg etter et utenlandsk oppkjøp (ibid).

Rundt ti prosent av høyvekstbedriftene har utenlandsk eid morbedrift (jf. Figur 2.25). Andelen har vært relativt stabil i hele perioden 2013-2023, og er betydelig høyere enn i den totale populasjonen av norske virksomheter (rundt to prosent) og blant sammenlignbare virksomheter med minst ti millioner kroner i omsetning (mellom syv og åtte prosent).

**Figur 2.25 Andel virksomheter med utenlandsk eid morbedrift. 2013-2023**



Note: Utenlandskeid er definert som at bedriften har utenlandsk eid morselskap. Et morselskap er et selskap har bestemmende innflytelse over en annen virksomhet, enten gjennom aksjeeierskap eller andeler, eller gjennom annen avtale.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

## 2.9. Overlevelse

Som nevnt innledningsvis i dette kapitlet, er skaleringsprosessen ofte et bevisst strategisk valg. Det samme kan gjelde perioden som følger etter. Noen eiere velger å selge seg ut helt eller delvis, andre går inn i strategiske samarbeid, fusjoner eller oppkjøp. Enkelte fortsetter veksten gjennom ytterligere ekspansjon, eller de konsoliderer seg og fokuserer på å opprettholde markedsposisjonen. Et sentralt spørsmål er derfor hva som skjer med høyvekstbedriftene etter vekstfasen.

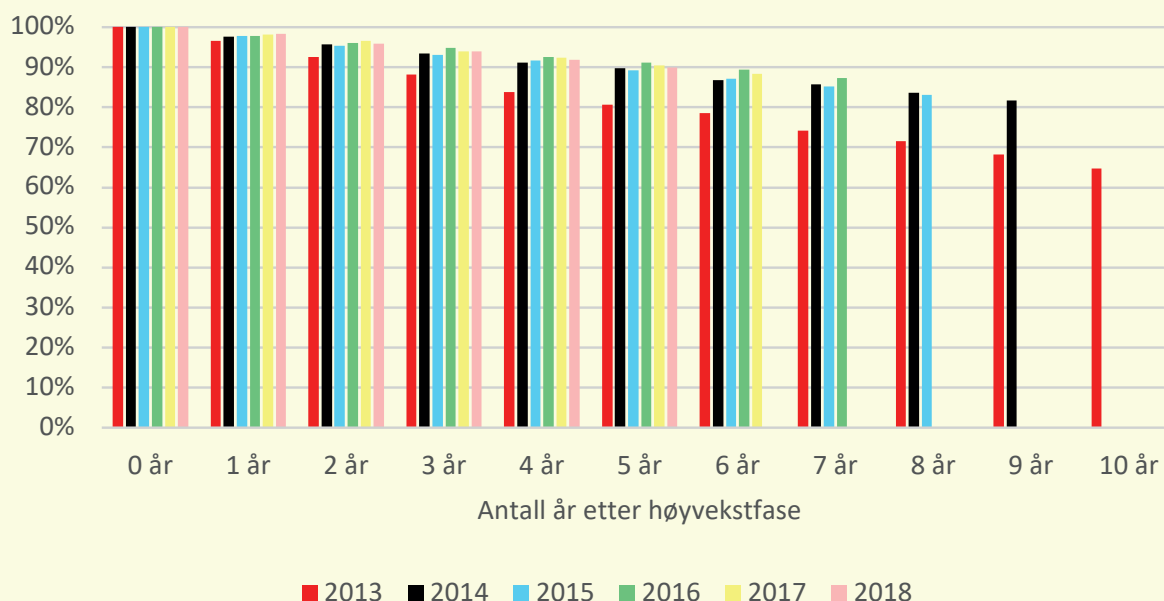
Vi har tidligere vist at det er relativt få bedrifter som klarer å opprettholde høy vekst over lengre tid, og det er enda færre som opplever flere vekstperioder (se kapittel 2.3)

Med overlevelse mener vi her hvor stor andel av høyvekstbedriftene som fortsatt er aktive som samme juridiske enhet et visst antall år etter en høyvekstperiode. Det innebærer at vi regner oppkjøp og fusjoner som exit, selv om virksomheten i praksis kan være videreført i andre former.

I 2013 var det drøyt 3 000 høyvekstbedrifter. Fem år senere, i 2018, var 81 prosent av disse fortsatt aktive. Virksomhetene som var høyvekstbedrifter i 2013, skiller seg med dette noe fra de øvrige årgangene, hvor om lag 90 prosent fortsatt er aktive fem år etter høyvekstperioden (jf. Figur 2.26).

At såpass mange høyvekstbedrifter fortsatt er aktive flere år etter vekstfasen, tyder på at mange klarer å finne en levedyktig forretningsmodell også etter at den raske veksten er over. Det kan bety at de fortsetter ekspansjonen i et lavere tempo eller konsentrerer seg om å beholde markedsposisjonen. Studier fra andre land indikerer også at endringen i både sysselsetting og omsetning vedvarer etter en vekstperiode for en stor del av høyvekstbedriftene (OECD, 2021). Samtidig er det grunn til å tro at det finnes betydelig variasjon på tvers av næringer og bedriftsstrategier, noe som kan påvirke både overlevelse og videre utviklingsbaner.

**Figur 2.26 Andel høyvekstbedrifter som fortsatt er aktive angitt antall år etter høyvekstfasen. Årgangene 2013-2018**



Note: Med årgang menes virksomheter som var høyvekstbedrifter det angitte året.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

## 2.10. Høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges portefølje

Totalt har 14 prosent av høyvekstbedriftene mottatt støtte fra Innovasjon Norge i perioden 2000-2024, de fleste før de ble høyvekstbedrifter. De er overrepresentert i de store innovasjonsvirkemidlene, som miljøteknologiordningen og innovasjonskontrakter.

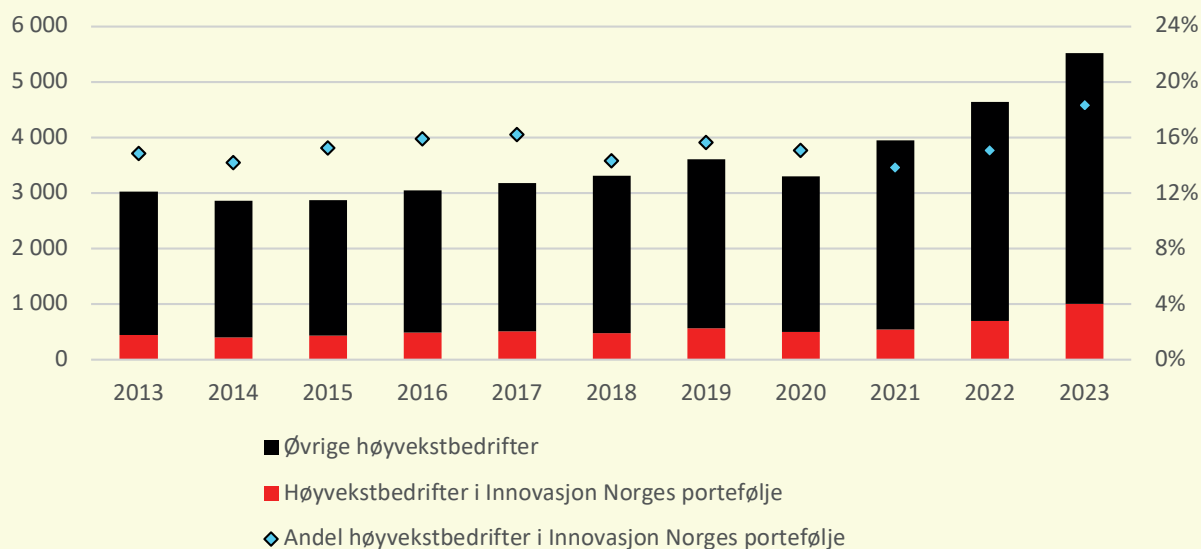
I dette kapitlet ser vi på hvor mange av høyvekstbedriftene som er i Innovasjon Norges portefølje, herunder hvilke virkemidler høyvekstbedriftene har fått støtte fra og når.

### Antall kunder

Av de 20 361 unike høyvekstbedriftene (når omsetning måles i løpende priser), finner vi igjen 2 835 virksomheter (14 prosent) i Innovasjon Norges portefølje når vi ikke tar hensyn til om støtten har kommet før eller etter vekstperioden. I perioden 2013-2022 var andelen av høyvekstbedriftene som på et tidspunkt har fått støtte fra Innovasjon Norge relativt stabil, med rundt 15 prosent hvert år. I 2023 var andelen høyvekstbedrifter med støtte fra Innovasjon Norge 18 prosent (jf. Figur 2.27). Dette må ses i sammenheng med at overnattings- og serveringsvirksomheter utgjorde en betydelig høyere andel av høyvekstbedriftene enn normal dette året, og at Innovasjon Norge fikk ansvaret for egne virkemidler rettet mot denne næringen under pandemien.

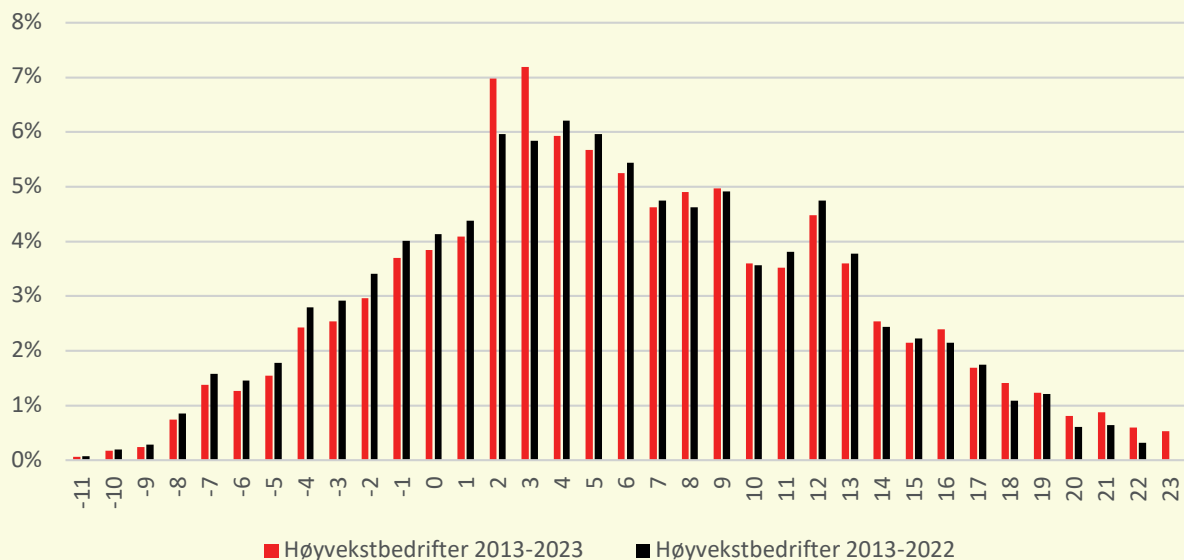
At Innovasjon Norge traff flere virksomheter som ble høyvekstbedrifter i 2023 med sine virkemidler under pandemien, kommer tydelig frem når vi ser på om den første støtten fra Innovasjon Norge kom før eller etter det første (og for mange eneste) året som høyvekstbedrift.

Når vi inkluderer alle høyvekstbedriftene, finner vi at om lag 80 prosent mottok første støtte fra Innovasjon Norge før første år som høyvekstbedrift, med en relativt høy andel som mottok første støtte to eller tre år før de ble høyvekstbedrift. Holder vi de som ble høyvekstbedrift for første gang i 2023 utenfor, finner vi at drøyt 75 prosent mottok første støtte før de ble høyvekstbedrift, med en lavere andel som mottok støtte to eller tre år før (jf. Figur 2.28).

**Figur 2.27 Høyvekstbedrifter med støtte fra Innovasjon Norge. 2013-2023**

Note: Høyvekstbedrifter i Innovasjon Norges portefølje omfatter alle høyvekstbedrifter som har mottatt støtte en eller flere ganger i perioden 2000-2024.

Kilder: Innovasjon Norge og Samfunnsøkonomisk Analyse

**Figur 2.28 Høyvekstbedrifter med støtte fra Innovasjon Norge, etter når virksomheten mottok støtte for første gang (antall år før eller etter første år som høyvekstbedrift). Samlet for 2013-2023**

Note: Positive verdier langs x-aksen betyr at første støtte kom før første år som høyvekstbedrift.

Kilder: Innovasjon Norge og Samfunnsøkonomisk Analyse

### Virkemidler

Tilskudd til bedriftsutvikling er det virkemiddelet flest høyvekstbedrifter har fått støtte fra. Dette har også vært et av Innovasjon Norges største virkemidler, målt i antall kunder. Høyvekstbedriftene har for øvrig mottatt tilskudd til innovasjonskontrakter, investeringstilskudd, tilskudd til miljøteknologi, innovasjonstilskudd i forbindelse med korona (ekstraordinært innovasjonstilskudd), distriktsrettet bedriftsutviklingstilskudd og ulike risikolån.

## 2.11. Høyvekstbedrifters bidrag til norsk økonomi

Målet for næringspolitikken er størst mulig verdiskaping i norsk økonomi. Høyvekstbedriftene spiller en viktig rolle ved å stå for en uforholdsmessig stor andel av sysselsetting og verdiskaping. De bidrar også til økt produktivitet.

I dette kapittelet ser vi nærmere på høyvekstbedriftenes bidrag til norsk økonomi. Mer spesifikt ser vi på utviklingen i høyvekstbedriftenes markedsandeler i ulike næringer, samt høyvekstbedriftenes andel av sysselsetting, verdiskaping og produktivitet. Vi ser i dette kapittelet på høyvekstbedrifter når omsetning er målt i faste priser, for å kunne si noe om bidrag fra virksomhetene med volumvekst.

### Markedsandeler

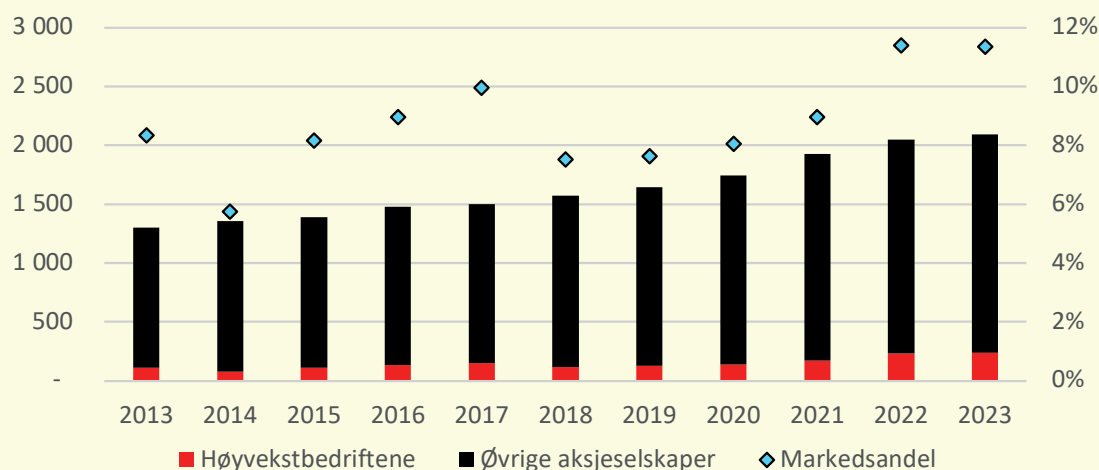
I 2023 sto høyvekstbedriftene for rundt 19 prosent av omsetningen til norske aksjeselskaper. Variasjonen mellom næringer er imidlertid stor. I enkelte næringer utgjør høyvekstbedriftenes markedsandel rundt ti prosent mens den i andre utgjør en firedel. Høyvekstbedriftenes markedsandel varierer også betydelig over tid, både med markedsutviklingen og sammensetningen av hvem som er høyvekstbedrifter. Under har vi sammenstilt tallene for noen viktige næringer (også omtalt i kapittel 2.2).

Generelt er høyvekstbedriftenes andel av omsetningen betydelig høyere enn andelen av virksomheter. Den relativt høyere omsetningsandelen indikerer at høyvekstbedriftene er, eller i hvert fall blir, større enn andre virksomheter i samme næring.

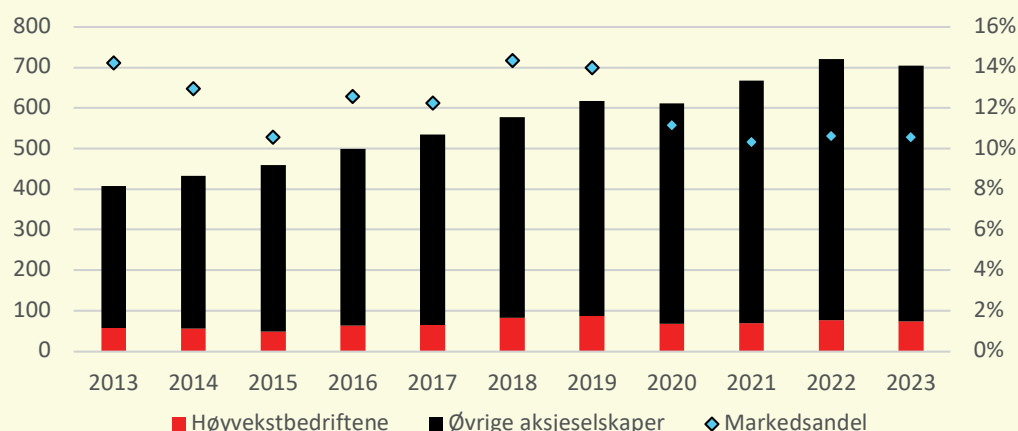
For næringene hvor antall høyvekstbedrifter har økt de siste årene, når vi måler omsetning i faste priser, ser det også ut til at markedsandelen har økt. Dette gjelder eksempelvis faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, informasjon og kommunikasjon og transport og lagring

I 2023 var samlet omsetning for faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting om lag 330 milliarder kroner. Høyvekstbedriftene stod for nesten 20 prosent av dette (jf. Figur 2.31). Tilsvarende markedsandel finner vi for høyvekstbedriftene innen informasjon og kommunikasjon, en næring hvor høyvekstbedriftene stadig tar en større markedsandel (jf. Figur 2.32).

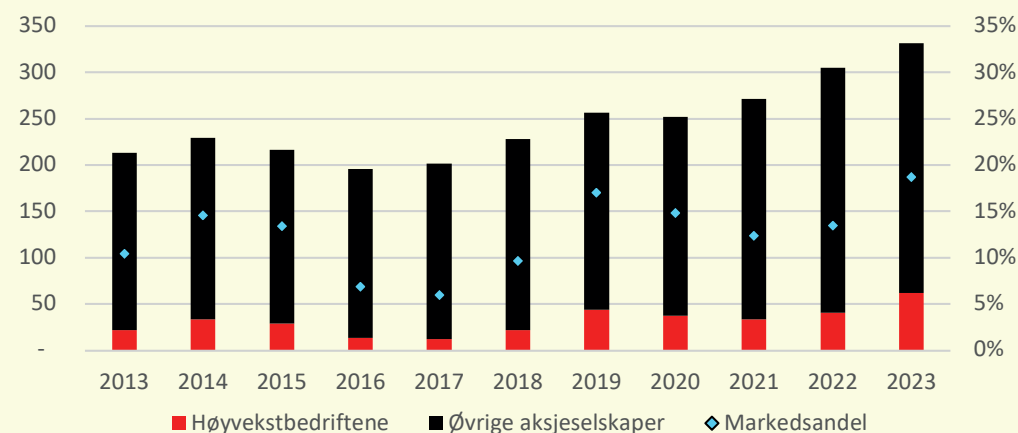
**Figur 2.29 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i varehandel og reparasjon av motorvogner, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



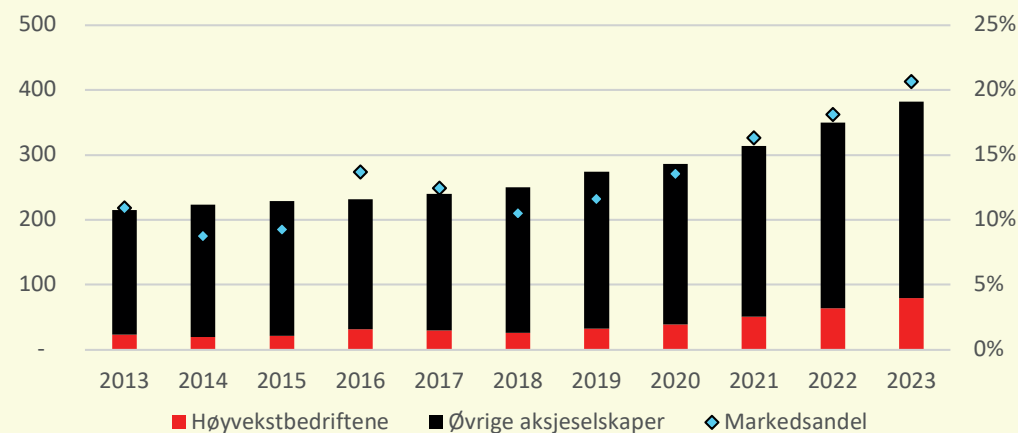
**Figur 2.30 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i bygge- og anleggsvirksomhet, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



**Figur 2.31 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



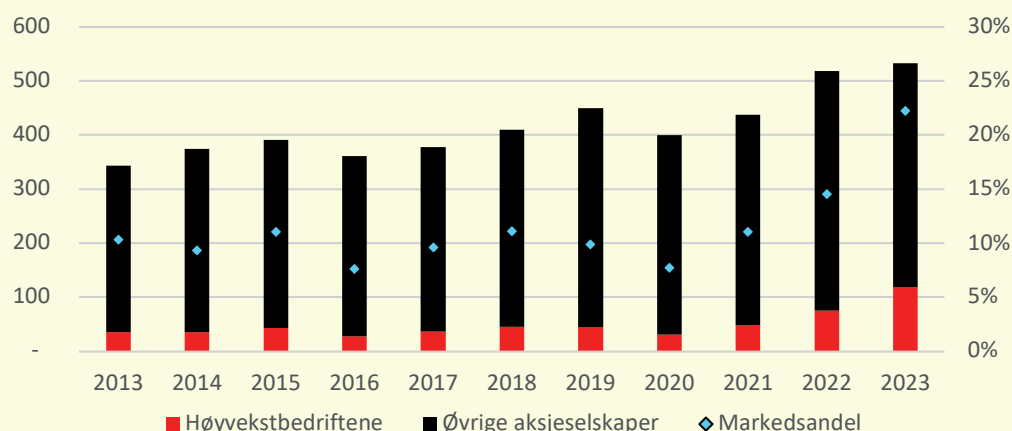
**Figur 2.32 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i informasjon og kommunikasjon, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



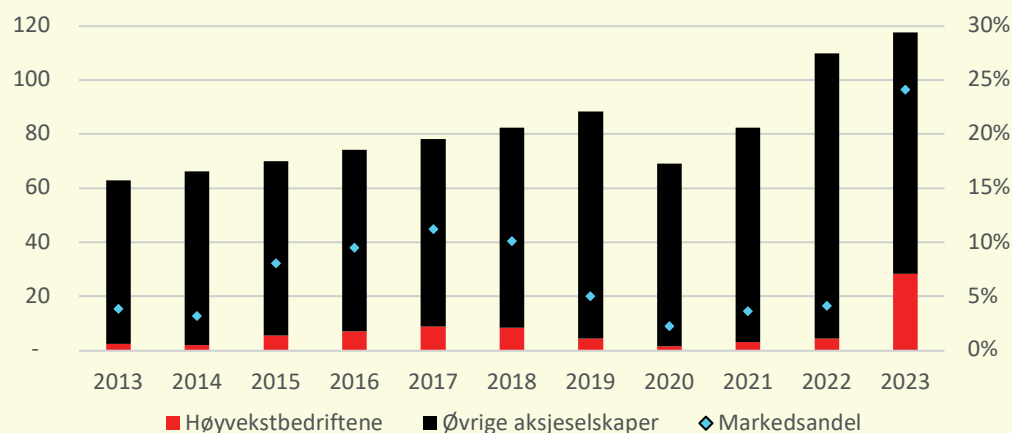
Note: Høyvekstbedriftene defineres her som bedrifter med minst 20 prosent gjennomsnittlig vekst i omsetning målt i faste priser.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

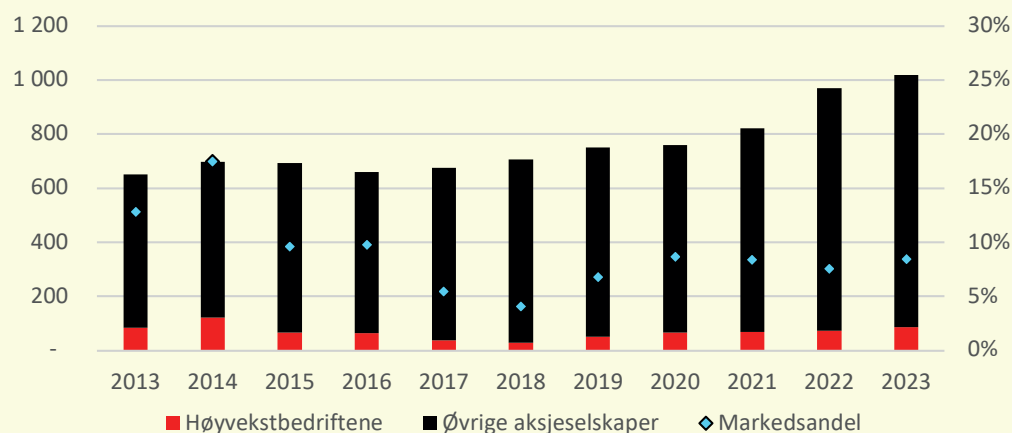
**Figur 2.33 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i transport og lagring, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



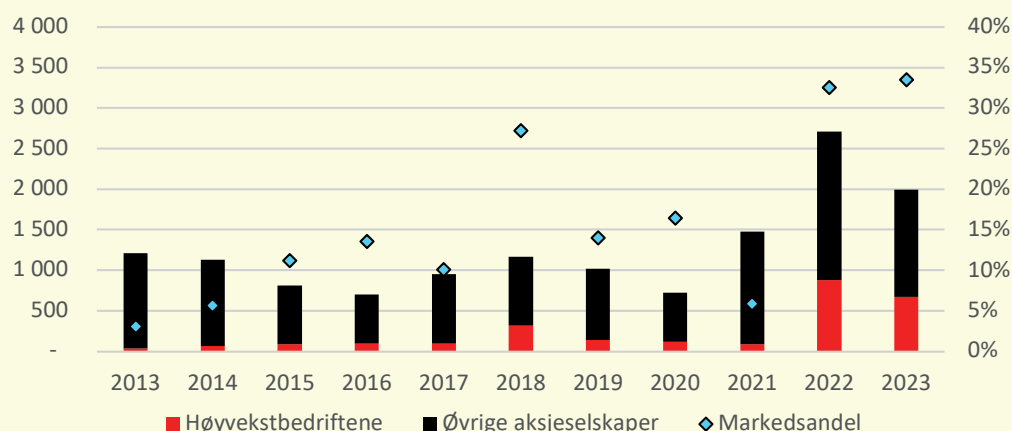
**Figur 2.34 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i overnattings- og serveringsvirksomhet, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



**Figur 2.35 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i industri, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse).**



**Figur 2.36 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i bergverksdrift og utvinning, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023**



Note: Høyvekstbedriftene defineres her som bedrifter med minst 20 prosent gjennomsnittlig vekst i omsetning målt i faste priser.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

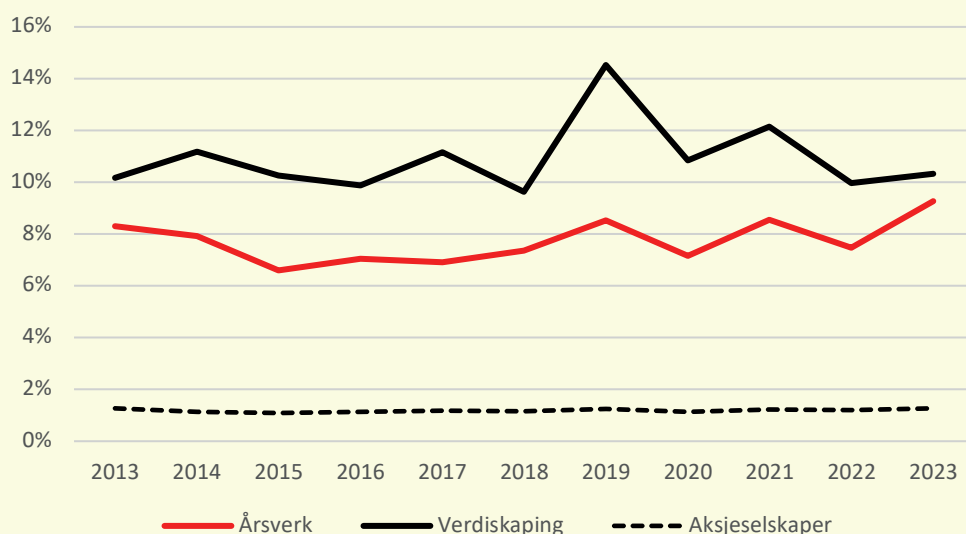
Innenfor bygge- og anleggsvirksomhet og industrien ser det ut til at omsetningsveksten i hovedsak har kommet fra andre enn høyvekstbedriftene (jf. hhv. Figur 2.30 og Figur 2.35).

### Syssettelseting og verdiskaping

Næringspolitikkenes overordnede mål er størst mulig verdiskaping i norsk økonomi (Prop. 1 S (2024-2025)). Verdiskapingsvekst kan realiseres enten ved at ressursbruken øker, eller at arbeidskraft, kapital og/eller naturressurser brukes på en mer effektiv måte. Fokus på høyvekstbedrifter er bl.a. begrunnet med en tanke om at disse vokser mer enn andre bedrifter, og skalerer typisk kapitalintensiv produksjon.

Både når det gjelder syssettelseting og verdiskaping utgjør høyvekstbedriftene en større andel enn hva de utgjør i andel av aktive aksjeselskaper (1,3 prosent) og aksjeselskaper med minst 10 millioner kroner i omsetning (14 prosent) (jf. Figur 2.37).

**Figur 2.37 Høyvekstbedriftenes andel av samlet antall årsverk, verdiskaping og antall aksjeselskaper. 2013-2023**



Note: Nevneren består av aktive aksjeselskaper. Næringene bergverksdrift og utvinning samt kraftforsyning er ekskludert grunnet ekstraordinært høye inntekter i denne gruppen de siste årene. Telleren er antall høyvekstbedrifter når man justerer for prisvekst, jf Figur 2.2.

Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

I 2019 økte antallet høyvekstbedrifter, før antallet falt noe igjen året etter. Høyvekstbedriftene i 2019 var også noe større enn de som tidligere hadde vært høyvekstbedrifter, som hadde et betydelig utslag for høyvekstbedriftenes andel av samlet verdiskaping samme år. Ser vi bort fra 2019, har høyvekstbedriftenes andel av aksjeselskapers verdiskaping ligget mellom 10 og 12 prosent i hele analyseperioden (jf. Figur 2.37).

### Produktivitet

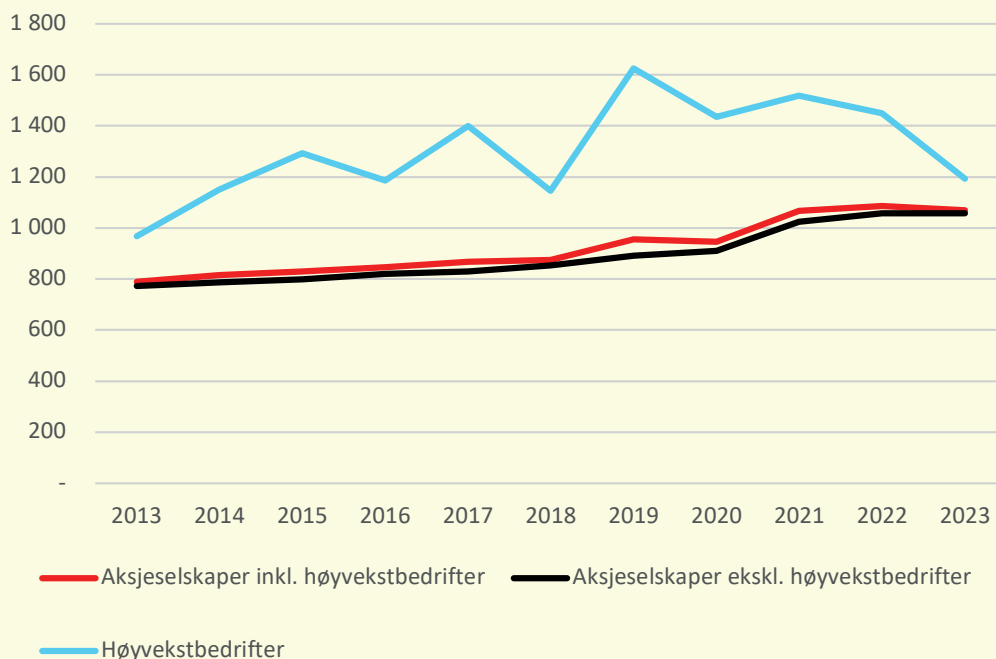
Målet for næringspolitikken bør være høyest mulig verdiskaping, gjennom full ressursutnyttelse og at ressursene brukes der hvor de kaster mest mulig av seg (Ulltveit-Moe, 2023). Når en oppnår mer med den samme ressursbruken, øker produktiviteten. Et alternativ er å oppnå det samme, men med færre ressurser. Produktivitetsforbedringen frigjør isolert sett ressurser, som kan få en ny anvendelse.

Ulike studier indikerer at høyvekstbedrifter har en tendens til å være mer produktive enn lignende virksomheter rett før eller tidlig i skaleringsperioden. Eksempelvis viser studier fra Frankrike og Italia at arbeidsproduktivitet, lønnsomhet og investeringsintensitet er høyere i virksomheter som i neste periode skalerer, enten det gjelder sysselsetting eller omsetning (Moschella, Tamagni & Yu, 2019; Coad, 2010). En annen italiensk studie viser at virksomheter som starter med høyere produktivitet også har en tendens til å bli høyvekstbedrifter i løpet av levetiden (Arrighetti & Lasagni, 2013). Sistnevnte bekreftes av studier på britiske data (Du & Temouri, 2015).

De norske høyvekstbedriftene har en høyere produktivitet (verdiskaping per årsverk) enn resten av norske aksjeselskaper (jf. Figur 2.38). Høyvekstbedriftene trekker dermed den samlede produktiviteten noe opp.

I 2023 bidro høyvekstbedriftene til å trekke opp produktiviteten i norsk næringsliv med om lag tre prosent. Dette er noe lavere enn høyvekstbedriftenes produktivetsbidrag de siste årene. I 2023 utgjorde overnattings- og serveringsvirksomheter en betydelig andel av høyvekstbedriftene, sammenlignet med andelen denne næringen normalt utgjør. Dette er virksomheter med lav produktivitet, og som følgelig trekker høyvekstbedriftenes samlede produktivitet ned.

**Figur 2.38 Produktivitet (verdiskaping per årsverk). Tusen kroner. 2013-2023**



Note: Populasjonen består av aktive aksjeselskaper. Næringene bergverksdrift og utvinning samt kraftforsyning er ekskludert grunnet ekstraordinært høye inntekter i denne gruppen de siste årene.

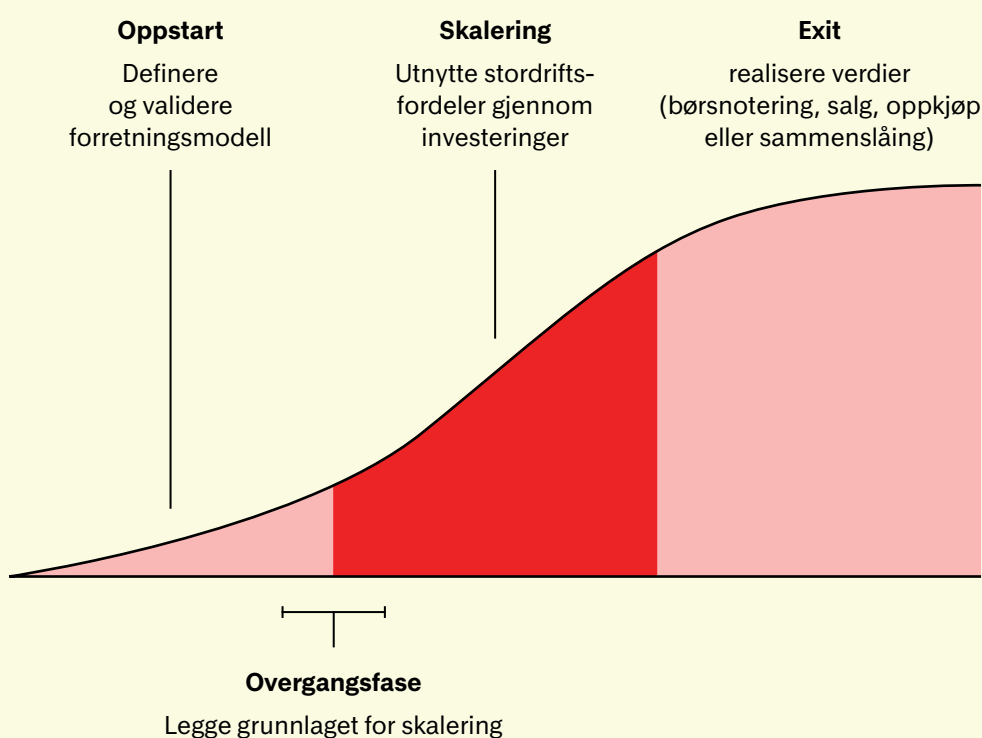
Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse

## 2.12. Utfordringer før og etter skaleringsfasen

Bedrifter opplever ulike utfordringer i ulike faser av livet fra oppstart til etablert virksomhet. Ofte undervurderes overgangen fra etablering til høyvekstfasen. Barrierer inkluderer kapitaltilgang og tilgang til arbeidskraft.

I dette kapittelet drøfter vi kort noen typiske utfordringer og valg virksomheter står overfor før, underveis og etter en skaleringsfase. Utgangspunktet for drøftingen er de ulike fasene en virksomhet skal gjennom fra oppstart til en etablert virksomhet, slik de bl.a. er diskutert i Picken (2017). Fasene er definert av de utfordringene gründeren (bedriften) står overfor og er ofte overlappende og med uklare skillelinjer.

**Figur 2.39 Faser i en bedrifts livssyklus**



Kilde: Picken (2017) From startup to scalable enterprise: Laying the foundation.

### Oppstartfasen

Vi skal ikke legge for stor vekt på virksomheters utfordringer i oppstartsfasen her, all den tid vi ser på virksomheter som har klart å bli høyvekstbedrifter. Det er imidlertid ikke mulig å komme utenom at mulighetene for skalering krever av virksomhetene overlever i oppstartsfasen. De fleste nyetablerte bedrift overlever ikke.

Tall fra Statistisk sentralbyrå viser at av de 29 500 bedriftene som ble etablert i 2018, hadde 12 500 aktivitet fem år senere. Tallene på overlevelse inkluderer bedrifter som er overdratt. Om lag halvparten av nyetablerte bedrifter i 2018 har altså opphørt fem år senere, enten frivillig eller som følger av konkurs. Tallene for virksomheters overlevelse er relativt konsistente over tid.

### Overgangsfasen

Picken (2017) peker på at den uerfarne gründeren i for stor grad ønsker å skalere for tidlig og har et for stort fokus på kapitalinnhenting. Fasen med å gjøre en oppstartsbedrift til en skaleringsbedrift er viktigere og mer sammensatt enn det mange gründerne tror. Picken (2017) løfter fram åtte konkrete hindre.

- |                                     |                                                       |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 1. Tydeliggjøre en plan og retning  | 5. Videreutvikle effektive prosesser og infrastruktur |
| 2. Posisjonere produktet i markedet | 6. Bygge finansielle muskler                          |
| 3. Reagere på raske endringer       | 7. Bygge organisasjonens kultur                       |
| 4. Bygge organisasjonen             | 8. Identifisere og håndtere risiko                    |

Mye handler om å bygge en god og solid organisasjon med utgangspunkt i en bedrift med kanskje bare gründeren selv ansatt. Her vil tilgangen til spesialisert arbeidskraft være en mulig barriere både i overgangsfasen og i en eventuell skaleringsfase (omtales under).

### Skaleringsfasen

I skaleringsfasen kan flere barrierer hindre vekst. To som ofte nevnes er tilgang på kapital og arbeidskraft.

#### *Kapitaltilgangen*

Et typisk tilfelle av markedssvikt i form av informasjonsskjevheter kan oppstå i skaleringsfasen, hvor bedriften har for lave inntekter til å finansiere vekst kun basert på egen inntektsstrøm. Investeringene i produksjonsutstyr, markedsføring og leverandørkjeder kan være for høye i forhold til bedriftens genererte inntekter.

Kapitaltilgangsutvalget (NOU 2018: 5) slo fast at skaleringsfasen sannsynligvis preges av en absolutt mangel på kapital i det norske kapitalmarkedet. Menon (2024) viser imidlertid at kapitaltilgangen har bedret seg betydelig de siste ti årene. Tilsvarende finner Danmarks Eksport- og Investeringsfond (EIFO) en økende statlig finansiering av danske oppstartsbedrifter og SMB-er, sterk vekst i markedet for folkefinansiering og en økning i tilgangen på risikokapital (Danmarks Eksport- og Investeringsfond, 2024).

Selv om disse studiene viser en bedring i kapitaltilgangen for vekstbedrifter, kan vi ikke konkludere med at kapital ikke lenger er en barriere for skalering.

#### *Arbeidskraft*

Menon (2018) peker på tilgang på kvalifisert arbeidskraft som den største begrensningen for bedrifters videre ekspansjon. At Norge har, og kommer til å få en enda større, mangel på arbeidskraft er helt klart (se for eksempel Meld. St. 31 (2023-2024)). Allerede i dag er det sterk konkurranse om arbeidskraft. Som samfunn er vi framover avhengig av å øke produktiviteten for å frigjøre arbeidskraft og løse eksisterende og nye oppgaver mest mulig effektivt.

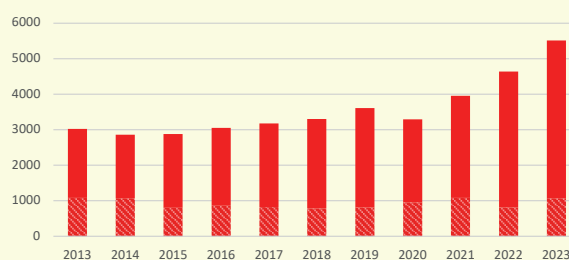
Hvorvidt høyvekstbedriftene opplever en enda større mangel på arbeidskraft enn andre bedrifter har vi ikke grunnlag for å si noe om her.

# Oppsummering

|                                | Høyvekst-<br>bedrifter | Alle aksjeselskap<br>(populasjonen) |
|--------------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Antall bedrifter<br>(og andel) | 5 516<br>(2,2%)        | 245 837                             |
| Snittaler (år)                 | 17,5                   | 15,1                                |
| Antall ansatte<br>(median)     | 23                     | 2                                   |
| Utenlandsk eid<br>morselskap   | 10%                    | 2%                                  |

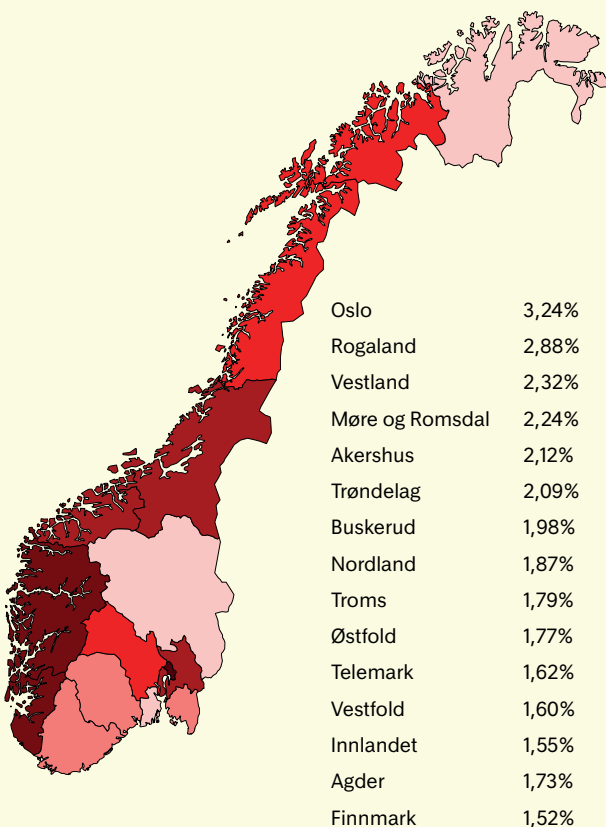
Figur: Tall for høyvekstbedrifter og aksjeselskap. 2023.

Antall høyvekstbedrifter har økt  
de siste årene.

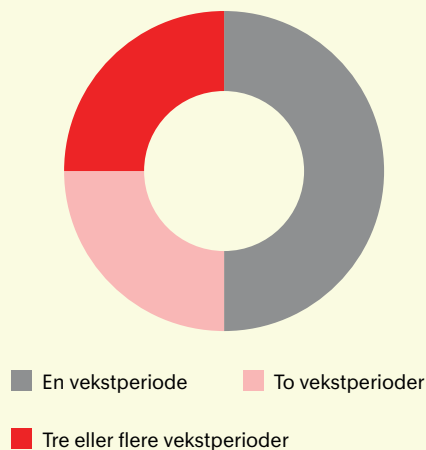


Figur: Antall høyvekstbedrifter når omsetning måles i løpende priser. 2013-2023

Oslo, Rogaland og Vestland har høyest  
andel høyvekstbedrifter blant sine bedrifter.



Halvparten av høyvekstbedriftene  
opplever to eller flere vekstperioder.

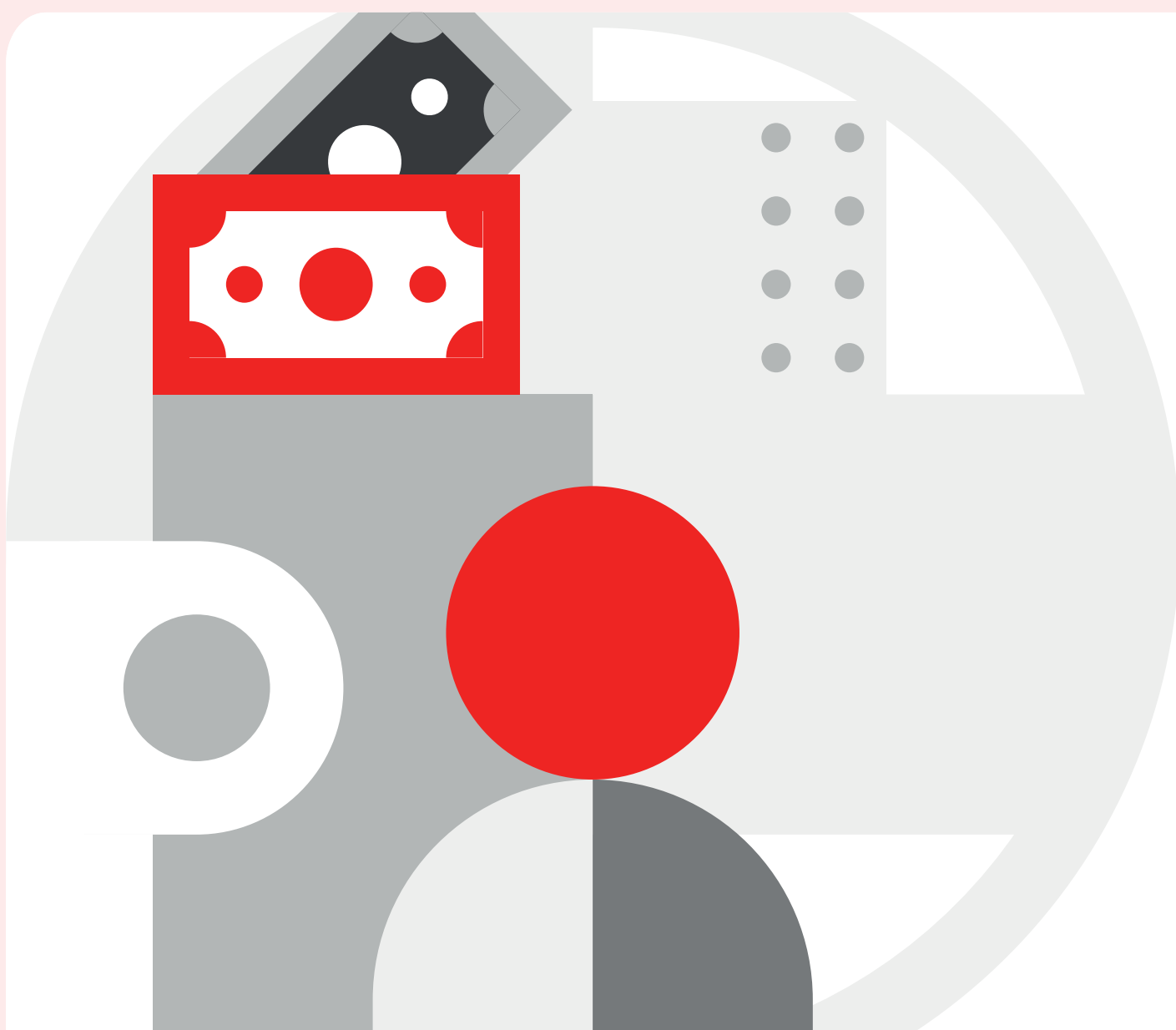


Figur: Høyvekstbedriftene fordelt etter antall ganger som høyvekstbedrift i perioden 2013-2023.

Det tar bedriftene i snitt  
**15 år** å oppnå høyvekststatus  
(median 10 år).

# 03

## Innovasjon Norges bidrag til høyvekstbedrifter



### 3. Innovasjon Norges bidrag til høyvekstbedrifter

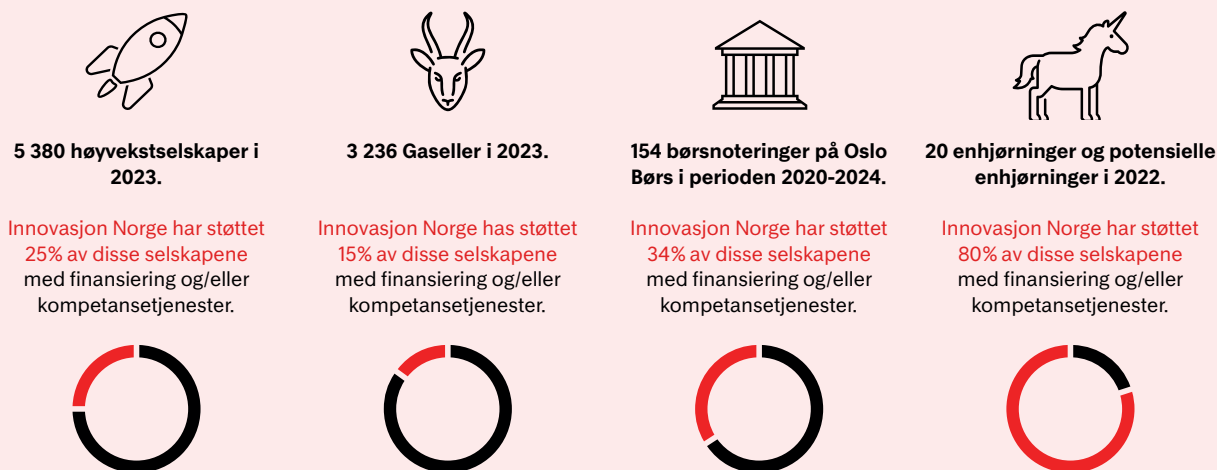
I Innovasjon Norges strategi for årene 2025-2030 er et av målene at Innovasjon Norge skal øke antall bedrifter som lykkes med internasjonal vekst.

I dette kapittelet ser vi på i hvor stor grad og hvordan Innovasjon Norge har støttet bedrifter som har vært gjennom en vekstreise. For å bedre forstå de bedriftene som lykkes vil vi her gå nærmere inn på bedrifter som har vært igjennom fire alternative vekstreiser; høyvekstbedrifter generelt, bedrifter som er blitt børsnotert, bedriftene fra Dagens Næringslivs gasselékåring og selskaper kåret til «enhjørninger».

Innovasjon Norge har støttet en andel av alle disse gruppene, men særlig er andelen stor blant bedriftene som er blitt børsnotert og blant enhjørningene (jf. Figur 3.1). Dette henger antagelig sammen med at disse bedriftene gjennomgående har stort kapitalbehov. Bedrifter med høy vekstevne, men uten kapitalbehov, er ikke så ofte i målgruppen for Innovasjon Norges ordninger, og søker nok heller ikke børsnotering i så stor grad.

Ikke desto mindre har Innovasjon Norge også støttet mange av de to andre typene vekstbedrifter med en rekke ulike typer finansielle virkemidler, alt fra små tilskudd til helt nye oppstartsbedrifter, til store risikolån og garantier. Mange bedrifter har også benyttet seg av Innovasjon Norges rådgivningstjenester.

**Figur 3.1 Antall høyvekstbedrifter og gasselbedrifter (i 2023) og børsnoteringer (mellom 2020-2024) og enhjørninger/potensielle enhjørninger (i 2022) og Innovasjon Norges bidrag til bedriftenes vekstreise. For høyvekstbedrifters og gasellers del, har bidraget skjedd mellom 2015 og 2022, for de børsnoterte fra 2011-2024, og for enhjørninger mellom 2015-2021.**



Innovasjon Norge støtter bedrifter i ulike deler av deres utviklingsfase, fra etablering av nye bedrifter, til samfunnsøkonomisk lønnsomme prosjekter i modne bedrifter som trenger støtte for å bli realisert. Innovasjon Norge har likevel et særlig fokus på små og ganske nye virksomheter, og støtter risikable prosjekter i slike bedrifter; prosjekter med en betydelig sannsynlighet for fiasko, men hvor også det er en stor mulighet for at suksessen blir stor. De siste årene har om lag 40 prosent av tildelingene gått til bedrifter som er under fem år.

I denne delen av rapporten ser vi på ulike grupper av slike bedrifter, og undersøker i hvor stor grad bedrifter fra gruppene har blitt støttet av Innovasjon Norge, enten ved finansiell støtte eller ved ulike rådgivningstjenester. Vi undersøker også hva slags støtte disse bedriftene har fått.

Vi ser her på fire ulike grupper av vekstbedrifter. Den første gruppen er bedrifter som tilfredsstillers Innovasjon Norges definisjon på høyvekstbedrifter: bedrifter som i utgangspunktet har en omsetning på minst 10 millioner kroner i året, og som vokser med minst 20 prosent i årlig gjennomsnitt over de tre neste årene.

Den andre gruppen vi ser på er børsnoterte bedrifter. Antall nysnoteringer på Oslo Børs varierer kraftig. Bedrifter som blir børsnotert er ikke nødvendigvis høyvekstbedrifter etter en bestemt definisjon, men de har i alle fall nådd viktige milepæler, som blant annet innebærer at de har mye lettere for å få tilgang til kapital for ytterligere vekst. De siste to årene har det vært få nysnoteringer på Oslo Børs, men i årene 2020-2022 var det mange.

Den tredje gruppen er de såkalte «gasellene». Dette er bedrifter definert av Dagens Næringsliv, basert på objektive kriterier, særlig omsetning og omsetningsvekst. Noen av kravene for å bli utnevnt til «gaselle» er strengere enn for Innovasjon Norges høyvekstdefinisjon, og noen er mindre strenge. Dette er også bedrifter som har vokst raskt, og selv om det er overlapp mellom gasellene og Innovasjon Norges høyvekstbedrifter, velger vi å se nærmere på hva slags støtte gasellebedriftene har fått av Innovasjon Norge.

Den siste gruppen er såkalte «enhjørninger». Dette er unge bedrifter som har oppnådd svært høy verdsettelse raskt. Det brukes ulike definisjoner på «enhjørninger». Her har vi brukt en liste med 20 bedrifter fra Nordic Innovation (2023).

### 3.1. Høyvekstbedrifter støttet av Innovasjon Norge

Høyvekstbedrifter defineres etter regnskapsvariabler. Dermed blir det det nye høyvekstbedrifter hvert år, som har vokst mye de tre foregående årene.

Høyvekstbedrifter har per definisjon opplevd i alle fall en viss suksess. Analyser tyder på at slike bedrifter spiller en betydelig rolle også for et lands økonomiske suksess, gjennom lønnsom omstilling og produktivitetsvekst (ref kapittel 2.11). Innovasjon Norge ønsker å bidra til at flere bedrifter lykkes med sin vekstreise, og lære mer om hvordan vi kan støtte bedriftene slik at flere lykkes. Vi er også interessert i om og hvor mye slike bedrifter har blitt støttet gjennom sin vekstreise.

#### Høyvekstbedrifter

I dette kapittelet ser vi nærmere på høyvekstbedrifter som har en omsetning på minst 10 millioner kroner i år null, og hvor omsetningen stiger minst 20 prosent i årlig gjennomsnitt de tre påfølgende årene. Etter denne definisjonen var det 5 400 høyvekstbedrifter i Norge i 2023<sup>10</sup> som altså hadde vokst i denne takten med et utgangspunkt på minst 10 millioner kroner i omsetning i 2020. Antallet høyvekstbedrifter har økt betydelig, fra om lag 3 000 for ti år siden til det dobbelte i dag.

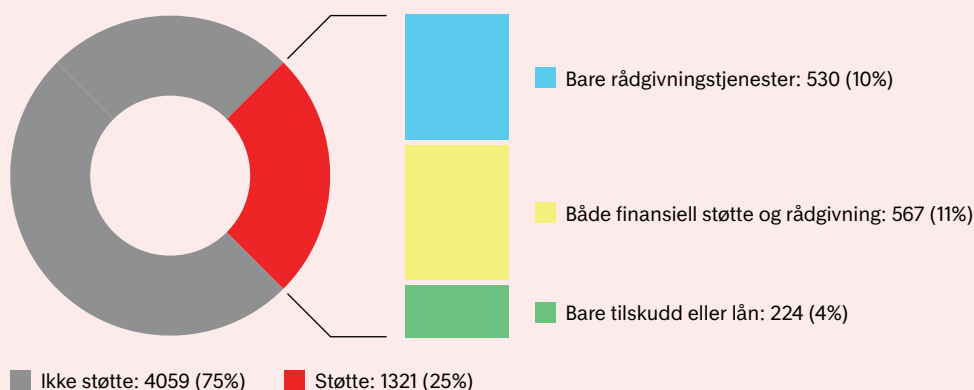
Av de 5 400 høyvekstbedriftene i 2023, har om lag 1 300 fått enten finansiell tildeling i form av lån, tilskudd eller garantier, eller en tjeneste som rådgivning fra Innovasjon Norge i årene 2015-2022. Omtalen i dette avsnittet handler om hva slags støtte disse 1 300 bedriftene har fått i denne perioden.

#### Norske høyvekstbedrifter: Oliasoft AS

Oliasoft AS utvikler ingeniørverktøy for å beregne styrke og utforming av brønner, inkludert oljebrønner og geotermiske brønner. Bedriften ble etablert i 2015, og har oppnådd omsetningsvekst på 133 prosent fra 2020 til 2023. I 2023 var sum driftsinntekter 82,3 millioner kroner. Oliasoft har i dag over 70 ansatte hvorav 42 sitter i Norge og resten på kontorer i Houston, Dubai og Kuala Lumpur, samt utviklere i Ukraina. Oliasoft har mottatt flere typer finansiering fra Innovasjon Norge og internasjonal markedsrådgivning.

<sup>10</sup> Antall høyvekstbedrifter avviker noe fra Samfunnsøkonomisk Analyses estimat, da Innovasjon Norge bruker antall aktive aksjebedrift fra Statistisk sentralbyrå (Tabell 14001), mens Samfunnsøkonomisk Analyse bruker egne data.

**Figur 3.2 Antall tidligere kunder blant høyvekstbedrifter (per 2023), fordelt på leveransetype. (N=5 380). \*Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.**



Om lag 800 av bedriftene har fått minst en finansiell tildeling (jf. Figur 3.2). Det tilsvarer 14 prosent av høyvekstbedriftene. Nesten 1 200 bedrifter har fått rådgivning eller andre tjenester, og mange har altså fått begge deler. Totalt har 25 prosent av bedriftene fått finansiell støtte eller annen bistand av Innovasjon Norge minst én gang før eller under den treårige «vekstreisen» deres.

Bedriftene som har fått finansielle tildelinger, har i gjennomsnitt fått 2,4 tildelinger hver, til sammen 1 800 tildelinger mellom 2015 og 2022. Totalt har Innovasjon Norge brukt 36 ulike finansielle virkemidler til bedriftene som har blitt høyvekstbedrifter.

Perioden 2015-2022 preges til dels av pandemien. Pandemien førte til at mange bedrifter hadde spesielt lav omsetning i 2020, noe som gjorde det lettere å vokse kraftig til 2023. I tillegg vedtok Stortinget store støttepakker for næringslivet i 2020. Deler av disse pakkene ble forvaltet av Innovasjon Norge (se for eksempel Figur 3.3).

Det reflekteres av at blant de mest brukte finansielle virkemidlene er flere som ble opprettet i forbindelse med pandemien. Dette inkluderer det ekstraordinære innovasjonstilskuddet som Innovasjon Norge brukte i 2020 og 2021, og ulike støtteordninger for reiselivsbedrifter (jf. Tabell 3.1). Disse ekstraordinære tiltakene står til sammen for nesten 450 av de 1 800 tildelingene.

**Tabell 3.1 Antall finansielle tildelinger i perioden 2015-2022 til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023, per virkemiddelkategori.**

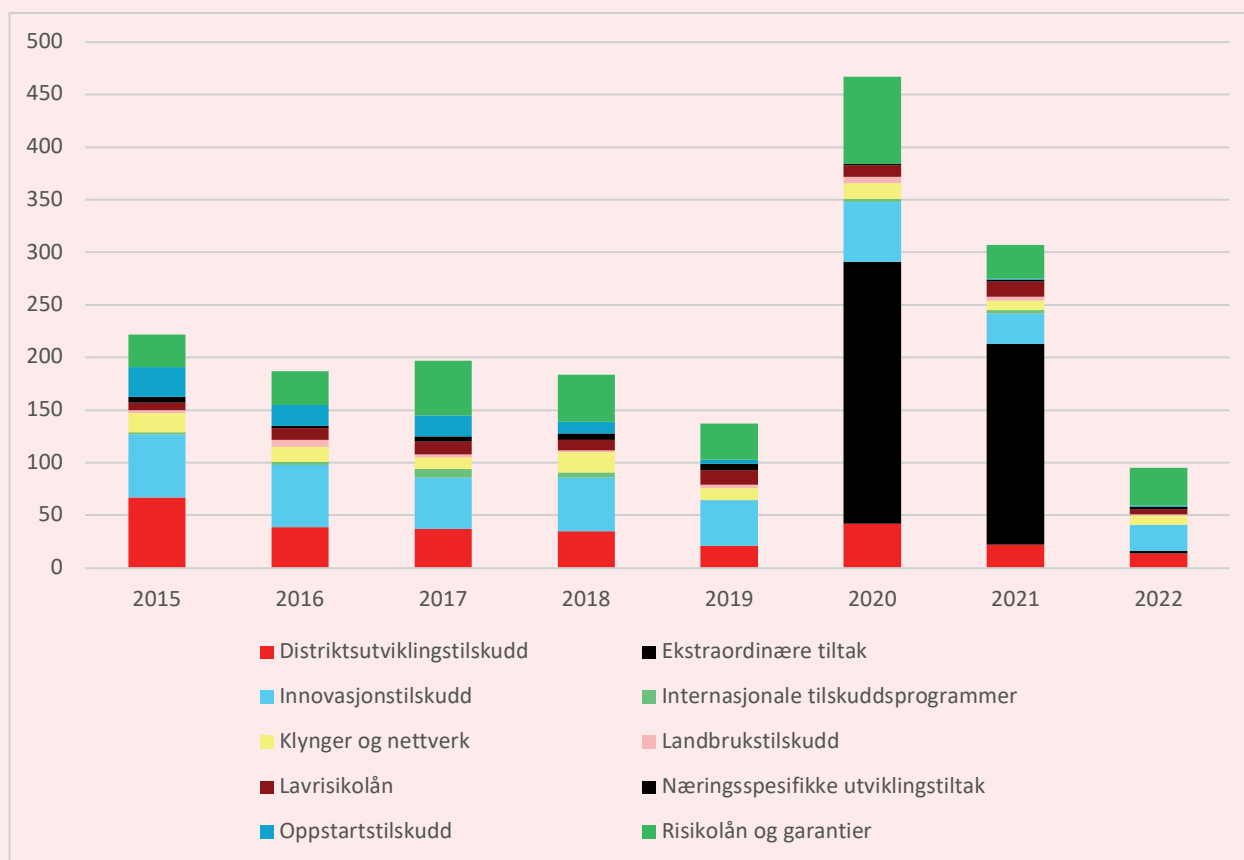
| Virkemiddelkategori                | Antall tildelinger til høyvekstbedrifter |
|------------------------------------|------------------------------------------|
| Ekstraordinære tiltak              | 442                                      |
| Innovasjonstilskudd                | 373                                      |
| Risikolån og garantier             | 345                                      |
| Distriktsutviklingstilskudd        | 277                                      |
| Klynger og nettverk                | 106                                      |
| Oppstartstilskudd                  | 85                                       |
| Lavrisikolån                       | 84                                       |
| Næringsspesifikke utviklingstiltak | 30                                       |
| Landbrukstilskudd                  | 29                                       |
| Internasjonale tilskuddsprogrammer | 25                                       |
| <b>SUM</b>                         | <b>1 796</b>                             |

Ikke desto mindre har høyvekstbedriftene brukt en rekke ulike virkemidler (jf. Tabell 3.1). Ulike innovasjonstilskudd er den største gruppen, utenom korona-virkemidlene. I denne kategorien er miljøteknologiordningen det viktigste tilskuddet. Innovasjon Norge har tildelt 160 tilskudd innen miljøteknologiordningen til disse bedriftene i denne perioden. Det er også tildelt over 100 innovasjonskontrakter som gis til små, innovative bedrifter som har funnet en pilotkunde. De fleste kontraktene er med en privat kunde.

Risikolån er også et mye brukt virkemiddel i for disse bedriftene. Ulike landsdekkende lån og også noen garantier står for det aller meste, men det er også tildelt om lag 80 distriktsrettede risikolån.

De siste årene har Innovasjon Norges distriktsoppdrag blitt mindre, men i starten av analyseperioden tildelte vi et betydelig antall distriktsrettede tilskudd (jf. Figur 3.3). Ulike bedriftsutviklingstilskudd står for det aller meste av disse tildelingene.

**Figur 3.3 Antall tildelinger per år til bedrifter som ble definert som høyvekstbedrift i 2023.**



Innovasjon Norge tildeler mange oppstartstilskudd hvert eneste år. Disse gis til helt unge bedrifter, og de fleste til veldig små bedrifter. Nesten alle de 85 oppstartstilskuddene som høyvekstbedrifter har fått, er landsdekkende tilskudd. Om lag 70 av disse tilskuddene er gitt i 2015, 2016 eller 2017.

Lavrisikolån er lån som tildeles bedrifter med høy betjeningsevne. Etter EØS-reglene har ikke slike lån subsidieelementer. Innovasjon Norge har tildelt om lag ti slike lån til høyvekstbedrifter hvert år gjennom hele perioden, om lag halvparten til fiskeri, halvparten til industri.

**Norske høyvekstbedrifter: Soil Steam International AS**

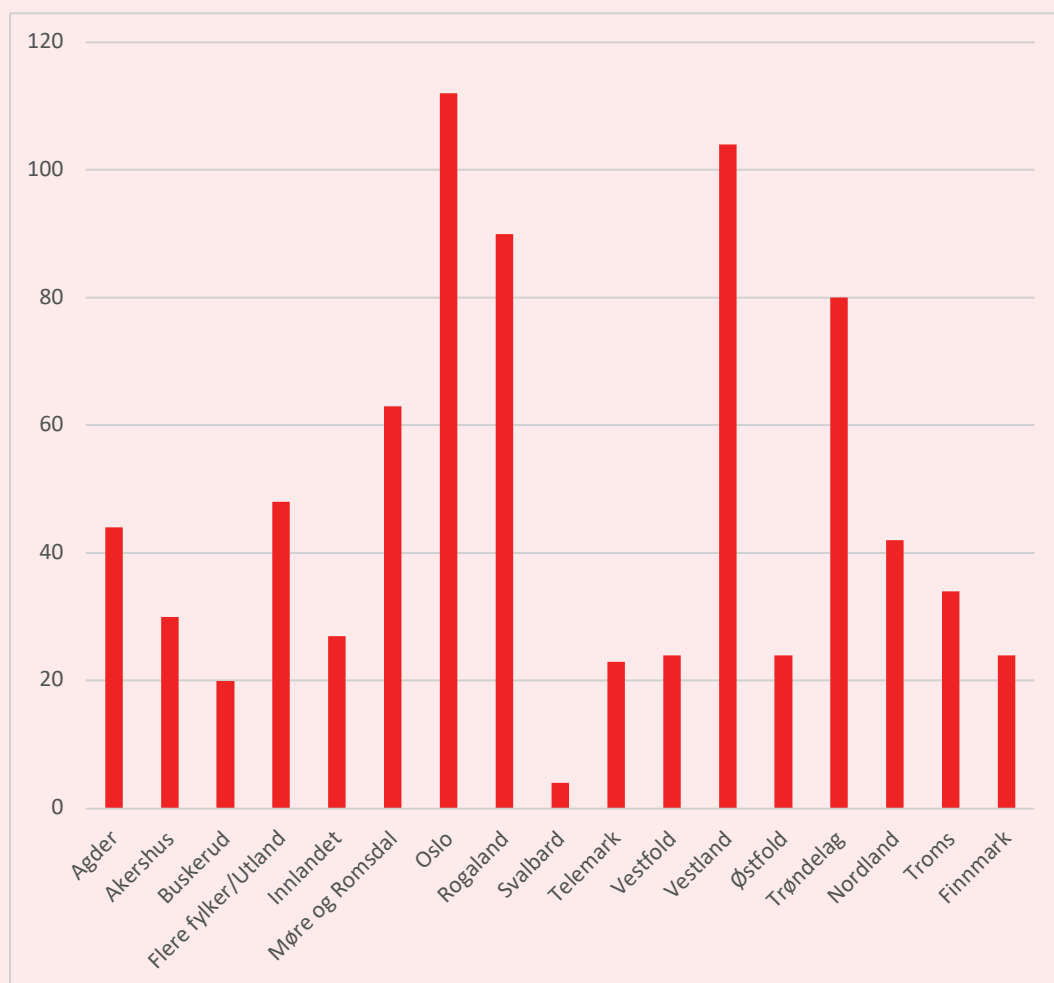
Soil Steam International AS er en bedrift som spesialiserte seg på å behandle jord ved hjelp av vanndamp, for å drepe skadelige organismer uten bruk av sprøytemidler. Bedriften ble etablert i 2016 og har vokst betydelig. I 2023 omsatte bedriften for over 14 millioner kroner, og omsetningen vokste med 319 prosent fra 2020 til 2023. Soil Steam International har mottatt flere typer finansiering fra Innovasjon Norge. Bedriften har også brukt Innovasjon Norges nettverk i Spania, England og Sverige til å gjøre markedsundersøkelser og bygge nettverk.

Mange av Innovasjon Norges virkemidler er særlig rettet mot unge bedrifter, som gjerne har en omsetning betydelig under 10 millioner kroner. Dette reflekteres i at antallet tildelinger til høyvekstbedriftene faller gjennom perioden (jf. Figur 3.3). En del av bedriftene som fikk oppstartstilskudd tidlig i perioden, har utviklet seg til å bli høyvekstbedrifter. Når bedriftene har blitt store nok til å bli høyvekstbedrifter, er flere av Innovasjon Norges virkemidler ikke aktuelle lenger.

Innovasjon Norge har likevel vært involvert i en stor andel av høyvekstbedriftene, som altså har en ganske høy omsetning i utgangspunktet.

Som det fremgår av Kapittel 2, er høyvekstbedrifter overrepresentert i Oslo, Rogaland og Vestland. Disse fylkene peker seg også ut blant fylkene som har flest høyvekstbedrifter som er støttet av Innovasjon Norge (jf. Figur 3.4).

**Figur 3.4 Antall bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023 som har fått tilskudd eller lån i årene 2015-2022, per fylke.**



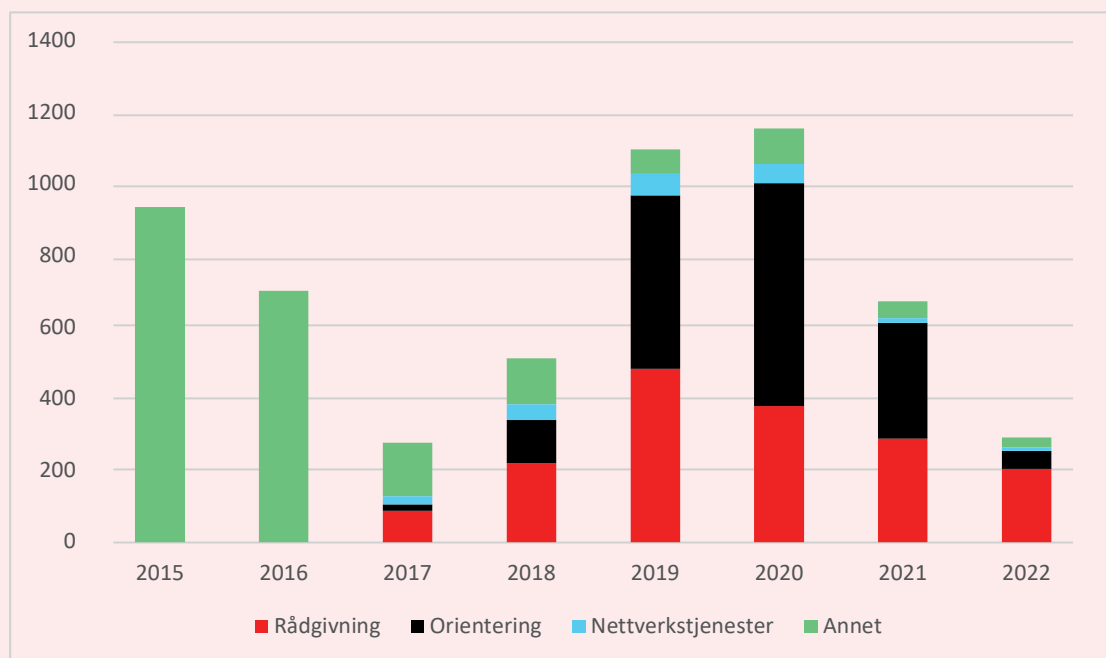
Av de totalt 5 400 bedriftene som var høyvekstbedrifter i 2023 har nesten 1 100 fått rådgivnings- og kompetansetjenester av Innovasjon Norge. Disse har til sammen fått om lag 6 000 slike tjenester.

Den klart mest brukte rådgivningstypen er såkalt kort behovsavklaring, som står for 1 300 leveranser. Dette er en tjeneste der Innovasjon Norge og bedrifter skal avklare grunnleggende spørsmål før vi kan vurdere hvordan og hvem som kan bistå. Tjenesten leveres av rådgivere i Norge med kundekontakt, for eksempel rådgiver på et regionkontor eller på Innovasjon Norges Vekst- og gründersenter, som håndterer de fleste sakene med oppstartstilskudd til gründere. Tjenesten kort behovsavklaring benyttes ikke av rådgivere ved internasjonale kontorer.

Deretter følger ulike tjenester knyttet til eksportrådgivning. Innovasjon Norges eksportsenter har ytt tjenester til høyvekstbedriftene 350 ganger, mens Innovasjon Norges kontorer i utlandet har gitt såkalt internasjonal markedsrådgivning 250 ganger. Veiledning til bedrifter som vil søke om midler fra EUs Horisont Europa står for 100 registreringer. Like mange står Innovasjon Norges program Global Growth for.<sup>11</sup>

Rådgivningstjenester er i mindre grad særlig rettet mot små og unge bedrifter, enn mange av de finansielle tjenestene er. Dermed er det ikke noen tendens til at høyvekstbedriftene i 2023 har fått stadig færre tjenester per år (jf. Figur 3.5).

**Figur 3.5 Antall leveranser av rådgivnings- og kompetansetjenester til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023.**



<sup>11</sup> Registreringssystemet for rådgivningstjenester var et annet før 2017, noe som gjør det vanskelig å koble sammen data for de to periodene på en meningsfull måte.

### Kundereiser?

Mange av bedriftene som har fått tilskudd eller lån, har fått støtte flere ganger. Det er derfor interessant å undersøke om disse bedriftene følger noen bestemte veier gjennom virkemidlene til Innovasjon Norge.

Det korte svaret er: Det gjør de ikke. Med unntak av oppstartstilskudd, som typisk er det første tilskuddet en bedrift får, følger ikke tildelingene av lån og tilskudd noe bestemt mønster.

Blant bedriftene som er støttet med to eller flere finansielle tildelinger, er det noen virkemidler som er særlig mye brukt: Innovasjonstilskudd, ekstraordinære tilskudd, risikolån og distriktsutviklingstilskudd, hver med om lag 20 prosent av alle tildelingene. Dette er viktige virkemidler i Innovasjon Norge, med mange tildelinger hvert eneste år, men høyvekstbedriftene har en enda høyere andel av sine tildelinger i disse gruppene.

Oppstartstilskudd og lavrisikolån er på motsatt side, med færre tildelinger til høyvekstbedrifter enn generelt. Innovasjon Norges oppstartstilskudd er relativt beskjedne beløp som gis til mange hundre bedrifter hvert år. At det store flertallet bedrifter som mottar oppstartstilskudd ikke blir høyvekstbedrifter, ligger i sakens natur. Lavrisikolån er lån som gis til prosjekter med lav risiko. Dette gis til prosjekter hvor risikoprofilen tilsier at bedriften kunne fått lån i det private bankmarkedet, men der bedriften holder til på steder med et tynt lokalt bankmarked.

Dette illustrerer også at næringslivet er mangfoldig. Hver enkelt bedrifts liv og utvikling er mangslungen og unik.

En alternativ analyse er å se på hvor stor andel av mottagerne ulike tilskudds- og låneordninger som etter hvert blir høyvekstbedrift. Av alle mottagerne i årene 2015-2019 var det gjennomgående 5 prosent som ble høyvekstbedrift i 2023. Mottagere av risikolån og garantier har den høyeste andelen senere høyvekstbedrift, med om lag 11 prosent hvert år. Også mottagere av innovasjonstilskudd trekker gjennomsnittet opp. Begge disse virkemiddelkategoriene stiller som oftest høye krav om innovasjon. Det er rettet mot bedrifter som har kommet seg over noen viktige hindre, og ofte har en viss inntektsstrøm. Derfor er det ikke overraskende at mottagere av risikolån og innovasjonstilskudd er overrepresentert blant høyvekstbedriftene.

At det er risikabelt å etablere en ny bedrift illustreres av at bare 2 prosent av mottagerne av oppstartstilskudd i 2015 klarte hele reisen til å bli en høyvekstbedrift i 2023. Andelen er noe høyere for mottagere av lavrisikolån. Distriktsutviklingstilskudd, en stor tilskuddskategori, ligger litt over gjennomsnittet. Her har 7 prosent av mottagerne i 2015 blitt høyvekstbedrift.

Under pandemien tok Innovasjon Norge i bruk et nytt virkemiddel, et ekstraordinært innovasjonstilskudd. Noe over 1000 bedrifter fikk dette, de aller fleste i 2020. Av mottagerne ble om lag 13 prosent høyvekstbedrift i 2023.

Denne gjennomgangen viser at det er stor forskjell mellom målgruppene for flere av Innovasjon Norges virkemidler. De virkemidlene som stiller høyest krav til innovasjon og modenhet, har også høyest andel hvor mottagerne utvikler seg til høyvekstbedrift.

**Høyvekstbedrifter som er mindre i utgangspunktet**

Innovasjon Norges definisjon på høyvekstbedrifter i 2023 er bedrifter med minimum 10 millioner i omsetning i 2020, og en gjennomsnittlig vekst på minst 20 prosent i året frem til 2023. Som nevnt innebærer dette at mange bedrifter som Innovasjon Norge normalt støtter, typisk små og unge, blir utelukket.

Hvis vi i stedet ser på bedrifter med en omsetning i 2020 på mellom 1 og 10 millioner kroner, og som har opplevd en gjennomsnittlig vekst på 20 prosent årlig, er det litt over 12 000 bedrifter som tilfredsstiller dette i 2023.

Av disse 12 000 bedriftene har Innovasjon Norge gitt finansiell støtte til noe over 1000 bedrifter, og rådgivningstjeneste til samme antall. Til sammen har om lag 1500 bedrifter fått støtte, enten i form av tilskudd, lån eller rådgivning. Andelen av disse bedriftene som er støttet i denne perioden er dermed noe lavere enn blant de bedriftene som hadde omsetning på over 10 millioner kroner i 2020.

**Høyvekstbedrifter med enda høyere vekst**

En kan også avgrense analysen til å bare omfatte bedrifter med betydelig høyere vekst enn 20 prosent, for eksempel 50 prosent i året over tre år. En slik vekst innebærer mer enn en tredobling av omsetningen i løpet av perioden. Om lag 900 bedrifter hadde en omsetning på minst 10 millioner kroner i 2020, og har vokst så kraftig i årene etterpå.

Av disse 900 har totalt 155 fått minst en finansiell tildeling fra Innovasjon Norge i årene fra 2015-22. Blant disse bedriftene er det de samme virkemidlene som dominerer; ulike typer risikolån og innovasjonstilskudd. Imidlertid er en del mange reiselivsbedrifter i denne gruppen, og mange har fått såkalte omstillingstilskudd som ble brukt under pandemien. Totalt er det tildelt litt over 100 slike tilskudd til bedriftene i denne gruppen, som har opplevd svært sterk vekst. Dette tilsvarer 25 prosent av samtlige tilskudd i hele perioden til disse bedriftene.

**Norske høyvekstbedrifter: EConnect Energy AS**

EConnect Energy er et teknologiselskap som leverer innovative løsninger for distribusjon av renere energi - inkludert flytende naturgass (LNG), CO2 og ammoniakk. Siden oppstarten i 2012 har selskapet opplevd sterk vekst og etablert seg som en ledende aktør innen marin infrastruktur. EConnect Energy har hatt stor nytte av virkemidler fra Innovasjon Norge – blant annet i form av innovasjonslån og miljøteknologitilskudd – noe som har vært avgjørende for selskapets vekst og utvikling.

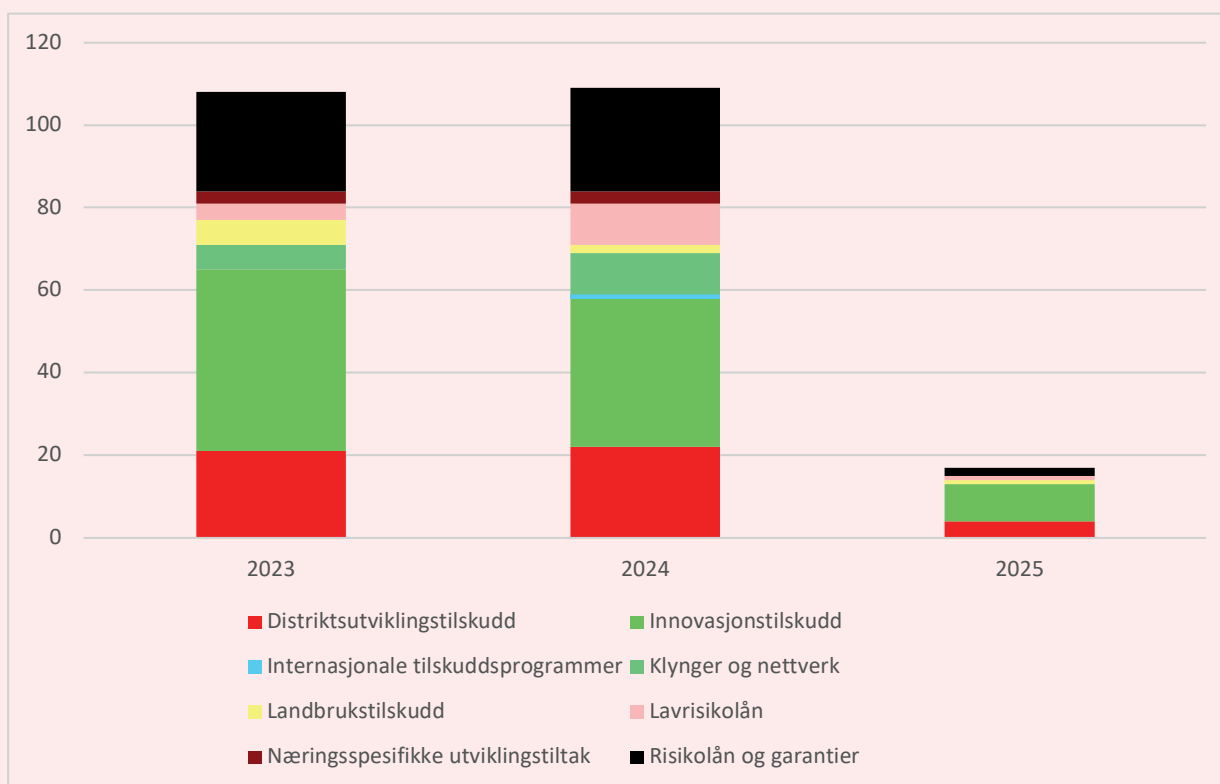
**Tildelinger til bedrifter etter at de har blitt høyvekstbedrifter**

Flere av Innovasjon Norges virkemidler er særlig rettet mot unge og små bedrifter, bedrifter som er for små til å bli karakterisert som høyvekstbedrifter. Men mange virkemidler passer også for større bedrifter, inkludert bedrifter som allerede har blitt høyvekstbedrifter.

