



AT SÆTTE I VÆRK ELLER SÆTTE I VÆKST?

Et praksisnært studie af kvindelige iværksættere
og støtteprogrammet InnoFounder

CBS



COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL
HANDELSHØJSKOLEN

InnoFounder
Innovation Fund Denmark

Speciale på kandidaten cand.merc.(psyk.)

Ida Bjerring Mehl (67797)

Signe Jensen (23365)

Afleveringsdato: 1. august 2018

Vejleder: Thomas Burø

Antal anslag: 272.983/120 ns

Abstract

“Entrepreneurship – with or without growth?” Innovation Fund Denmark supports entrepreneurship throughout Denmark via their support programme, InnoFounder. However, InnoFounder is challenged by the relative distribution of male and female applicants with currently less than one third of their applicants being female. This is problematized in accordance with the belief that women hold an entrepreneurial potential that can foster new and better innovation. This master thesis investigates how former and potential female InnoFounder applicants understand their entrepreneurial reality. In addition, how this interacts with how InnoFounder understands and practices entrepreneurship. A review of existing literature in the field has revealed a lack of research into how entrepreneurship is put into practice. Furthermore how women should be understood, not by comparing them to their male counterparts. Therefore the aim of this master thesis is to understand women as a heterogeneous group of individuals in the context of an entrepreneurial practice.

The thesis is conducted using a qualitative methodology. To do so we have collected data via the methods ‘deep hanging out’ as well as fifteen qualitative interviews with twelve women and three representatives from InnoFounder. The data has called upon the eclectic inclusion of a number of theories. On an individual level Richard M. Ryan and Edward L. Deci (2000) theory on motivation and Michala Schnoor’s (2012) perspective on narrative identity construction has been applied. On a practical level Mihaly Csikszentmihalyis (1990) sociocultural theory on creativity as well as Peter Kjær (2000) and Patricia H. Thornton and William Ocasios (2008) theories on institutions and institutional logics has been applied. On a comparative level we have primarily drawn upon empirical findings produced on the two former levels. The analysis results in one strategic and four practical recommendations.

The main findings of this thesis are that former and potential female InnoFounder applicants understand their entrepreneurial reality as a question of being. Thus entrepreneurship is closely related to identity and moral obligations and cannot simply be reduced to an occupational choice. Further the women in our study understand entrepreneurship as an opportunity to design free and flexible lives as well as making a social or sustainable difference. Hence generating profit is not their main motivation. In opposition to this InnoFounder understands entrepreneurship as a means to macroeconomic growth in terms of employment and national income. In this sense entrepreneurship is understood as the creation of scaleable technological innovation. Thus the women’s and InnoFounders understanding of entrepreneurship does not interact expedient on essential questions about what entrepreneurship is and serves the purpose of. In the final discussion applied methods and results have been critically discussed. Further we argue that the idea of ‘growth’ is a social construct that requires further attention.

Indholdsfortegnelse

<i>ABSTRACT</i>	1
1. INDLEDNING	5
1.1 PROBLEMFELT	5
1.2 PROBLEMFORMULERING	7
<i>1.2.1 Analyse spørgsmål</i>	7
1.3 AFGRÆNSNING	9
1.4 DEFINITIONER OG CASEBESKRIVELSE	9
<i>1.4.1 Kreativitet, innovation og iværksætteri</i>	9
<i>1.4.2 Køn og kvinder</i>	11
1.5 CASEBESKRIVELSE	12
2. LITTERATURREVIEW	14
2.1 IVