


Hvordan øger vi antallet af kvindelige iværksættere?

Evidensbaserede anbefalinger
Fonden for Entreprenørskab
af: Kåre Moberg, forskningsleder





Formålet med dette notat er at sikre, at beslutningstagere opnår et fagligt beslutningsgrundlag i deres ønske om at sikre flere kvindelige iværksættere. Notatet bygger på en gennemgang af international forskning inden for temaet om kvindelige iværksættere. Dertil har Fonden for Entreprenørskab formuleret eksempler på politiske anbefalinger, der bygger på forskning og viden.

Ledelsesresumé

I Danmark er der en stigende ubalance mellem virksomheder, der etableres af henholdsvis mænd og kvinder. Mens det i 2012 var 28% af alle nyoprettede virksomheder, der blev stiftet af en kvinde, var det i 2018 kun 26% (Iværksætterindblikket FFE, 2020). Forskning viser dog, at der i samfund med institutioner, der fokuserer på at skabe balance mellem arbejde og familie, f.eks. med offentligt støttet børnepasning og barselsorlov med løn, er flere kvinder indenfor vækstorienteret iværksætteri (Thébaud, 2015). Der ser således ikke ud til at være nogen åbenlys konflikt mellem at skabe lige vilkår mellem kønnene på arbejdsmarkedet og kvindelige iværksættere. Hvorfor er der så ulighed i Danmark, og hvordan kan vi understøtte en bedre balance mellem kvindelige og mandlige iværksættere?

Ligeledes findes der flere rapporter, der indikerer, at virksomheder med kvinder i ledelsesteams kan lede til bedre resultater; sammenlignet med mænd, præsterer virksomheder med kvindelige founders, der støttes med risikovillig kapital, ofte bedre (Skonieczna & Castellano, 2020). Der er således mange gode samfundsmæssige årsager til at understøtte, at flere kvinder bliver entreprenører, fjerne barriererne for kvindeligt entreprenørskab og dermed åbne op for det uudnyttede potentiale, der ligger her (Berger & Kuckertz, 2016; Van der Zwan et al., 2012). Dette gøres mest effektivt ved at anvende en bred og holistisk tilgang til at tackle de barrierer, som kvinder oplever (Kossek et al., 2017).

Dette notat identificerer fem områder som særlig vigtige fokusområder, hvis der skal rettes op på den skæve kønsbalance: 1) Kvindelige rollemodeller, 2) Adgang til finansiering, 3) Adgang til netværk, 4) Kommunikation og 5) Uddannelse.



1) Kvindelige rollemodeller

En væsentlig forklaring på kønsforskellen inden for iværksætteri er forskelle i de oplevede entreprenørielle kompetencer og i den entreprenørielle selvopfattelse (Eble & Hu, 2019; Koellinger et al., 2013; Thébaud, 2010). Her vurderer kvinder generelt sig selv lavere end mænd. Den forskel kunne mindskes markant, hvis kvinder oplevede flere succesfulde kvindelige iværksættere (Ahl, 2006; Bechthold & Huber, 2018; Bell et al., 2017; Gupta et al., 2014; Laviolette et al., 2012). Eksposering for kvindelige iværksættere kan faktisk reducere kvinders stereotype selvopfattelse og afmystificere processen med at blive og være iværksætter (Beaman et al., 2012; Eble & Hu, 2019; Kofoed & McGovney, 2019; Pryor et al., 2016).

Et populært politisk initiativ er at identificere succesfulde kvindelige iværksættere og rollemodeller og tilbyde dem eksposering på særlige online platforme, samt at få organisationer og uddannelsesinstitutioner til at samarbejde proaktivt om at inkludere kvindelige entreprenørielle rollemodeller i deres uddannelsesforløb (Skonieczna & Castellano, 2020).

Trainee-forløb, hvor kvinder matches med kvindelige entreprenører i mandsdominerede sektorer, kan ligeledes være en effektiv måde at øge antallet af kvindelige iværksættere på. Ifølge forskere ved Copenhagen Business School (Rocha & Van Praag, 2019) øges kvinders tilbøjelighed til at beskæftige sig med iværksætteraktiviteter betydeligt, især opstart af virksomhed med ansatte, når de har arbejdet sammen med en kvindelig iværksætter. F.eks. gav det 30 % øget sandsynlighed for, at kvinder ville engagere sig i iværksætteraktiviteter, og hele 89 % øget sandsynlighed for, at de ville starte en virksomhed med ansatte, når de havde været igennem et samarbejde. At have en selvstændigt erhvervsdrivende mor har været anset som en af de stærkeste indikatorer for kvinders entreprenørskab (Greene et al., 2013; Hoffman et al., 2014; Lindquist et al., 2015). Sammenlignet med dette har det dog en dobbelt så stor effekt at arbejde for en kvindelig iværksætter. Effekten var særlig stærk, når virksomheden var inden for et mandsdomineret område, og når der var ligheder mellem den ansatte og iværksætteren, f.eks. med hensyn til alder og uddannelsesmæssig baggrund. Kvinder, som ikke tidligere havde været eksponeret for entreprenørskab, oplevede den største påvirkning.



Det vil således give størst effekt at målrette en indsats mod kvinder, som ikke tidligere har været eksponeret for entreprenørskab og at matche dem med kvindelige iværksættere, der har samme uddannelsesmæssige baggrund, og som er aktive på mandsdominerede områder (fx STEM).

Eksempler på politiske anbefalinger:

Rollemodellskampagner som viser kvindelige iværksættere.

Oprette traineeprogrammer hvor kvinder matches med kvindelige iværksættere, som er aktive inden for mandsdominerede sektorer.

Public service medieplatforme kunne vise flere kvindelige rollemodeller.

Skabe en online platform, som tilbyder kvindelige iværksættere eksponering.

Ligelig kønsfordeling ved iværksætterkonkurrencer og lign. som giver feedback til unge iværksættere.

Politisk italesættelse af behovet for flere kvindelige iværksættere.

2) Adgang til finansiering

En effektiv måde at øge kvinders adgang til finansiering er ved at fokusere på at igangsætte politiske tiltag omkring ligestilling mellem kønnene i finansielle virksomheder og at hjælpe denne proces på vej ved at oprette forløb, som uddanner kvinder til at investere i virksomheder i det tidlige stadie (Skonieczna & Castellano, 2020). Det er tre gange så sandsynligt, at kvindelige investorer vil investere i virksomheder ledet af kvinder (Diana project, 2014), og kvinder fokuserer betydeligt mere på virksomheder, der er fællesskabsorienterede (Chen & Harrison, 2019).



Det er altafgørende for investorer, at en iværksætter er orienteret mod vækst, og det største vækstpotentiale findes typisk i mandsdominerede sektorer (Guzman & Kacperczyk, 2019). Kvindelige opstartsvirksomheder i mandsdominerede sektorer ville have stor gavn af at få yderligere hjælp af virksomhedskonsulenter til at sikre vækst. Det er nemlig påvist, at når kvinder får hjælp fra en udenforstående, søger de i højere grad finansiering til deres virksomhed (Kwapisz & Hechavarran, 2017).

Eksempler på politiske anbefalinger:

Udvikle et forløb til kvindelige investorer.

Oprette et erhvervsmentorprogram specifikt til kvindelige iværksættere.

Statens programmer for finansielle ydelser til startups bør overveje deres kønsfordeling.

3) Kommunikation

For at få flere kvinder til at engagere sig i iværksætteraktiviteter er det vigtigt, at aktører inden for iværksætterøkosystemet undgår en kommunikationsstil, der har et bias, dvs. er overvældende orienteret mod mænd. Iværksætteri er en mandsdomineret aktivitet, og det er almindeligt at henvise til succeshistorier fra den mandsdominerede sektor i f.eks. Silicon Valley både i præsentationer og på websteder for organisationer, der støtter iværksætteri (Bruni et al., 2004; Hamilton, 2014). Men selv om det kan være nemt at identificere nogle nøgleord og sætninger i kommunikationen fra organisationer inden for iværksætterverdenen, er andre ord og udtryk mere subtile, (Gaucher et al., 2011). De kræver specialiseret software at opfange (Snyder, 2016). Et første skridt kunne være at fokusere på nøgleord og sammenhænge, der har mandlig bias, og at sørge for en ligelig repræsentation af iværksættternarrativer fra henholdsvis kvinder og mænd.



Da iværksætteri er forbundet med en mandlig stereotyp, er det også vigtigt at fokusere på aktiviteten snarere end på personen, der udfører aktiviteten, altså iværksætteren. Derved undgår man, at piger og kvinder kommer til at fokusere på en mandlig stereotyp, de ikke kan identificere sig med (Rhodes et al., 2019).

Eksempler på politiske anbefalinger:

Udvikle en kønsneutral sprogguide til organisationer i Danmarks iværksætterøkosystem.

Særlig pulje som iværksætterøkosystemet kan søge ind på for at få tilrettet deres sprogbrug.

Sikre at den politiske italesættelse af iværksætteri også ræsonnerer hos kvinder.

4) Netværk

Da entreprenørskab er en mandsdomineret aktivitet, giver det mening, at kvindelige iværksættere opretter eksklusive netværk for kvinder til at udveksle erfaringer og støtte og bistå hinanden (Greenberg & Mollick, 2017; Mehra et al., 1998). Imidlertid har kvinder typisk færre netværk og mindre varierede netværk.

Dermed er det altafgørende for dem at have adgang til netværksformidlere og andre væsentlige kontakter til "in-gruppen" (den gruppe, de orienterer sig imod), som i dette tilfælde overvejende udgøres af mænd (Aldrich, 1989; McDonald, 2011). Netværksevents i forskellige former er almindelig praksis på iværksætterområdet, men det kan være en udfordring at navigere i iværksætterøkosystemet (Cunningham et al., 2019). Det er derfor afgørende at reducere kvinders barrierer i forhold til at skabe kontakter (Burt, 1998; Trauth et al., 2009). Styrkede netværksaktiviteter er hyppigt en del af de initiativer, der fokuserer på at øge kvinders iværksætteri. Netværksaktiviteter er dog typisk blot ét element i en mere holistisk tilgang; den holistiske tilgang fokuserer også på spredning af information, mentorordninger, uddannelse og oplæring samt adgang til finansiering (Skonieczna & Castellano, 2020).



Online platforme, som f.eks. den europæiske portal for kvinders iværksætteri (<https://wagate.eu/>), kan være et effektivt værktøj for kvinder til at navigere i iværksætterøkosystemet. Vi må dog ikke undervurdere effekten af tiltag, der kan gennemføres med små midler, som f.eks. det at præsentere deltagere for hinanden før events (Bapna & Funk, under udgivelse).

Eksempler på politiske anbefalinger:

Udvikle en guide til netværks-events i det danske iværksætterøkosystem.

Særlige støttemidler til netværksaktiviteter og indsatser, der appellerer til kvinder.

Iværksætterøkosystem bør overveje at etablere sub-netværk for kvinder.

5) Uddannelse

Effektanalyser af uddannelse har påvist, at en effektiv måde at øge kvindeligt iværksætteri på er at søge at forankre entreprenørskabsuddannelse på alle niveauer af uddannelsessystemet (Moberg et al., 2018; Lyons & Zhang, 2017, 2018; Wilson et al., 2007). Jo flere gange de unge bliver eksponeret dets højere effekt – særligt for unge piger/kvinder. Eksponering for kvindelige rollemodeller er imidlertid det, der har den største indflydelse på kvindelige studerende (Bechthold & Huber, 2018). Med et øget fokus på entreprenørskab i uddannelserne kan man allerede nu se, at der er flere unge kvinder, som ønsker at blive iværksættere (Iværksætterindblikket FFE 2020).

Det er også vigtigt at have alternativer til de konkurrencefokuserede entreprenørskabsforløb (Brentnall et al., 2017; Jones & Iredale, 2010), da piger og kvinder er mere tøvende i forhold til at engagere sig frivilligt i konkurrenceaktiviteter (Niederle & Vesterlund, 2011; Pekkari-nen, 2015).

Kvinder er særligt modvillige over for at skulle konkurrere mod mænd (Shurchkov, 2011; Gneezy & Rustichini, 2004), og derfor anbefales det, at entreprenørskabsundervisere underviser blandede hold



i entreprenørskabskonkurrencer (Moberg, 2020), hvilket også kan forventes at have en positiv indflydelse på præstationen, netop fordi dette er en af effekterne af diversitet (Hong & Page, 2004, Page, 2006, 2017).

Det kan også forventes at fremme kvinders interesse for iværksætteri, at man understreger, hvor vigtig uddannelse er i forhold til at skabe vækstvirksomheder (Bosma et al., 2012; Guzman & Kacperczyk, 2019). Man kan signalere vigtigheden af uddannelse ved at sørge for at forankre entreprenørskabsuddannelse i længerevarende videregående uddannelser og uddannelsesforløb. I en analyse af dimittender fra de danske universiteter for årene 2001-2011 viste Barslund-Fosse (2014), at kvinders entreprenørskab særligt øgedes blandt dimittender fra kandidatuddannelser. I 2001 blev 37% af virksomhederne således etableret af kvinder, i 2011 var tallet 49%. Dette viser, at der er flere kvindelige entreprenører blandt højtuddannede (Thébaud, 2015).

Entreprenørskab kan også forventes at tiltrække flere kvinder, hvis der kommer øget fokus på at udvikle en bredere palet af uddannelses tilbud som f.eks. sociale og bæredygtige entreprenørskabsforløb (Conway et al., 2018; Hockerts, 2006; Klein et al., 2010; Rodríguez-García et al., 2019), og intraprenørskabsforløb (Afanasjeva et al., 2019; Covin & Lumpkin, 2011; Lackeus et al., 2020), idet disse vil være mere tilpasset kvinders foretrukne former for iværksætteri (Chen & Harrison, 2019).

Eksempler på politiske anbefalinger:

Forankre og gøre uddannelse i entreprenørskab obligatorisk fra grundskole til de længere videregående uddannelser og ph.d.-forløb.

Sikre at alle undervisere ved danske uddannelsesinstitutioner er uddannet eller efter/videreuddannet inden for entreprenørskab og iværksætteri.

Udvikle entreprenørskabsforløb, der ikke alene er udformet som konkurrencer, men som også er en del af ordinær dannelse og uddannelse.

Have et strategisk fokus på at fremme diversitet på uddannelsesinstitutionerne blandt underviserne.

Særlige puljer til at øge fokus på intraprenørskab og socialt, offentligt og bæredygtigt entreprenørskab.



Resumé

Selvom konkrete politiske initiativer inden for forskellige områder let kan identificeres, ligger vanskelighederne i at vurdere, hvordan synergier mellem de forskellige initiativer kan sikres mest effektivt (Kossek et al., 2017). Kvindelige rollemodeller er vigtige på mange forskellige områder (Bosma et al., 2012), og uddannelse (Moberg, 2020) og kommunikation (Rhodes et al., 2019) er vigtige bestanddele i næsten alle politiske initiativer, som er målrettet kvindeligt iværksætteri. Stereotyper under forandring, som kommer til at påvirke både netværk og kvinders adgang til finansiering (Joseph et al., 2015; Younkin & Kuppaswamy, 2017), vil kræve ændringer i måden, vi kommunikerer på, og hvordan vi uddanner, og kvindelige rollemodeller kan være stærke eksempler på, hvordan man som kvindelig entreprenør overvinder barrierer i en mandsdomineret sektor (Rocha & Van Praag, 2019). En effektiv strategi til at fremme entreprenørskab blandt kvinder skal således antage en holistisk tilgang til problemet og sigte mod at sætte ind på flere forskellige områder, hvor kønsdiskrimination finder sted (Kossek et al., 2017). Vores uddannelsessystem er en vigtig nøgle til at sikre at flere unge piger og kvinder vælger at blive iværksættere. Dette notat er et bidrag til den politiske beslutningsproces med konkrete bud på, hvordan en sådan strategi kan designes og identifikation af effektfulde politiske initiativer på fem væsentlige indsatsområder.