De om lag 5 000 bedriftene som oppnådde høyvekststatus i 2023 fikk til sammen om lag 100 finansielle tildelinger i både 2023 og 2024, og nesten 20 i første kvartal 2025.

Bedriftene får særlig innovasjonstilskudd, hvorav miljøteknologiordningen er størst. Risikolån og distriktsutviklingstilskudd, begge ganske store og generelle ordninger, blir også mye brukt.

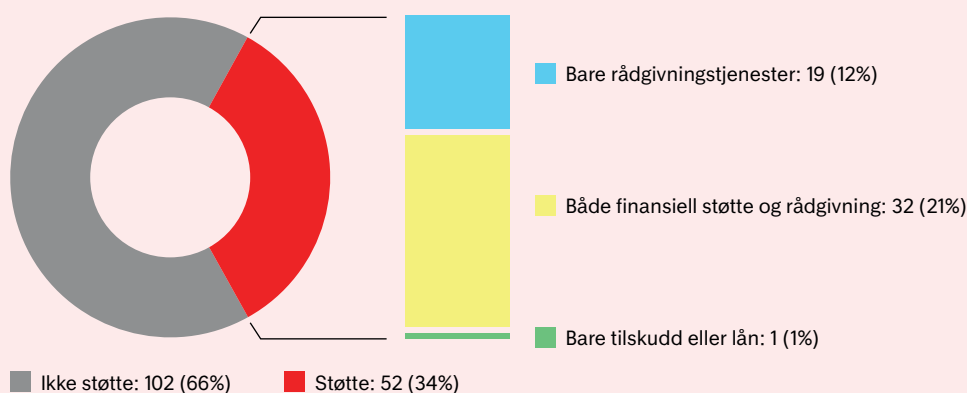
**Figur 3.6 Antall finansielle tildelinger fra januar 2023-mars 2025, til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023.**



### 3.2. Børsnoteringer

Det ble notert 154 bedrifter på Oslo Børs i årene 2020-2024. Aktiviteten var høy i 2020 og 2021 med om lag 50 noteringer per år, og svært lav i 2023 og 2024, med 11 noteringer til sammen for disse årene. De aller fleste noteringene skjer på Euronext Growth, som er en liste med lavere krav for å bli notert. Av de noterte bedriftene var 126 norske, resten var utenlandske.

**Figur 3.7 Andel tidligere kunder blant børsnoterte bedrifter (mellom 2020-2024), fordelt på leveransetype. (N=154). \*Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.**



Av de 154 noteringene i denne perioden har 33 bedrifter fått minst en finansiell tildeling fra Innovasjon Norge etter 2010 (jf. Figur 3.7). Nesten alle tildelingene ble gitt før bedriftene ble notert. Bedriftene som fikk tildelinger, fikk til sammen 135 tildelinger (jf. Tabell 3.2). Av de 33 bedriftene har 15 fått oppstartstilskudd, som gis til helt unge oppstartsbedrifter. 19 av bedriftene har fått til sammen 27 tildelinger gjennom miljøteknologiordningen. Det mest brukte virkemidlet er likevel ulike typer risikolån og garantier, som 19 av bedriftene har fått til sammen 40 tildelinger av.

**Tabell 3.2 Antall finansielle tildelinger til børsnoterte bedrifter, per virkemiddelkategori.**

| Virkemiddelkategori                | Antall tildelinger til børsnoterte bedrifter |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Distriktsutviklingstilskudd        | 13                                           |
| Ekstraordinære tiltak              | 11                                           |
| Innovasjonstilskudd                | 45                                           |
| Internasjonale tilskuddsprogrammer | 1                                            |
| Klynger og nettverk                | 6                                            |
| Lavrisikolån                       | 2                                            |
| Næringsspesifikke utviklingstiltak | 1                                            |
| Oppstartstilskudd                  | 15                                           |
| Risikolån og garantier             | 41                                           |
| <b>SUM</b>                         | <b>135</b>                                   |

Noterte bedrifter tilhører en rekke næringer. I årene med høyest noteringsaktivitet, i 2020 og 2021, ble bedrifter innen fornybar energi priset høyt, noe som også gjenspeiles i at mange av de noterte bedriftene disse årene har fått miljøteknologitilskudd. Det er både vind- og solenergibedrifter, karbonfangstbedrifter og hydrogenbedrifter i denne gruppen. Innovasjon Norge har imidlertid også støttet noterte bedrifter i andre næringer, som mineralnæringen, IT og havbruksnæringen.

De aller fleste av de noterte bedriftene som har fått finansiell støtte, har også fått rådgivning av Innovasjon Norge. I tillegg har en del bedrifter som ikke har fått lån eller tilskudd, fått rådgivning, slik at det av de 154 noterte bedriftene er 52 som har fått rådgivning av Innovasjon Norge minst en gang i løpet av perioden 2015-2024.

På samme måte som med finansiell støtte, er det flere bedrifter som har fått rådgivning en rekke ganger, opptil 30 ganger på det meste. Dette er typisk bedrifter med et internasjonalt marked, som har vært i kontakt med Innovasjon Norges internasjonale kontorer. Med få unntak har bedriftene som har fått rådgivning mer enn fem ganger i løpet av perioden, også fått finansiell støtte.

Mens tilskudd og lån typisk er gitt til bedriftene før de er notert, gis rådgivning også til bedrifter som allerede er børsnotert. Totalt har 16 av de noterte bedriftene fått internasjonal markedsrådgivning.

Et relativt stort mindretall blant norske bedrifter som ble børsnotert på Oslo Børs i perioden 2020-2024 hadde altså fått støtte fra Innovasjon Norge én eller flere ganger før noteringen.

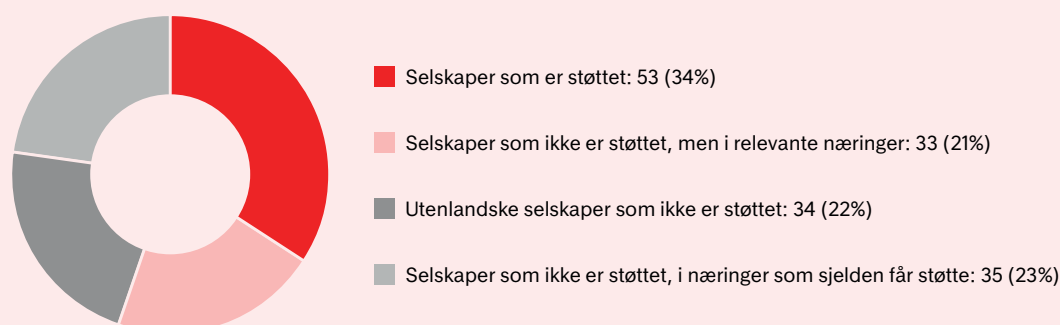
Av de nymoterte bedriftene har likevel et flertall ikke fått støtte. Dette har antagelig mange årsaker. En ganske stor del av bedriftene som ikke har fått støtte har all eller nesten all sin aktivitet i utlandet, og/eller er registrert i utlandet. Dette kan være islandske oppdrettsbedrifter som vil være notert i Oslo siden det er et kompetent analyse- og forvaltermiljø her, rederier som særlig befordrer frakt over Stillehavet eller riggbedrifter som retter seg mot kunder i Sør-Amerika. Dette utgjorde om lag 35 av de noterte bedriftene i perioden 2020-2024 (jf. Figur 3.8). Et absolutt kriterium for all støtte fra Innovasjon Norge, er at støtten skal bidra til verdiskaping i Norge. Bedrifter med ingen eller lite aktivitet i Norge, er dermed ikke aktuelle for støtte fra oss.

Mange av de noterte bedriftene er også i næringer som vi sjelden støtter, enten fordi bedriftene er så kapitalkrevende at våre ordninger blir irrelevante, eller fordi innovasjonen ikke er støtteverdig. Dette er for eksempel flyselskaper, oljeselskaper, rederier, eiendomsbedrifter, detaljister og flere av IT-bedriftene som er notert. Dette gjelder om lag 35 av de noterte bedriftene i denne perioden, kanskje noe mer.

Den siste gruppen er en heterogen gruppe bedrifter, hvor mange antagelig har innovasjonsprosjekter som kunne vært relevante for støtte fra Innovasjon Norge. I denne gruppen er blant annet IT-bedrifter, energibedrifter, leverandører til oppdrettsnæringen og farmasibedrifter. Denne gruppen består også av om lag 35 bedrifter, kanskje noe færre.

Dermed har om lag 60 prosent av alle nymoterte bedrifter som er relevant for støtte fra Innovasjon Norge, fått støtte, enten som finansiell tildeling og/eller rådgivning.

**Figur 3.8 Børsnoterte bedrifter i årene 2020-2024. (N=154)**



### 3.3. Gaseller

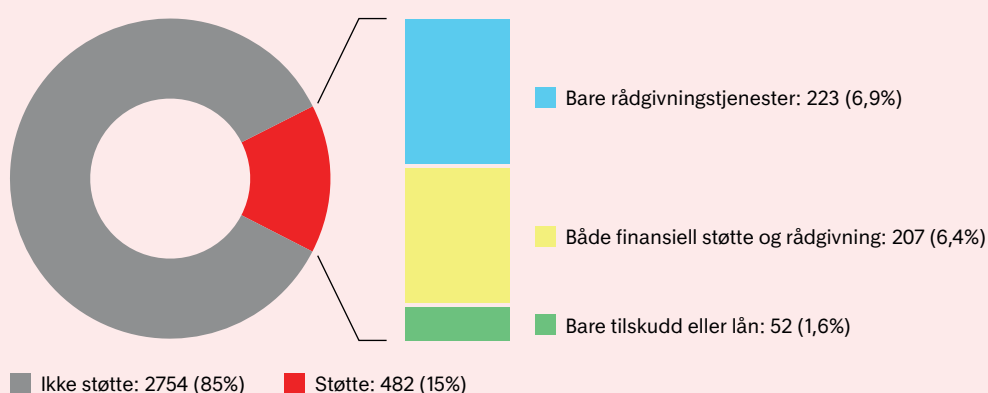
Dagens Næringsliv har i 20 år skrevet om «gaseller». Dette er en tredje type vekstbedrifter. Også her baseres definisjonen på regnskapsdata, men det er en strengere definisjon enn de fleste andre. I tillegg til krav om vekst i omsetning over en fireårsperiode, må en bedrift ikke hatt fallende omsetning, og også være lønnsom for å bli en gaselle. For å være en gaselle trenger en bedrift imidlertid ikke ha høyere omsetning enn 1 million kroner i utgangsåret, og minst 5 millioner kroner i sluttåret for beregningen.

Regnskapstallene for 2023 viser at det var litt over 3 000 gaseller i Norge dette året. Om lag 900 av disse var også høyvekstbedrifter etter Innovasjon Norges definisjon samme år. Listen over gaseller inneholder dermed også mange bedrifter som er for små til å komme på Innovasjon Norges liste. Ikke desto mindre er dette bedrifter som har overvunnet barrierer og gjort finansiell suksess. Den ganske begrensede overlappen mellom disse to gruppene, innebærer også at det er hensiktsmessig å analysere Innovasjon Norges interaksjon med begge.

### Norske høyvekstbedrifter: Control Cutter AS

Control Cutter AS er en bedrift som produserer og tilbyr service av utstyr til oljebransjen og maritim sektor. Bedriften ble etablert i 2010 og har vokst betydelig. Bedriften omsatte for 170 millioner kroner i 2023 og forventer videre vekst i 2024 og 2025. Bedriften har 30 ansatte, fordelt på 11 i Norge, 15 i Storbritannia og 4 i USA. Control Cutter sier de har hatt god erfaring med Innovasjon Norge og har mottatt flere typer støtte, inkludert innovasjonslån og tilskudd.

**Figur 3.9 Andel tidligere kunder blant gasellene (i 2023), fordelt på leveransetype. (N=3 236).**  
\*Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.



Av de litt over 3 000 gasellene har snaut 10 prosent, totalt 292 bedrifter, fått finansiell støtte. Noe over 400 har fått minst én rådgivningstjeneste og til sammen nesten 500 har fått minst en av delene (jf. Figur 3.9).

Gasellene har fått totalt 625 finansielle tildelinger i årene 2015-2022. Ikke overraskende er det innovasjonstilskudd og risikolån som er de mest brukte virkemidlene også for gaseller, som for høyvekstbedrifter (jf. Tabell 3.3).

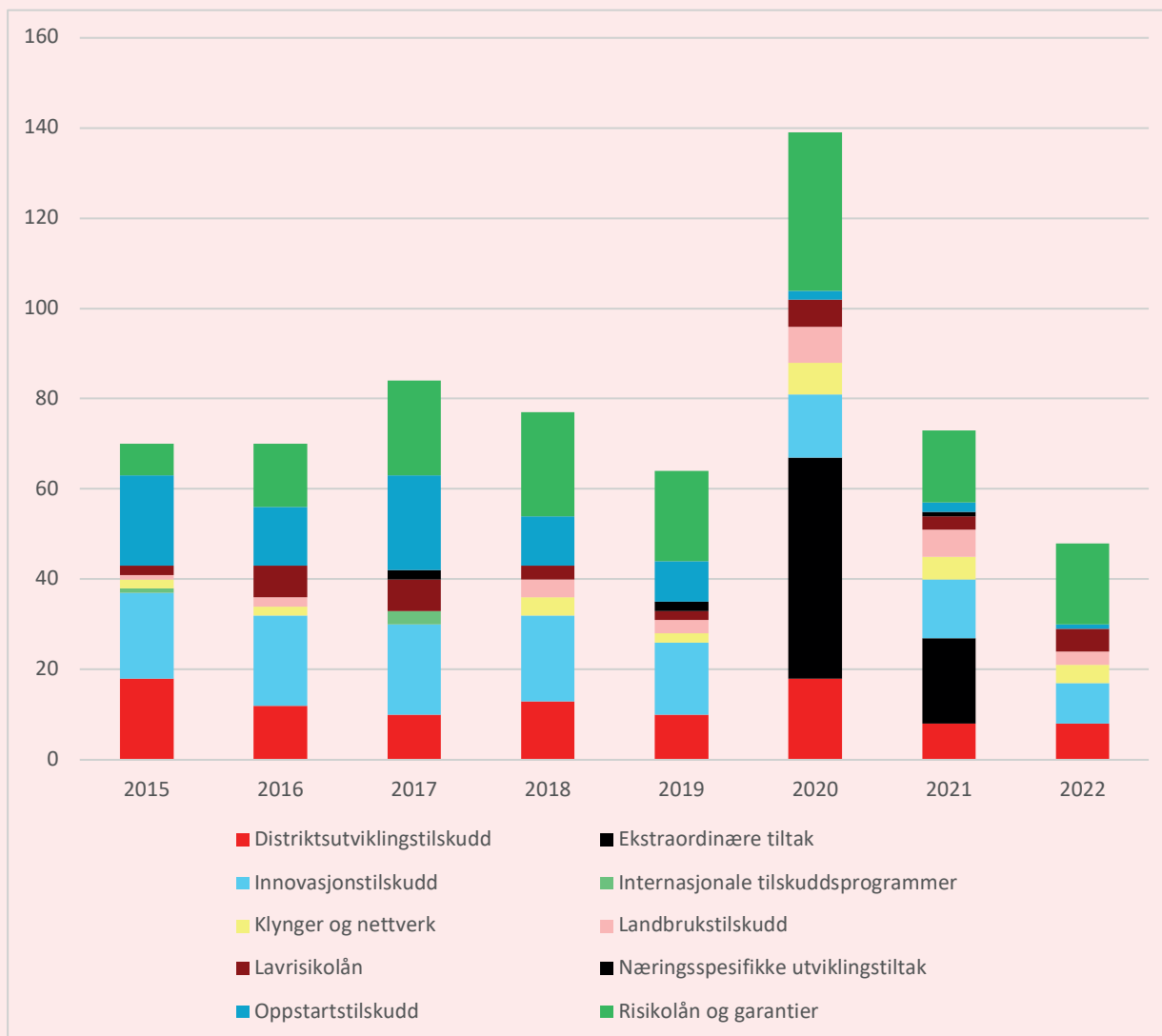
**Tabell 3.3 Antall finansielle tildelinger til gasellebedrifter, per virkemiddelkategori.**

| Virkemiddelkategori                | Antall tildelinger til gaseller |
|------------------------------------|---------------------------------|
| Distriktsutviklingstilskudd        | 97                              |
| Ekstraordinære tiltak              | 68                              |
| Innovasjonstilskudd                | 130                             |
| Internasjonale tilskuddsprogrammer | 4                               |
| Klynger og nettverk                | 26                              |
| Landbrukstilskudd                  | 27                              |
| Lavrisikolån                       | 35                              |
| Næringsspesifikke utviklingstiltak | 5                               |
| Oppstartstilskudd                  | 79                              |
| Risikolån og garantier             | 154                             |
| <b>SUM</b>                         | <b>625</b>                      |

Også i denne gruppen er det flest tildelinger fra miljøteknologiordningen, med 45 tildelinger. Mange har fått innovasjonskontrakter med offentlig eller privat kunde. En større andel gaseller enn høyvekstbedrifter etter Innovasjon Norges definisjon, har fått tilskudd til kjøp av mentortjenester.

Også mange gaseller har fått ulike typer oppstartstilskudd, særlig i årene 2015-18 (jf. Figur 3.10).

**Figur 3.10 Antall finansielle tildelinger fra Innovasjon Norge til bedriftene som ble utpekt som gasellebedrifter i 2023.**



Antall tildelte risikolån og garantier (den øverste delen av søylene i Figur 3.10) har økt gjennom perioden. Dette er ikke overraskende. Disse virkemidlene er tilpasset noe større bedrifter, som har overvunnet de første hindrene på sin vekstreise.

Det er også tildelt mange distriktsutviklingstilskudd til bedrifter som senere er blitt gaseller, og særlig tidlig i vekstperioden.

Gasellene har fått til sammen 1 700 ikke-finansielle tjenester i løpet av årene 2015-2022. Av disse tjenestene er 62 internasjonal markedsrådgivning, Innovasjon Norges viktigste bistand til eksportbedrifter.

### 3.4. Enhjørninger

Enhjørninger eller «unicorns» er en betegnelse på bedrifter som har oppnådd høy verdsettelse. Begrepet brukes særlig om relativt unge, ikke-børsnotert bedrifter hvor egenkapitalen er verdsatt til over 1 milliard amerikanske dollar. Fra 2013 til 2023 har antallet enhjørninger globalt vokst fra 51 til 1200 (Meld. St. 6 (2024-2025)). Nordic Innovations (2023) rapport Nordic Scaleup Landscape 2022 har funnet 11 enhjørninger<sup>12</sup> i Norge, og 9 potensielle enhjørninger<sup>13</sup>. Nordic Innovation definerer en enhjørning som en tidligere oppstartsbedrift som har oppnådd en verdsettelse på over 1 milliard euro eller exit. En potensiell enhjørning defineres som en oppstartsbedrift stiftet etter 1990 som har oppnådd en verdsettelse på mellom 250 millioner euro og 1 milliard euro.

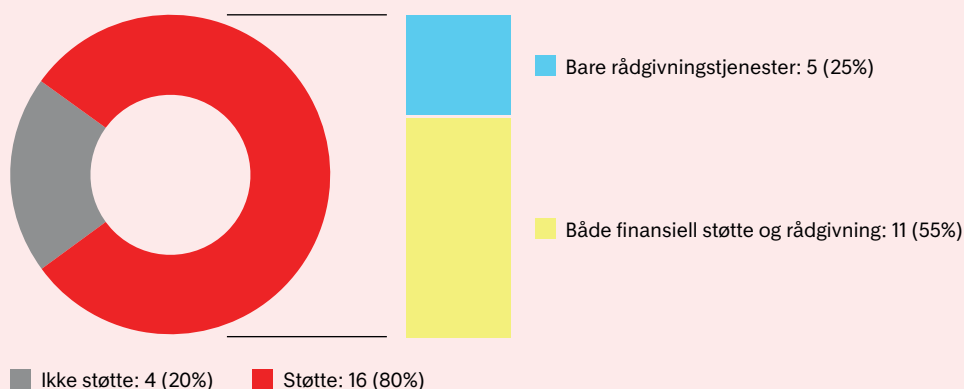
Etter at rapporten ble publisert, har flere av bedriftene endret status. Noen er børsnotert, noen er kjøpt opp og noen har antagelig lavere verdivurdering. Ikke desto mindre kan det være interessant å se hva Innovasjon Norge har bidratt med til disse bedriftene før de ble enhjørninger.

Av de 20 bedriftene i rapporten fra Nordic Innovation, har 16 fått støtte av Innovasjon Norge i perioden 2015-2021, altså i årene før de ble kåret til enhjørning (jf. Figur 3.11). Alle de 16 som har fått støtte, har mottatt rådgivningstjenester minst én gang. Bortsett fra kort behovsavklaring, er de mest brukte rådgivningstjenestene eksportrettet, gjennom bruk av eksportsenteret i Innovasjon Norge, eller internasjonal markedsrådgivning fra Innovasjon Norges internasjonale kontorer.

Av de 20 enhjørningene eller potensielle enhjørningene har 11 også fått lån eller tilskudd minst én gang, over til sammen 30 finansielle tildelinger. Ti av tildelingene er ulike innovasjonstilskudd, særlig miljøteknologiordningene, mens sju er oppstartstilskudd. Alle som har fått finansielle tildelinger, har også fått rådgivning.

De 16 bedriftene som har fått støtte har til sammen fått støtte nesten 180 ganger. Det er stor spredning i antallet, men seks av bedriftene har fått støtte minst 10 ganger.

**Figur 3.11 Tidligere kunder blant «enhjørningene» i 2022, fordelt på leveransetype i årene 2015-2021. (N=20). Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.**



<sup>12</sup> Enhjørninger: Autostore, Cognite, FREYR, Kahoot!, Oda, Gelato, Dune Analytics, Remarkable, Nykode Therapeutics, Link Mobility Group, Opera.

<sup>13</sup> Potensielle enhjørninger: REC Silicon ASA, Neat, Morrow, Tibber, Ardoq, Xeneta, PortalOne, Reltime, Vic.ai.

### 3.5. Konklusjon

Denne gjennomgangen viser at det er mange bedrifter som lykkes i Norge, og Innovasjon Norge har støttet en betydelig andel av disse bedriftene. Særlig er andelen høy blant bedrifter som ble børsnotert i årene 2020-2024, men også mange høyvekstbedrifter har fått støtte.

At omsetningen vokser i bedriftene vi støtter, er et svært viktig mål for Innovasjon Norge. Det er derfor gledelig å observere at mange av bedriftene oppnår vekst i salg og verdiskaping. Det er vanskelig eller umulig å observere noen kausalitet. At en bedrift oppnår vekst etter å ha blitt støttet av Innovasjon Norge er langt fra noe bevis på at det er denne støtten som har forårsaket veksten. Hvis Innovasjon Norges rådgivere klarer å identifisere bedrifter som vil gjøre det godt, og vi støtter disse, vil dette kunne se ut som en kausal sammenheng i analyser. En kan også tenke seg at bedrifter som er dyktige til å utvikle nye produkter og finne kunder til disse, også er dyktige til å finne relevant støtte fra virkemiddelapparatet.

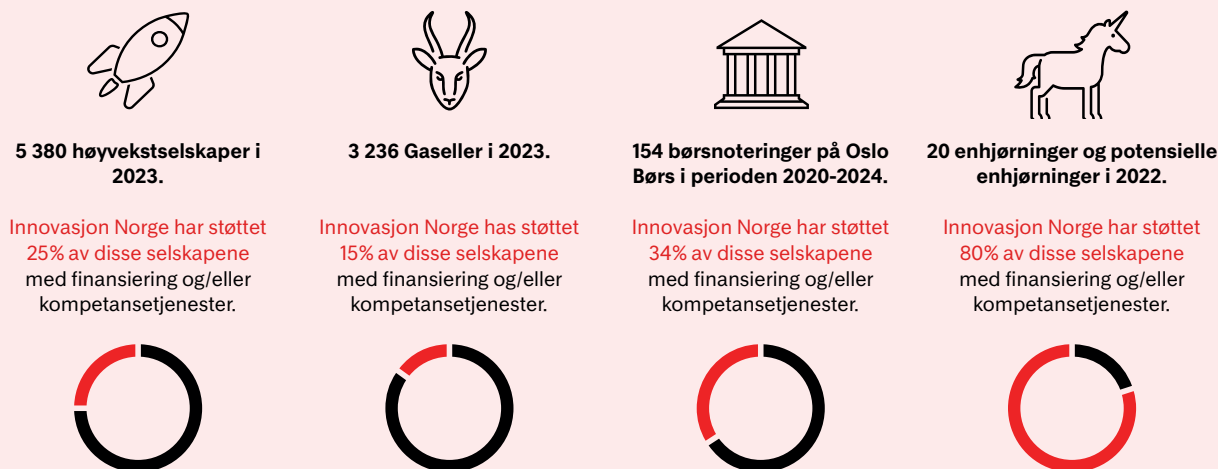
Omfattende økonomisk teori om markedssvikter gir imidlertid gode holdepunkter for at offentlig støtte til noen aktiviteter i næringslivet kan være fornuftig (se for eksempel Aiginger & Rodrik 2020; Greenwald & Stiglitz 2013). Den kanskje viktigste markedssvikten er at innovasjon og utvikling kan føre til såkalte positive eksterne effekter, ved at andre enn selskapet som betaler for innovasjonen kan få nytte av denne. De fleste land støtter derfor slik aktivitet. Det er også grunnen til at Innovasjon Norge vurderer innovasjonshøyden i prosjekter som støttes, og gjennomføringsevnen i bedriftene som søker som støtte.

Årlige effektanalyser tyder også på at støtten fra Innovasjon Norge bidrar til høyere vekst i bedriftene som får støtte, med betydelig høyere vekst for bedrifter som støttes, enn for sammenlignbare bedrifter. Forskjellen er høyest for gründere, men også etablerte bedrifter som får støtte, vokser betydelig mer enn andre, sammenlignbare, bedrifter.

Analysen i dette kapitlet, og også i intervjuene vi har gjennomført, kan tyde på at støtte fra Innovasjon Norge er en vesentlig bidragsyter til at mange av høyvekstbedriftene faktisk blir høyvekstbedrifter. Fremover er målet at Innovasjon Norge i sterkere grad enn i dag også støtter høyvekstbedriftene i deres videre utvikling. Dette vil ofte være knyttet til internasjonal satsing og eksport.

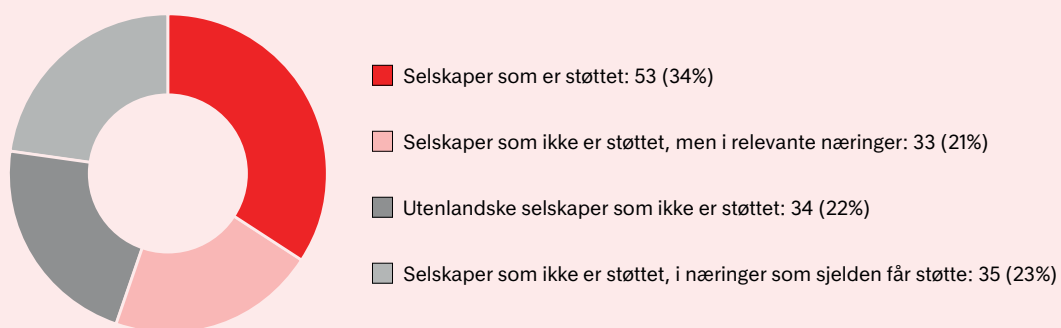
# Oppsummering

Hvor høy andel av høyvekstselskapene Innovasjon Norge har støttet, avhenger av typen vekstreise bedriftene har hatt.



Figur: Antall høyvekstbedrifter og gasellebedrifter (i 2023) og børsnoteringer (mellom 2020-2024) og enhjørninger/potensielle enhjørninger (i 2022) og Innovasjon Norges bidrag til bedriftenes vekstreise. For høyvekstbedrifters og gasellers del, har bidraget skjedd mellom 2015 og 2022, for de børsnoterte fra 2011-2024, og for enhjørninger mellom 2015-2021.

Om lag 60 prosent av alle bedrifter som ble børsnotert og er relevant for støtte fra Innovasjon Norge, har fått støtte, enten som finansiell tildeling og/eller rådgivning.

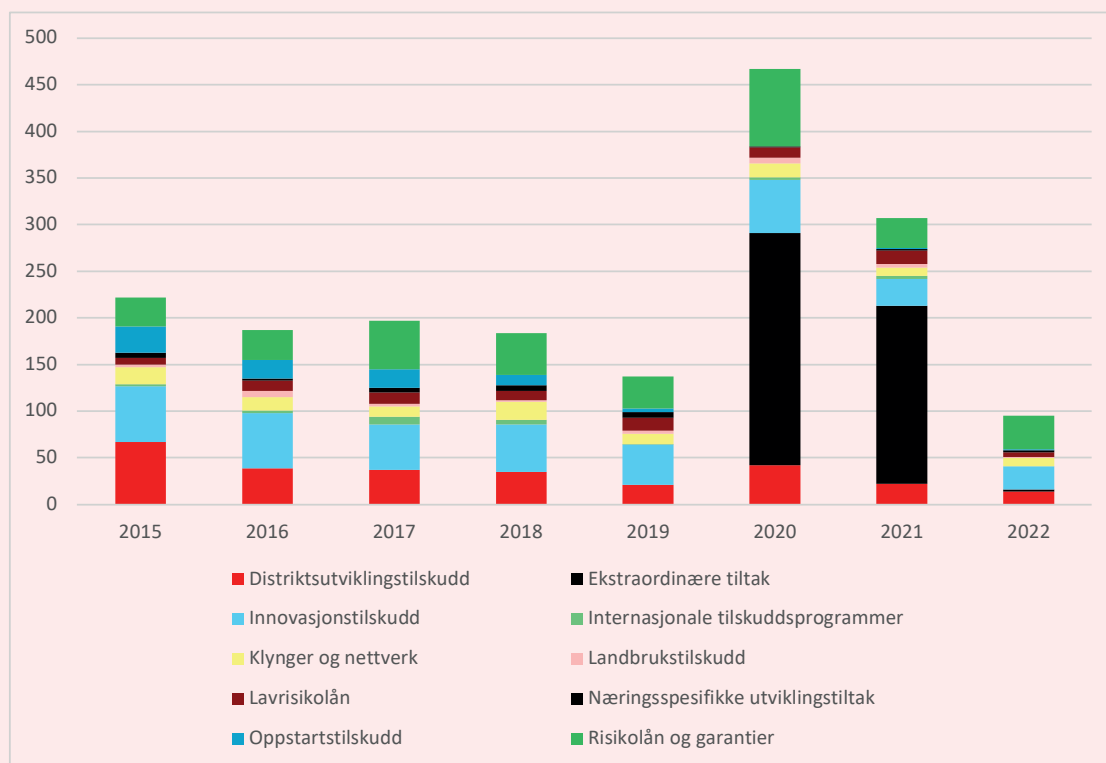


Figur: Børsnoterte bedrifter i årene 2020-2024. N=154

Rundt 15 prosent av høyvekstbedriftene har mottatt finansielle tildelinger fra Innovasjon Norge. I perioden 2015-2025 har disse bedriftene fått:

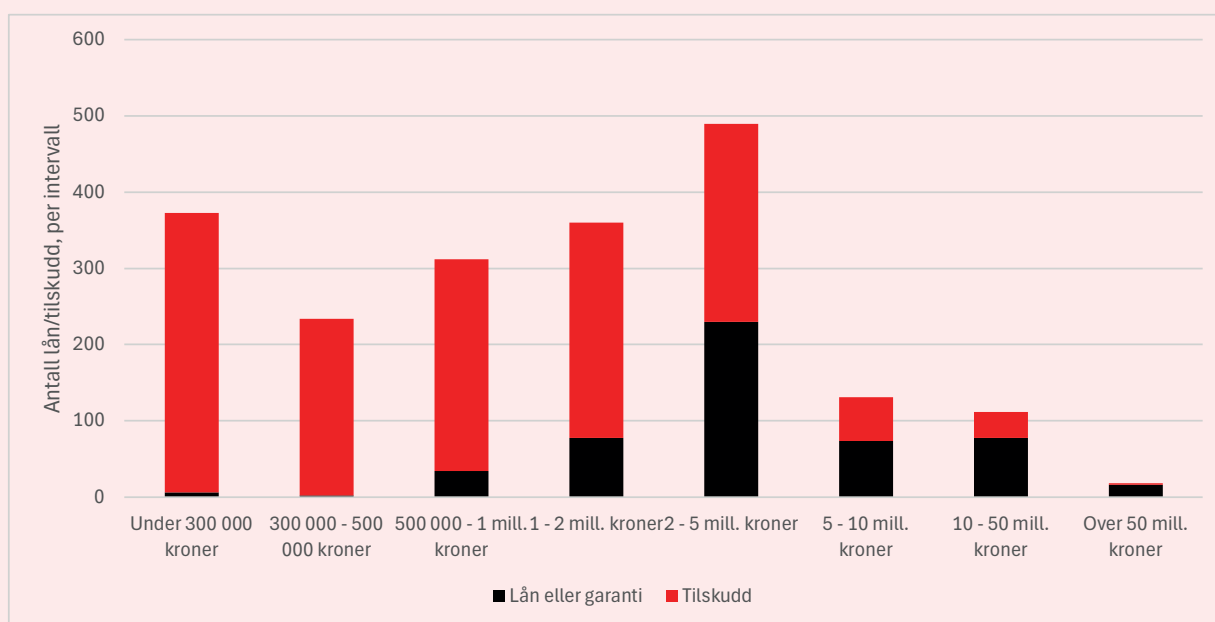
- 2,4 tildelinger hver i snitt.
- Et støttebeløp på 3,9 millioner kroner i snitt. Median støttebeløp er 1,4 millioner kroner.
- 6,2 rådgivnings- og kompetansetjenester hver i snitt.

Risikolån og innovasjonstilskudd er de virkemidlene høyvekstbedrifter benytter seg mest av.



Figur: Antall tildelinger per år til bedrifter som ble definert som høyvekstbedrift i 2023.

Mindre prosjekter har en høy andel av tilskudd, mens i større prosjekter skifter andelen mot bruk av lån eller garantier.



Figur: Fordeling av lån/garanti og tilskudd til høyvekstbedrifter for ulike tilsagnsbeløp-intervaller.

# 04

## Dybdeintervju med 15 høyvekstbedrifter



## 4. Dybdeintervju med 15 høyvekstbedrifter

For å fremskaffe kvalitative innsikter i hvilke utfordringer høyvekstbedriftene har eller har hatt, samt hvilke erfaringer de har med virkemiddelapparatet og Innovasjon Norge spesielt, har vi intervjuet 15 høyvekstbedrifter fra Innovasjon Norges portefølje.

Materialet gir begrensede muligheter til å trekke generelle konklusjoner, men har en verdi ved at det gir interessante historier som illustrerer noen av utfordringene mange høyvekstbedrifter møter i løpet av vekstreisen.

### Om bedriftene

Bedriftene i utvalget har alle vært definert som høyvekstbedrifter i perioden 2018-2023. Utvalget er basert på to kohorter, en kohort med en vekstperiode i 2018-2021, og en kohort med en vekstperiode i 2020-2023.

For å få en mangfoldig representasjon av vekstbedrifter brukes også andre definisjoner av høyvekstbedrifter, blant annet har vi intervjuet noen bedrifter som hadde noe lavere omsetning enn 10 millioner kroner i utgangspunktet.

Gjennomsnittlig alder på de 15 bedriftene er 8,8 år. Den yngste er 6 år og den eldste er 16 år. Gjennomsnittlig antall ansatte er 26.

Bedriftene vi har snakket med er basert i Agder, Rogaland, Vestland, Vestfold, Innlandet, Trøndelag, Nordland og Østlandet.

Bedriftene er innenfor næringene programvareutvikling, produksjon av spesialmaskiner til offshore olje og gassutvinning, utvikling av produkter og salg innenfor varehandel, utvikling av programvare og maskinvare innenfor solenergi, agriteknologi, maritim energiinfrastruktur, lokalmat og materialproduksjon innenfor bygg og anlegg.

Personene som har deltatt i intervjuene har alle høyere stillinger i bedrifter, enten som gründere og/eller daglig/teknisk leder. Alle intervjuene ble gjennomført i februar og mars 2025. Intervjuspørsmålene ble delt med informantene i forkant, og ble gjennomført som semistrukturerte intervju.

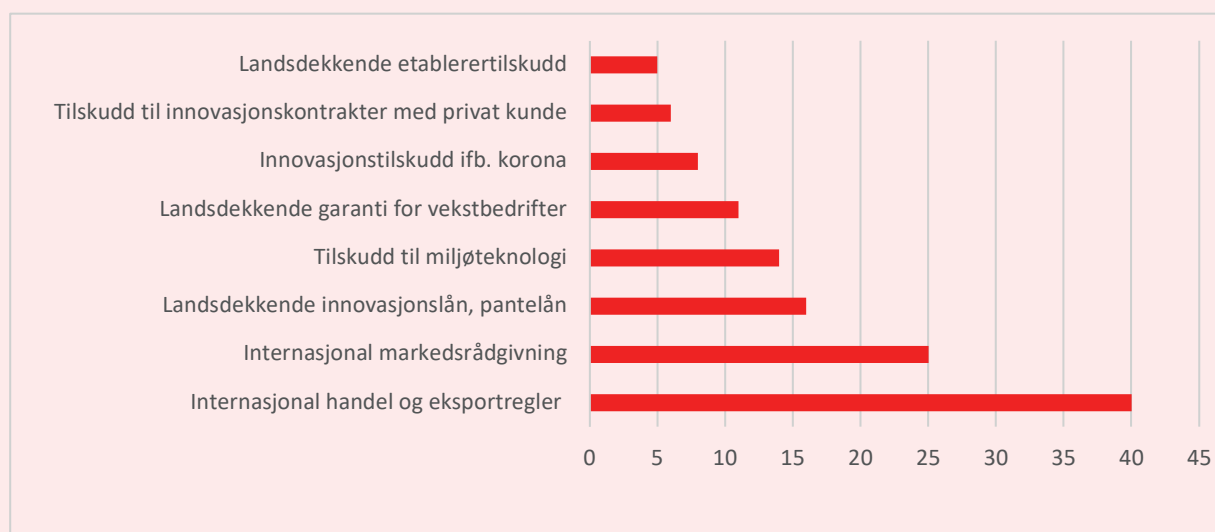
De fleste bedriftene har fått finansiering (tilskudd og/eller lån) kombinert med kompetanse- og rådgivningstjenester. I snitt har bedriftene fått innvilget 6,2 lån eller tilskudd, og 2,6 kompetanse- og rådgivningstjenester.

Figur 4.1 viser de mest benyttede virkemidlene og rådgivningstjenestene blant høyvekstbedriftene i utvalget. Innovasjon Norges eksportsenter leverer sparringtjenesten «Internasjonal handel og eksportregler».<sup>14</sup> «Internasjonal markedsrådgivning» er en rådgivningstjeneste som Innovasjon Norges internasjonale kontorer leverer til betalende kunder.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Eksportsenteret tilbyr sparring til bedrifter knyttet til eksportutfordringer og eksportoptimalisering. I snitt er leveransene fra denne tjenesten av et størrelsesvolum på ca. 2 timer hvis man ser på alle leveranser gjort i 2024.

<sup>15</sup> Internasjonal markedsrådgivning, er en fellesbetegnelse for tjenestene Business Partner Search, Initial Market Verification, Market Acceptance Test og Market Insight. I snitt er leveransene av et størrelsesvolum på ca. 24 timer, hvis man ser på alle leveranser gjort i 2024.

**Figur 4.1 Antall finansielle tildelinger og rådgivningstjenester blant de 15 intervjuobjektene, per virkemiddelkategori/leveransetype, i perioden 2015-2024, Innovasjon Norge**



#### 4.1. Funn fra intervjuene

##### Status

En fellesnevner for flere av bedriftene som er intervjuet er at de har utviklet et nisjeprodukt. Majoriteten har hatt et klart produktfokus og jobbet aktivt med kunder så tidlig som mulig i produktutviklingen. Dette for å sikre omsetning og samtidig kontinuerlig forbedring av løsningen eller produktet. Fem av de 15 bedriftene vi snakket med er startet av gründere som har startet en bedrift før. Studier viser at seriegründere har høyere sjanse for å lykkes når de starter nye bedrifter på grunn av tidligere erfaringer av å starte og drive en bedrift (Lafontaine & Shaw, 2016).

Majoriteten av bedriftene fra begge kohortene har fortsatt sin vekstreise.

##### Eksportambisjoner fra start

Alle bedriftene med unntak av én hadde ambisjoner for vekst i forretningsplanen siden oppstart. De fleste tenkte også globalt og så eksportpotensiale for produktet tidlig. Alle bedriftene unntatt én eksporterer. Dette reflekteres i Innovasjon Norges tjenesteleveranser til bedriftene, som vist i Figur 4 1, hvor internasjonal markedsrådgivning og rådgivning fra Eksportsenteret er de mest benyttede tjenestene blant bedriftene i utvalget. Majoriteten av intervjubedriftene kan derfor kategoriseres som «born globals».

