

**Startups på
försvarsmarknaden:
Erfarenheter från
femtio startups
åren 2022-2024**



SOFF

Bakgrund

Traditionellt har andelen nystartade företag med fokus på försvarsmarknaden varit relativt begränsade. De flesta nya företag som etablerat sig på marknaden i Sverige har diversifierat från civila kommersiella produkter eller etablerats utifrån relationer med utländska företag. Sedan Rysslands storskaliga invasion av Ukraina 2022 har andelen nya företag som etablerat sig i Sverige ökat betydligt.

Ett skäl är marknadens tillväxt. Omsättningen totalt på försvarsmarknaden i Sverige ökade 2023 med 24% (från föregående år) till över 64 miljarder kronor. Ett annat skäl är att flera innovatörer och entreprenörer vill bidra till försvaret av våra samhällen och av våra värderingar. Ett tredje skäl är att det idag finns mycket riskvilligt kapital för marknaden.

Under sommaren 2024 har SOFF tittat på femtiotvå nyetablerade företag som försöker navigera marknaden och intervjuat dessa om bakgrund, utmaningar och verksamheten. Denna promemoria sammanfattar slutsatserna.



SOFF
Säkerhets- och
försvarsföretagen

Försvarsmarknaden - den nyetablerades favorit?

Uppstartsbolag, entreprenör, innovatör, defence tech, mikroföretag eller bara ett nytt företag? Företag finns i många olika former och storlekar. För syftet med vår undersökning har vi inte lagt fokus på etiketten, utan det vi önskat förstå är hur **ett nyetablerat företag** - utan kopplingar till befintliga företag eller koncerner - klarar att etablera sig på försvarsmarknaden.

Vi kontaktade 64 företag. 52 av dessa fick vi kontakt med och - på olika sätt valde de att svara på våra frågor. Vissa via mail, andra via digitala samtal och några vid fysiska möten. Sju av de 52 har lagt företagen eller verksamheten "på is". Inget företag av dessa är avvecklat, men verksamheten har avstannat. Flera av de vi inte fick kontakt med hade dock ogiltiga e-post eller omöjliga att hitta bolagsinformation om, varför sannolikt en del av dessa kan ha avvecklat verksamheten.

Bakgrunden varierade men 25 av grundarna till företagen var eller hade nyligen varit **anställd på försvarsföretag** och 10 hade bakgrund på försvarsmyndighet (främst Försvarsmakten, FOI eller FMV). Minst sex, men sannolikt fler, hade utländsk härkomst och då främst från allierade länder.



Vilka produkt- och användningsområden attraherar?

De 52 företagen representerade en stor bredd av olika kompetenser och verksamheter. Fyra företag ville inte berätta om vilka idéer eller produkter de arbetade med.

Överlag - vilket är naturligt - var de flesta företag återhållsamma kring sina produkter och lösningar.

Majoriteten (+15) av företagen som beskrev sitt erbjudande hade en produkt som relaterade till **mjukvara**, bl.a. för VR/AR, analys av stora mängder data, AI, appar, kryptering. Ett tiotalet var mer **materiel** specifika försvarsprodukter, såsom sikten och kikare, personlig utrustning, handeldvapen.

Användningsområdena utgjorde en stor bredd. Över tjugo relaterade till **drönare** och/eller obemannade system. Ett tiotalet kan relateras till att förbättra befintliga **soldatsystem**, ofta med ökad digitalisering. Nästan lika många till **fordon** och logistik. Mindre än fem var relaterade till **ammunition**.



Det visade sig vanligt att de nyetablerade företagen utgick från en idé eller ett koncept de identifierat men byggde också ofta sina produkter på en befintlig civil teknik eller produkt - eller att de hade en befintlig produkt från exempelvis utländsk leverantör - som de såg möjlighet att integrera eller anpassa.



SOFF

Säkerhets- och
försvarsföretagen

Vilka utmaningar är vanligast?

Tre utmaningar återkom i princip samtliga företag till:

Det största - och vanligast omnämnda - var svårigheterna **att nå fram**. Att få till en dialog med en intressent för att få presentera sina idéer - och för att bättre förstå de s.k. militära problemen. Få företag - trots att många hade en bakgrund och kontaktnät i branschen - lyckades komma i dialog med representanter för Försvarmakten och FMV. Nästan lika svårt var det att nå fram till de etablerade, större försvarsföretagen.

Den andra utmaningen var **tidsperspektivet**. De flesta företagen byggde på egen insats, dvs grundaren arbetade med sin idé - ibland som sidoverksamhet - men det var tröga och långa processer.

Det tredje som bekymrade många företag var **regelverken**. De sökte kunskap och stöd för att förstå om deras verksamhet behövde tillstånd, exempelvis hos ISP. Vissa som engagerat sig i processen om tillstånd fann sig i moment 22, dvs de behövde säkerhetsskyddsavtal för att få tillgång till Nato-standarder eller för att få tillgång till "de militära problemen" och behövde en affär med FMV för att få till ett säkerhetsskyddsavtal.



SOFF
Säkerhets- och
försvarsföretagen

Eller så undrade de över hur de skulle få ett tillverkningstillstånd om ingen kund ännu efterfrågat deras produkt - och hur de skulle kunna ta fram och visa en demo/produkt utan tillstånd. De hade även svårt att bedöma innebörden av exempelvis lagen om försvarsuppfinningar och tillämpningen av upphandlingsregelverken.

Det fanns även flera tankar kring samverkan med etablerade försvarsföretag. Många av företagen sökte kontakt med etablerade försvarsföretag för att finna samarbeten och ta del av de etablerade försvarsföretagens marknadskunskap, förståelse om relevanta regelverk och kundrelationer. Det nämndes fördelar såsom att få tillgång till en bredare marknad och skapa större förtroende för företaget. Flera menade att det är omöjligt för ett litet företag, med begränsad tid, att effektivt skaffa detta på egen hand.

Samtidigt lyftes osäkerheter, såsom om det etablerade företaget inte skulle prioritera samarbetet ("gömma det"), risken att det etablerade "tar över" dialogen med slutkunden samt risken att ett samarbete skulle påverka inriktningen av affärs- och produktutvecklingen i en för det nyetablerade företaget oönskad riktning. Denna osäkerhet gällde samverkan med såväl små som stora etablerade försvarsföretag.



SOFF
Säkerhets- och
försvarsföretagen

Vad händer nu?

Attraktiviteten för nya företag är ett prioriterat mål för SOFF som redan idag har över 120 mindre företag och många nyetablerade (av totalt 250 medlemsföretag). Vi kommer fortsatt att kontinuerligt komplettera vår insamlade data, fortsatt bevaka förutsättningarna och eventuellt också försöka förstå drivkrafterna bakom etableringen bättre.

SOFF kommer att:

Utveckla stödverksamheten till nyetablerade företag, bl.a. kunskapsbyggande seminarium med myndigheter och partners om regelverk och om de militära problemen.

Bredda våra mötesplatser, bl.a. arrangera fler mötesplatser mellan nyetablerade mindre företag och befintliga - stora och små - försvarsföretag.

Erbjuda mer matchmaking bl.a. med studier och utlysningar inom EU och Nato, och, med hjälp av våra systerföreningar, även företag i andra länder.



SOFF
Säkerhets- och
försvarsföretagen