Slike bedrifter finnes ofte i teknologisektoren, hvor de kan dra nytte av digitale plattformer og nettverk for å nå et globalt publikum raskt. Bedriftene vi snakket med i denne kategorien representerer programvaretjenester (SaaS) innenfor fintech, ed-tech og leverandørindustri for olje og gass.

Programvarebedrifter vi har snakket med opplever mindre utfordringer knyttet til eksport av tjenester enn bedriftene som produserer fysiske varer. Norge har avtaler med de fleste land som muliggjør skattefritt salg av programvare og det blir dermed færre regler som moms og toll å forholde seg til.

En annen fellesnevner for flere av bedriftene er at det gjerne tar 7-10 år før bedriften oppnår nevneverdig lønnsomhet. Dette gjelder særlig teknologitunge bedrifter med lange forsknings- eller utviklingsløp som driver med for eksempel programvareutvikling, eller produksjon av større industrielle utviklingsløp som komponenter.

*«Skal man bygge noe stort må man være forberedt på at det tar tid. Å kommersialisere teknologi i en konservativ bransje er tidkrevende – man kan ikke gi seg etter fire, fem eller seks år. Det handler om å ha stayer-evne» – EConnect Energy*

### Finansiering

Finansieringsstrategi blant utvalget bedrifter varierer i stor grad. En fellesnevner er at alle har fått tidligfasefinansiering fra Innovasjon Norge, og flere av bedriftene påpeker at støtten har vært avgjørende.

Fem av bedriftene er grunnlagt av seriegründere som hadde egenkapital fra salg av tidligere bedrifter. Disse klarte seg greit i startfasen med noe egenkapital, engleinvestorer og tidligfasefinansiering fra virkemiddelapparatet som oppstartmidlene til Innovasjon Norge og Skattefunn.

To av bedriftene som jobber innenfor detaljhandel har opplevd organisk vekst og har relativt lite kapitalkrevende investeringer sammenlignet med for eksempel en bedrift som produserer større industrielt maskineri.

Et tydelig kundefokus i forretningsmodellen fra start er en annen fellesnevner for flere av bedriftene vi har snakket med. Bedriftene bruker ulike strategier for kundefokus – fra organisk salg, til større kontrakter hvor kunden har vært med på finansiering og utviklingen av en prototypeløsning, til en programvaremodell med en gratis tjeneste for å få brukere, og en premium variant med flere muligheter for å få inntjening.

Flere av bedriftene har også snakket om eierskapsstruktur. Seriegründerne har et mer bevisst forhold til dette, og er opptatt av å ikke redusere eierskapet sitt for tidlig. En konkret tilbakemelding fra en bedrift innenfor leverandørkjeden for olje og gass er at Innovasjon Norge bør gjøre gründere bevisst på å ikke vanne ut aksjeboken tidlig i utviklingsfasen, for eksempel ved salg til et større konsern, men heller tilby konsernet en god samarbeidskontrakt.

## 4.2. utfordringer i vekstfasen

### Tilgang til kapital i vekstfasen

Utfordringen som flest bedrifter tar opp er tilgang til tilstrekkelig kapital i vekstfasen. Flere påpeker at det er vanskelig å hente store beløp i Norge, og at de må se til utlandet.

En programvarebedrift som er klar for å gå ut på markedet, blir kontaktet ukentlig av private equity-fond med tilbud om oppkjøp, men gründeren velger å ikke selge fordi han ser et større potensiale for bedriften om noen års tid. Gründeren påpeker at slike fond har en tendens til å komme inn med et stort tilbud akkurat i det bedriften har et produkt som er klart for markedet. Den samme bedriften nevner at tilsvarende bedrifter klarer å hente langt høyere beløp i utlandet. Ifølge denne gründeren undervurderer norske kapitalmarkeder hvor mye det koster å utvikle en global, konkurransedyktig programvarebedrift, og viser til at det har gått nesten en milliard kroner i produktutviklingen til bedriften.

En av bedriftene som driver med detaljhandel var med i European Innovation Council (EIC) sin akselerator, og klarte å sikre egenkapital i kombinasjon med tilskudd. Bedriften melder at det har gjort det vanskelig å hente inn flere investorer i ettertid på grunn av omfattende krav fra EIC ved tilførsel av nye investorer. Bedriften har også måttet bruke mye penger på juridisk hjelp grunnet krav som settes fra EIC, og konkluderte med at denne støtten trenerte en allerede vanskelig prosess.

En bedrift som driver med utvikling av materialer for bygg- og eiendomssektoren sier det er vanskelig å ha tilstrekkelig driftskapital samtidig som bedriften investerer mye i FoU, og at det derfor er kritisk med tilgang til risikokapital i denne fasen, som ofte kalles «dødens dal».

*«Norge har gode ingeniører fra gode universiteter, gode forskningsinstitutter, og virkemiddelapparatet. Alt ligger til rette for [flere bedrifter som oss], men jeg tror ikke det kommer så mange flere bedrifter fordi kapitaltilgangen er for dårlig. (...) Denne typen penger finnes ikke i Norge og dermed mister vi bedriftene. Det Norge har som blir unikt forsvinner ut, med mindre det eies av staten. Det blir et fattig næringsliv. Et annet problem er skattesystemet og formueskatten.» – Oliasoft*

#### **Team, kompetanse og organisasjonskultur**

Å bygge gode team, god organisasjonskultur og å videreutvikle effektive prosesser midt i en vekstfase er en annen utfordring som går igjen blant flere av bedriftene. Dette gjelder særlig for bedriftene som jobber prosjektbasert og plutselig kan gå fra 25 til 50 ansatte på grunn av konsulenter som leies inn på et prosjekt.

En førstegangsgrunder påpekte hvor vanskelig det kan være å gå fra å være gründer og gjøre alt selv til å bli toppleder for et tosifret antall ansatte uten tidligere erfaring med ledelse. På den andre siden medfører vekstfasen gode muligheter for å utvikle talent internt i bedriften.

Å rekruttere riktig kompetanse i overgangsfasen fra oppstart til skalering blir også nevnt som en utfordring. Mange potensielle arbeidstakere er risikoaverse, og kvier seg for å starte i en bedrift som er under utvikling og ikke har strømlinjeformet prosesser og operasjoner, og med usikker økonomi.

### **4.3. Utfordringer knyttet til eksport**

#### **Å bygge merkevare og tillit blant kunder som en «liten» norsk aktør**

Flere av bedriftene opplever utfordringer med å være en liten, ukjent aktør som må bygge tillit blant kunder i utlandet. Dette går også andre veien, en av bedriftene nevnte at det kan være vanskelig å vurdere kredibiliteten på henvendelser fra potensielle kunder som kommer inn via ulike kanaler.

Mange har påpekt at norske bedrifter ofte undervurder betydningen av salg og markedsføring, og derfor bruker for lite på dette. Industribedriftene vi har snakket med nevner at norske bedrifter er kjent for å ha gode løsninger, men mindre gode på å selge løsningene, og tror ofte at så lenge produktet eller tjenesten er god nok vil det «selge seg selv». Slik er det ikke.

En programvarebedrift som retter seg inn mot B2B-segmentet innenfor industri sier at å bygge tillit og merkevare blant kunder krever jevnt arbeid over tid. Bedriften sammenlignet det å dra på messe for å møte potensielle kunder som «en første date». Det blir ikke garantert match med potensielle kunder og det krever oppfølgingsarbeid over tid. Lokalmatbedriften vi intervjuet har hatt stor nytte av å dra på messer hvor de har vunnet priser som har gitt god internasjonal synlighet. En annen bedrift vant en startup-relatert pris og opplevde at de fikk flere henvendelser om samarbeid i etterkant av dette.

Bedriftene har hatt ulike strategier for å bygge merkevare og tillit. Edtech bedriften vi snakket med, startet med å tilby en gratisversjon av tjenesten sin basert på åpen kildekode og en betalt premiumversjon, og sikret seg mange brukere gjennom denne strategien. De klarte tidlig å få anerkjente internasjonale universiteter som kunder, som igjen ga ringvirkninger til andre læringsinstitusjoner som etter hvert ble kunder. Denne bedriften har ikke brukt en krone på markedsføring, men har gjennom sin strategi per 2021 over 200,000 nettsider som bruker løsningen deres og over 200 millioner brukere.

Bedriften som jobber med infrastruktur for energioverføring sikret seg tidlig en stor kunde som var med å betale for utviklingen av prototypeprodukt, mot at kunden fikk være med å sette kriteriene for utvikling. Dette sikret bedriften nødvendig startkapital for å komme ut på markedet, og tillit ved å allerede vise til en betalende kunde. En annen bedrift innenfor leverandørindustrien til olje og gass brukte en lignende strategi, og understreket at avtaler med kunder og partnere som kan sikre finansiering.

På den andre siden opplevde en av bedriftene innenfor detaljhandel at denne strategien har vært en utfordring, siden kunden de utviklet produktet med ikke kjøpte inn mer enn første ordre av produktet.

### Mangel på nettverk for å eksportere

Tilknyttet utfordringen om markedsføring og tillit, er tilgang på nettverk i eksportmarkeder. Mange av bedriftene viser til dette problemet og nevner at det er lett å undervurdere hvor viktig det er å ha lokale folk på bakken i eksportmarkeder, og at det ikke er tilstrekkelig å dra på markedsbesøk en gang i kvartalet. Salgsprosessen spesielt mot B2B-segmentet trekkes frem som relasjonsbasert.

Dette gjelder særlig bedriftene som driver med detaljhandel som skal forholde seg til regler for handel i ulike eksportmarkeder. Bedriftene i B2C-segmentet som ikke har erfaringer med å selge globalt finner det vanskelig å navigere faktorer som logistikk, moms, skatt og kostnadsforskjeller mellom ulike kanaler i ulike eksportmarkeder. En av bedriftene påpekte for eksempel at det er vanskelig å finne et regnskapssystem som tar høyde for salg og skatt i ulike land.

*«Vi kjenner oss igjen i mangel på nettverk – kanskje ikke med lignende bedrifter for de tar vi kontakt med direkte for å «pick their brains». Men om det var noe organisert og lavere terskel som var lettere å gjøre – spesielt i B2C-segmentet.» – Minuendo*

Bedriftene som driver med salg av programvaretjenester møter ikke samme utfordringer på toll og moms, på grunn av handelsavtaler som sørger for smidigere eksportprosesser.

### 4.4. Erfaringer med Innovasjon Norges virkemidler

Bedriftene har stort sett positive erfaringer med Innovasjon Norges virkemidler. Flere nevner at tidligfasefinansieringen har vært helt avgjørende, og at bedriften ikke hadde eksistert i dag uten et sterkt virkemiddelapparat. Bedrifter med mye FoU-aktivitet har også benyttet andre virkemiddelaktører.

#### Søknadsprosessen

Det er stor variasjon i hvordan bedriftene opplever søknadsprosessen hos Innovasjon Norge. En bedrift mener at søknadsskjemaene er for omfattende og at spørsmålene er vanskelig å svare på. En annen bedrift mener at det å klare å fylle ut et søknadsskjema hos Innovasjon Norge bør være et minimumskrav for en gründer som skal bygge en vekstbedrift.

En bedrift som bygger og installerer solceller, og lager programvare for vedlikehold av solcellesystemene, nevner kravene Innovasjon Norge og Forskningsrådet har til prosjektplanlegging ved søknadstidspunkt, legger opp til at programvarebedrifter må langtids- og detaljplanlegge. Denne typen planlegging er ikke er forenlig med programvareutvikling som ofte gjøres iterativt, hvor bedriftene tester og forkaster ideer fortløpende.

Flere av bedriftene mener det er vanskelig og tidkrevende å navigere blant alle de ulike virkemidlene, og at det er en fordel å ha noen i teamet med kjennskap til mulighetene, for eksempel en seriegründer eller noen i styret. En bedrift sier de har lite kapasitet til å kartlegge mulighetene og sier det er vanskelig å finne virkemidler for bedrifter som er i en fase der de hverken ansees som liten eller stor. En annen bedrift oppfordrer Innovasjon Norge til å være mer synlig med hva som tilbys utover lån og tilskudd.

#### Erfaring med internasjonale kontorer

Tjenesten «internasjonal markedsrådgivning» som omfatter ulike rådgivningstjenester fra Innovasjon Norges internasjonale kontorer var den mest brukte tjenesten blant intervjubedriftene, med totalt 40 leveranser fordelt på 15 bedrifter, som utgjør ca. 2,6 leveranse per bedrift.

*«Mange bedrifter burde bruke de internasjonale kontorene til Innovasjon Norge mer, vi kunne også brukt de enda mer» – Oceantech Innovation*

*«Vi ser at det er enda mer kompetanse hos Innovasjon Norge som vi kunne gjort oss nytte av. Det er ikke alltid vi tenker på dere som første alternativ, men dette har endret seg siste året. I forbindelse med vårt internasjonaliseringsprosjekt anbefalte et styremedlem å kontakte et av deres internasjonale kontorer. Det viste seg å være svært verdifullt, og vi fikk viktig støtte i vår satsing. Vi har derfor blitt langt mer bevisste på å bruke Innovasjon Norge som en sparringspartner, og vi håper å bli enda flinkere til å ta kontakt fremover.»*  
– Vendanor

Mange av bedriftene påpeker at de internasjonale kontorene til Innovasjon Norge har vært til stor hjelp. Bedriftene innenfor energisektor har i større grad brukt Norwegian Energy Partner (NORWEP) sitt nettverk, men noen har også brukt Innovasjon Norge sine kontorer. Flere av bedriftene gir sterk positiv omtale av en enkeltperson eller et internasjonalt kontor som de opplever har strukket seg langt, for eksempel ved å gjøre «cold-calling», booke møter, og introdusert kontakter som senere har blitt kunder.

### Rådgivning og kompetanse

Å ha en rådgiver hos Innovasjon Norge som følger og ser potensialet i bedriften over tid, ble dratt frem som helt essensielt av bedriften med høyest omsetning blant de vi intervjuet. For denne bedriften tok det ti år før de fikk god inntjening.

En annen gründer oppfordrer Innovasjon Norge til å understreke betydningen av å beholde eierandeler og å ikke vanne ut aksjebøkene for mye med flere investorer tidlig. Kursserien «kapitalstrategi» på Innovasjon Norges Kompetansesenter ble lansert høsten 2024 og har som mål å svare på dette behovet, ved å hjelpe bedrifter med å planlegge og gjennomføre kapitalinnhenting.

Detaljvarebedriftene som driver med B2C-salg ønsker seg begge en møteplass eller diskusjonsgruppe for bedrifter som driver med eksport av varer, for å diskutere beste praksis.

For å spisse tjenestetilbudet vårt til bedrifter i vekst med internasjonalt potensial har vi lansert tjenesten «skaleringmentor». Tjenesten gir bedrifter tilskudd til å hente inn eksterne mentorer med skalerings- og kommersialiseringskompetanse.

### Finansieringsordninger

Alle bedriftene vi har intervjuet har fått flere finansielle tildelinger av Innovasjon Norge i form av både lån og tilskudd, som vist i Figur 4.1. I intervjuene har vi fått noen konkrete tilbakemeldinger på våre finansieringsordninger som presenteres her.

*«Innovasjon Norge er gode på tidligfasebiten av finansiering, men ikke så sterke på vekst og oppskaleringsbiten. Og kanskje har dere litt for liten forståelse av hvor mye arbeid det krever å selge og å modne kundene. (...) Det er en svakhet i Norge at man tror at man kan selge ved å reise til utlandet en gang i kvartalet. Man må ha folk på bakken.»* – Oliasoft

En bedrift som jobber innenfor agriteknologi etterlyser løsere oppstartstilskudd med lavere krav til egenkapital, og sier det er smertefullt å gi vekk 30 prosent av eierandel som gründer for 700.000 kroner. Samme bedrift påpeker at Innovasjon Norge har kan være litt løsere i matchingkrav for egenkapital opp til 15 millioner nok i bedriftsverdi. Et ønske om større grad av fleksibilitet i finansierte prosjekter med tanke på endringer underveis, eller hvilke arbeidsplaner som skal utføres når, ble tatt opp av den samme bedriften.

En industribedrift innenfor energisektoren ønsker fleksibilitet med hensyn til hvordan Innovasjon Norge vurderer årsregnskap og balansen i forbindelse med muligheter for lån. Den samme bedriften viser til strenge krav for behandlingen av en søknad om et risikolån i 2017. Bedriften kunne vise til 100 millioner kroner i omsetning, og opplevde det vanskelig å få et risikolån på 5 millioner kroner.

En programvarebedrift påpeker at Innovasjon Norge er gode på tidligfasefinansiering, men ikke sterke nok på vekst og skaleringsordninger. Da spesielt for programvarebedrifter og andre bedrifter som har høy grad av immaterielle rettigheter, og dermed ikke har verdier som kan pantsettes for større lån.

Den samme bedriften etterlyser et virkemiddel i form av et lån på 100 millioner kroner for denne typen bedrifter. Dette blir også fremhevet som en observasjon i Investinor sin rapport «Analyse av kapitaltilgang i det norske markedet for bedrifter i tidlig fase» fra 2023 (Investinor, 2023).

#### 4.5. Konklusjon

Nå som Innovasjon Norge iverksetter en ny strategi med mål om å skape flere høyvekstbedrifter, er det nødvendig å innhente og bli bevisst på innsikt fra målgruppen. Hovedfunnene fra intervjuene resonerer godt med tidligere erfaringer. Tilgang til kapital og å bygge organisasjonskultur i vekstfasen er kjente problemstillinger. Det samme gjelder utfordringer knyttet til eksport, som mangel på nettverk og langsiktig utvikling av merkevare og tillit hos kunder.

I oppstartsfasen har bedrifter gjerne mindre komplekse behov enn i vekstfasen, kapitalbehovet er mindre og det viktigste er å løse et problem for en kunde. Desto større bedriften er, jo flere dimensjoner må vurderes. Derfor blir det vanskeligere å utforme næringspolitikk for denne typen målgrupper.

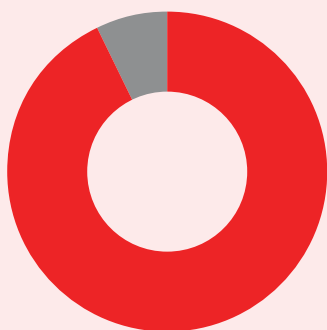
Intervjuresultatene viser at tidligfasefinansiering fra Innovasjon Norge har vært avgjørende for flere av bedriftene. Majoriteten av bedriftene står overfor lange og kapitalkrevende produktutviklings-, kommersialiserings- og skaleringsløp. Slike utviklingsløp innebærer stor risiko og behovet for risikoavlastning i form av kapital er stort.

Innovasjon Norge må reflektere over hva vi kan tilby høyvekstbedrifter. Å ha en rådgiver hos Innovasjon Norge som følger og ser potensialet i bedriften over tid ble utpekt som helt essensielt av bedriften med høyest omsetning blant intervjuobjektene. Innovasjon Norges kunderådgivere må sparre med kundene slik at bedriftene får best mulig rigg for å håndtere den veksten som eventuelt kommer.

Innovasjon Norges 28 internasjonale kontorer, fordelt på 24 markeder, er med sine nettverk døråpnere for norsk eksport. Flere av intervjubedriftene har påpekt stor nytteverdi av disse kontorene. Innovasjon Norge bør markedsføre disse tjenestene slik at norsk næringsliv blir bevisst på mulighetene ved de internasjonale kontorene.

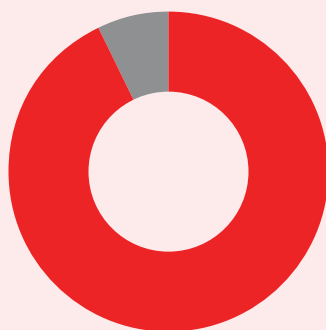
## Om bedriftene i intervjuutvalget

**Fortsatt vekstreisen i  
2024**



■ Ja ■ Nei

**Ambisjon om vekst  
fra starten**



■ Ja ■ Nei

**Antall bedrifter startet  
av seriegründer**



■ Ja ■ Nei

Utfordringen som flest bedrifter tar opp er tilgang på tilstrekkelig kapital i vekstfasen. Flere påpeker at det er vanskelig å hente store beløp i Norge, og at de må se til utlandet.

# 05

## Innovasjonspolitiske råd



## 5. Innovasjonspolitiske råd

I Innovasjon Norges nye strategi er det et mål om at flere bedrifter skal lykkes med å vokse internasjonalt. Rapporten viser at Innovasjon Norge har vært med på reisen til mange av bedriftene som har oppnådd høy vekst, og tilbakemeldingen fra bedriftene både i kundeundersøkelser og intervjuer er at Innovasjon Norges bidrag var avgjørende for mange.

Innovasjon Norge jobber kontinuerlig med å forbedre vårt tilbud til bedrifter. I 2025 har vi lansert et nytt kapitalstrategikurs som skal hjelpe unge bedrifter å sette opp aksjeboken slik at det er mulig å hente kapital i flere runder. Kurset er tilgjengelig på Innovasjon Norges kompetansesenter.<sup>16</sup>

Innovasjon Norge mener likevel at vi kan oppnå mer gjennom noen konkrete satsinger:

- Vi trenger en nasjonal akselerator for høyvekstbedrifter med stort potensial.
- Vi trenger at flere bedrifter vokser internasjonalt.
- Vi må skape mer forretning av forskning.
- Vi trenger at det offentlige tør å satse på nye og innovative bedrifter.

### 5.1. Nasjonal akselerator

Mange norske bedrifter vokser, men høyteknologiske bedrifter med kapitalkrevende utviklingsløp henger etter. De har problemer med å skaffe risikokapital i tidlig fase før de når kommersialisering. Det er mangel på kapital i det private markedet, og per i dag treffer ikke virkemidlene i virkemiddelapparatet denne målgruppen godt nok. Bedriftene har behov for offentlig risikoavlastning i form av tålmodig risikokapital.

Vi foreslår en satsing på norske bedrifter med banebrytende teknologi og høyt verdiskapingspotensial gjennom en nasjonal akselerator etter modell fra den europeiske akseleratoren i EIC. Akseleratoren skal styrke tilgangen til risikokapital i utviklingsfasen, tilby skreddersydde kompetanseprogram og mentorordning, samt styrke det norske økosystemet for høyvekstbedrifter.

Innovasjon Norge har i satsingsforslag for 2026 foreslått et økt budsjettbehov på 688,5 millioner kroner for å opprette en nasjonal akselerator.

### 5.2. Mer aktivt eksportarbeid

Norge er et lite marked, og for å lykkes med å vokse og skalere, må norske bedrifter søke internasjonalt. Innovasjon Norges kontorer i utlandet jobber tett sammen med utenriktjenesten og resten av Team Norway for å kunne gi norsk næringsliv nødvendig støtte. Å åpne dører og koble norske bedrifter til relevante aktører i markedet er blant Team Norways viktigste oppgaver. Relasjoner, nettverk og tillit bygges opp over tid og må vedlikeholdes for å ha verdi. Denne verdien er kun mulig å skape ved å ha folk til stede i markedet.

Bedriftene gir tilbakemelding om at en av de største utfordringene er å finne relevante samarbeidspartnere i utlandet. Mangel på strategiske nettverk gjør at potensielle eksportbedrifter ikke har informasjon om markedet, potensielle samarbeidspartnere og kunder. Det offentlige kan avhjelpe denne utfordringen ved å bygge strategiske nettverk i prioriterte markeder og introdusere relevante bedrifter til disse. Dette krever ressurser med kompetanse innen nettverksbygging og om aktuelle næringer. Flere rådgivere i strategisk viktige internasjonale markeder vil gjøre det mulig for Innovasjon Norge å arbeide mer proaktivt med å etablere og vedlikeholde nettverk med lokalt næringsliv, organisasjoner og myndigheter. Det vil bidra til å skape gunstige forretningsforbindelser for norske bedrifter og dermed gi dem bedre muligheter til å lykkes med internasjonale satsinger.

<sup>16</sup> [Kapitalstrategi 1 - Grunnkurs i kapitalstrategi - Innovasjon Norges kompetansesenter.](#)

Innovasjon Norge har i satsingsforslag for 2026 foreslått et økt budsjettbehov på 260 millioner kroner for å styrke arbeidet med næringsfremme.

### 5.3. Øke kommersialiseringsresultatene fra forskningen

Både OECD og Produktivitetskommisjonen peker på at Norge må styrke arbeidet med kommersialisering av forskning, og EU setter nå høyere krav til at forskningsinvesteringene skal gi resultater i markedet og for brukere. Vi må derfor bygge gode økosystemer og mekanismer for kunnskapsoverføring fra academia til næringslivet for å løfte ideer fra forskningen over i betalende markeder.

Å skape en innovasjons- og entreprenørskapskultur i academia er langsiktig arbeid. Kommersialisering av offentlig finansiert forskning er lange og krevende løp, og krever mye av både forskere og støtteapparat. Lykkes man med å etablere gode systemer og kultur for studentinnovasjon og studententreprenørskap, vil dette bidra til å styrke det overordnede fokuset på at investeringene i forskning og utdanning må tas i bruk.

#### Kommersialisering av forskning krever fleksible virkemidler

Alle universiteter og høyskoler tilbyr sine ansatte bistand med å bringe forskningsresultatene ut til markedet gjennom et kommersialiseringsløp. Disse enhetene hos universiteter og høyskoler kalles for et teknologioverføringskontor (TTO). Målet med en slik TTO-funksjon er å sikre en god forvaltning av samfunnets investerte midler i forskning. Kommersialiseringer som spinnes ut av TTO-ene, såkalte deep tech-selskaper, kjennetegnes av at det ofte er lange og kapitalkrevende prosesser. Dagens virkemidler tilgjengelig for denne fasen er ikke fleksible nok til å møte behovene disse selskapene har.

Forslag til tiltak knyttet til kommersialisering av forskning:

- Få spesielt kommersialiseringskompetanse inn i doktorgrad/postdok -løp, de fleste med slik utdanning blir ikke værende i academia.

### 5.4. Satsing på offentlig-privat samarbeid

Offentlig-privat samarbeid refererer til samarbeid mellom statlige og private virksomheter for å oppnå et felles mål. Dette kan ha mange former, inkludert partnerskap, kontrakter og joint ventures. I Norge finnes det flere eksempler på offentlig-privat samarbeid, blant annet ordningen Innovasjonskontrakter. Ordningen har som mål å stimulere til markedsrettet innovasjon og utvikling i norske små og mellomstore bedrifter gjennom samarbeid med en eller flere pilotkunder. Et annet eksempel er finansieringsordningen Innovasjonspartnerskap, som er rettet mot å løse komplekse samfunnsutfordringer på tvers av sektorer, siloer og styringsnivåer. Målet er å få fart på bruken av innovative offentlige anskaffelser som verktøy for systematisk innovasjon i offentlig sektor, samt markedsskapning og tettere samarbeid mellom innovative bedrifter og offentlig sektor.

Vi mener det er betydelig rom for at norske oppstartsbedrifter kan levere nye, innovative løsninger til offentlig sektor. Utfordringer som offentlig sektor ønsker å løse kan åpne opp store, nye og viktige markeder for norsk næringsliv. Norsk offentlig sektor har lite dialog med næringslivet og etterspør i liten grad innovasjon og nye måter å løse sine utfordringer på. Det offentlige anskaffer varer og tjenester for ca. 600 mrd. kroner hvert år<sup>17</sup>, som utgjør et betydelig markedspotensial for innovative bedrifter. Per i dag går en veldig liten andel av de 600. mrd. kronene til anskaffelse av innovasjon og oppstartsbedrifter. Vekstbedrifter og gründere opplever også at det er svært krevende å komme i posisjon for salg til offentlig sektor. Derfor ønsker vi å styrke ordninger som «innovasjonspartnerskap» for å bedre tilrettelegge for at oppstartsbedrifter kan posisjonere seg for salg til offentlig sektor.

<sup>16</sup> Statistisk sentralbyrå (2023) offentlig forvaltnings inntekter og utgifter.

# Figurliste

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figur 2.1 Antall høyvekstbedrifter når omsetning måles i løpende priser. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 13 |
| Figur 2.2 Antall høyvekstbedrifter når omsetning måles i faste priser. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 13 |
| Figur 2.3 Antall høyvekstbedrifter i varehandel og reparasjon av motorvogner når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                             | 15 |
| Figur 2.4 Antall høyvekstbedrifter i bygge- og anleggsvirksomhet når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                                         | 15 |
| Figur 2.5 Antall høyvekstbedrifter i faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                      | 15 |
| Figur 2.6 Antall høyvekstbedrifter i informasjon og kommunikasjon når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                                        | 16 |
| Figur 2.7 Antall høyvekstbedrifter i transport og lagring når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                                                | 16 |
| Figur 2.8 Antall høyvekstbedrifter i overnattings- og serveringsvirksomhet når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                               | 16 |
| Figur 2.9 Antall høyvekstbedrifter i industri når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                                                            | 17 |
| Figur 2.10 Antall høyvekstbedrifter i bergverksdrift og utvinning når omsetning er målt i hhv. løpende og faste priser. 2019-2023                                                                                                                                                                                                                                        | 17 |
| Figur 2.11 Høyvekstbedriftene fordelt etter antall ganger som høyvekstbedrift i perioden 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                       | 18 |
| Figur 2.12 Aksjeselskaper med mer enn ti millioner kroner i omsetning, etter gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning siste tre år. Omsetning målt i løpende priser. 2013-2023                                                                                                                                                                                            | 19 |
| Figur 2.13 Aksjeselskaper med mer enn ti millioner kroner i omsetning, etter gjennomsnittlig årlig vekst i omsetning siste tre år. Omsetning målt i faste priser. 2013-2023                                                                                                                                                                                              | 19 |
| Figur 2.14 Høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper, etter virksomhetenes alder. Andel. 2023                                                                                                                                                                                                                                                                           | 21 |
| Figur 2.15 Høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper, etter virksomhetenes størrelse (antall årsverk). Andel. 2023                                                                                                                                                                                                                                                      | 22 |
| Figur 2.16 Antall virksomheter med minst 20 prosent gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst når omsetning måles i løpende priser, med omsetning mellom 1 og 10 millioner kroner ved starten av perioden. 2013-2023                                                                                                                                                         | 22 |
| Figur 2.17 Næringsfordeling for høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) og aktive aksjeselskaper. 2023                                                                                                                                                                                                                                                       | 23 |
| Figur 2.18 Andel høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) per næring. 2019 og 2023                                                                                                                                                                                                                                                                            | 23 |
| Figur 2.19 Næringsfordeling for høyvekstbedrifter (omsetning målt i faste priser) og aktive aksjeselskaper. 2023                                                                                                                                                                                                                                                         | 24 |
| Figur 2.20 Andel høyvekstbedrifter (omsetning målt i faste priser) per næring. 2019 og 2023                                                                                                                                                                                                                                                                              | 25 |
| Figur 2.21 Fordeling av høyvekstbedrifter (omsetning målt i løpende priser) og aktive aksjeselskaper etter basis- og lokalnæringer. 2023                                                                                                                                                                                                                                 | 25 |
| Figur 2.22 Geografisk fordeling for høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper. 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 27 |
| Figur 2.23 Andel høyvekstbedrifter per fylke. 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 28 |
| Figur 2.24 Antall høyvekstbedrifter per fylke 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 29 |
| Figur 2.25 Andel virksomheter med utenlandsk eid morbedrift. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 30 |
| Figur 2.26 Andel høyvekstbedrifter som fortsatt er aktive angitt antall år etter høyvekstfasen. Årgangene 2013-2018                                                                                                                                                                                                                                                      | 31 |
| Figur 2.27 Høyvekstbedrifter med støtte fra Innovasjon Norge. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 32 |
| Figur 2.28 Høyvekstbedrifter med støtte fra Innovasjon Norge, etter når virksomheten mottok støtte for første gang (antall år før eller etter første år som høyvekstbedrift). Samlet for 2013-2023                                                                                                                                                                       | 32 |
| Figur 2.29 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i varehandel og reparasjon av motorvogner, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                        | 33 |
| Figur 2.30 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i bygge- og anleggsvirksomhet, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                                    | 34 |
| Figur 2.31 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                 | 34 |
| Figur 2.32 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i informasjon og kommunikasjon, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                                   | 34 |
| Figur 2.33 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i transport og lagring, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                                           | 35 |
| Figur 2.34 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i overnattings- og serveringsvirksomhet, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                          | 35 |
| Figur 2.35 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i industri, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                                                       | 35 |
| Figur 2.36 Omsetning i høyvekstbedrifter og aktive aksjeselskaper i bergverksdrift og utvinning, milliarder kroner (v. akse) og høyvekstbedriftenes markedsandel (h. akse). 2013-2023                                                                                                                                                                                    | 36 |
| Figur 2.37 Høyvekstbedriftenes andel av samlet antall årsverk, verdiskaping og antall aksjeselskaper. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                          | 36 |
| Figur 2.38 Produktivitet (verdiskaping per årsverk). Tusen kroner. 2013-2023                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 37 |
| Figur 2.39 Faser i en bedrifts livssyklus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 38 |
| Figur 3.1 Antall høyvekstbedrifter og gasellebedrifter (i 2023) og børsnoteringer (mellom 2020-2024) og enhjørninger/potensielle enhjørninger (i 2022) og Innovasjon Norges bidrag til bedriftenes vekstreise. For høyvekstbedrifters og gasellers del, har bidraget skjedd mellom 2015 og 2022, for de børsnoterte fra 2011-2024, og for enhjørninger mellom 2015-2021. | 42 |
| Figur 3.2 Antall tidligere kunder blant høyvekstbedrifter (per 2023), fordelt på leveransetype. (N=5 380). *Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.                                                                                                                                                                                             | 44 |
| Figur 3.3 Antall tildelinger per år til bedrifter som ble definert som høyvekstbedrift i 2023.                                                                                                                                                                                                                                                                           | 45 |
| Figur 3.4 Antall bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023 som har fått tilskudd eller lån fra Innovasjon Norge i årene 2015-2022 per fylke.                                                                                                                                                                                                                              | 46 |
| Figur 3.5 Antall leveranser av rådgivnings- og kompetansetjenester til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023.                                                                                                                                                                                                                                                         | 47 |
| Figur 3.6 Antall finansielle tildelinger fra januar 2023-mars 2025 til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023.                                                                                                                                                                                                                                                         | 50 |
| Figur 3.7 Andel tidligere kunder blant børsnoterte bedrifter (mellom 2020-2024), fordelt på leveransetype. (N=154). *Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.                                                                                                                                                                                    | 50 |
| Figur 3.8 Børsnoterte bedrifter i årene 2020-2024. (N=154).                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 52 |
| Figur 3.9 Andel tidligere kunder blant gasellene (i 2023), fordelt på leveransetype. (N=3 236). *Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.                                                                                                                                                                                                        | 53 |
| Figur 3.10 Antall finansielle tildelinger fra Innovasjon Norge til bedriftene som ble utpekt som gasellebedrifter i 2023,                                                                                                                                                                                                                                                | 54 |
| Figur 3.11 Tidligere kunder blant «enhjørningene» i 2022, fordelt på leveransetype i årene 2015-2021. (N=20). Rådgivningstjenester inkluderer sparring og kompetansetjenester.                                                                                                                                                                                           | 55 |
| Figur 4.1 Antall finansielle tildelinger og rådgivningstjenester blant de 15 intervjuobjektene, per virkemiddelkategori/leveransetype, i perioden 2015-2024, Innovasjon Norge.                                                                                                                                                                                           | 61 |

# Tabelliste

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabell 3.1 Antall finansielle tildelinger i perioden 2015-2022 til bedrifter som var høyvekstbedrift i 2023, per virkemiddelkategori . . . . . | 42 |
| Tabell 3.2 Antall finansielle tildelinger til børsnoterte bedrifter, per virkemiddelkategori . . . . .                                         | 49 |
| Tabell 3.3 Antall finansielle tildelinger til gasellebedrifter, per virkemiddelkategori . . . . .                                              | 51 |

# Referanser

- Aiginger, K., & Rodrik, D. (2020). Rebirth of industrial policy and an agenda for the twenty-first century. *Journal of industry, competition and trade*, 20, 189-207.
- Arrighetti, A., & Lasagni, A. (2013). Assessing the determinants of high-growth manufacturing firms in Italy. *International Journal of the Economics of Business*, 20(2), 245-267.
- Birch, D. G. (1987). Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Cappelen, Å., Fjærli, E., Iancu, D. C., & Raknerud, A. (2015). Effect on firm performance of support from Innovation Norway.
- Coad, A. (2010). Exploring the processes of firm growth: evidence from a vector auto-regression. *Industrial and Corporate Change*, 19(6), 1677-1703.
- Coad, A., Daunfeldt, S. O., Hözl, W., Johansson, D., & Nightingale, P. (2014). High-growth firms: introduction to the special section. *Industrial and corporate change*, 23(1), 91-112.
- Danmarks Eksport- og Investeringsfond (EIFO). (2024). From startup to scaleup. Hentet fra: [eifo.dk/viden/videnshub/analyse-fra-startup-til-scaleup/](https://eifo.dk/viden/videnshub/analyse-fra-startup-til-scaleup/)
- Du, J., & Temouri, Y. (2015). High-growth firms and productivity: evidence from the United Kingdom. *Small business economics*, 44, 123-143.
- Finansdepartementet. (2024, 20 juni). OECD om Norge: Høyere økonomisk aktivitet og lavere prisvekst. Hentet fra: [www.regjeringen.no/no/aktuelt/oecd-om-norge-hoyere-okonomisk-aktivitet-og-utfordringer-i-finanspolitikken/id3046103/](https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/oecd-om-norge-hoyere-okonomisk-aktivitet-og-utfordringer-i-finanspolitikken/id3046103/)
- Geurts, K., & Van Biesebroeck, J. (2016). Firm creation and post-entry dynamics of de novo entrants. *International Journal of Industrial Organization*, 49, 59-104
- Greenwald, B., & Stiglitz, J. E. (2013). Industrial policies, the creation of a learning society, and economic development. In *The industrial policy revolution I: The role of government beyond ideology* (pp. 43-71). London: Palgrave Macmillan UK.
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2009). Who creates jobs? Small vs. large vs. young. *NBER working paper*, 16300, 02138.
- Investinor. (2023). Analyse av kapitalgap i det norske markedet for bedrifter i tidlig fase.
- Iris Group/Nordic Innovation. (2019). Nordic scalars. *A study of drivers of growth and barriers to scaling of Nordic companies*. Hentet her: [www.nordicinnovation.org/2019/nordic-scalars-study-drivers-growth-and-barriers-scaling-nordic-companies](https://www.nordicinnovation.org/2019/nordic-scalars-study-drivers-growth-and-barriers-scaling-nordic-companies)
- Lafontaine, F., & Shaw, K. (2016). Serial entrepreneurship: Learning by doing? *Journal of Labor Economics*, 34(S2), s. 217-S254.
- Lotti, F., & Santarelli, E. (2001). Is firm growth proportional? An appraisal of firm size distribution. *Economics Bulletin*, 12(6), 1-7.
- Meld. St. 6 (2024-2025). Grunderne og oppstartsbedrifter. Nærings- og fiskeridepartementet. Hentet fra: [www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-6-20242025/id3068703/](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-6-20242025/id3068703/)
- Meld. St. 31 (2023-2024)). Perspektivmeldingen 2024. Finansdepartementet. Hentet fra: [www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-31-20232024/id3049290/](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-31-20232024/id3049290/)
- Menon. (2024). *Status for gründerskap i Norge. En analyse av utviklingen i gründerskap de siste 15 årene*.
- Menon-publikasjon nr. 22/2024. Menon. (2028). *Vekstvilkår for norske scale-ups*. Menon-rapport n2. 58/2018.
- Michelacci, C., & Silva, O. (2007). Why so many local entrepreneurs?. *The Review of Economics and Statistics*, 89(4), 615-633.
- Motoyama, Y., & Desai, S. (2022). Stickiness of entrepreneurs: An exploratory study of migration in two mid-sized US cities. *Small Business Economics*, 58(4), 2139-2155.
- Moretti, E. (2010). Local multipliers. *American Economic Review*, 100(2), 373-377.
- Moretti, E., & Thulin, P. (2013). Local multipliers and human capital in the United States and Sweden. *Industrial and Corporate Change*, 22(1), 339-362.
- Moschella, D., Tamagni, F., & Yu, X. (2019). Persistent high-growth firms in China's manufacturing. *Small Business Economics*, 52, 573-594.
- Neumark, D., Wall, B., & Zhang, J. (2011). Do small businesses create more jobs? New evidence for the United States from the National Establishment Time Series. *The Review of Economics and Statistics*, 93(1), 16-29.
- Nordic Innovation. (2023). Nordic Scaleup Landscape 2022. Hentet her: [www.nordicinnovation.org/2023/nordic-scaleup-landscape-2022](https://www.nordicinnovation.org/2023/nordic-scaleup-landscape-2022)
- Nordic Innovation. «Scale-ups in the Nordics. Statistical Portrait 2008-2016.» 2019.
- Nordic Innovation. (2018). Scale-ups in the Nordics – Statistical Portrait 2008-2016. Hentet fra: <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-5510>
- NOU 2018: 5. *Kapital i omstillingens tid – Næringslivets tilgang på kapital*. Nærings- og fiskeridepartementet. Hentet fra: [www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2018-5/id2590735/](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2018-5/id2590735/)
- Statistisk sentralbyrå (2023) offentlig forvaltnings inntekter og utgifter. <https://www.ssb.no/statbank/table/10807/>
- OECD. (2023). *Grow and go? Retaining scale-ups in the Nordic countries*.
- OECD. (2021). *Understanding Firm Growth. Helping SMEs scale up*. Paris: OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship.
- OECD. (2021). *OECD Productivity Statistics 2020*, OECD Publishing, Paris.
- Oslo Economics. (2024). «Oppsummering av metodiske endringer gjennomført på Innovasjon Norges MRS-system I 2024». Metodenotat.
- Picken, J. C. (2017). From startup to scalable enterprise: Laying the foundation. *Business Horizons*, 60(5), 587-595.
- Prop. 1 S (2024-2025). *For budsjettåret 2025*. Nærings- og fiskeridepartementet.
- Ulltveit-Moe, Karen Helene. (2023, 20 april). Mål om mer eksport gir ikke grønn omstilling. *Dagens Næringsliv*. Hentet fra: <https://www.dn.no/fredagskronikken/okonomi/politikk/naringspolitikk/mal-om-mer-eksport-gir-ikke-gronn-omstilling/2-1436341>.

# Høyvekstbedrifter i Norge

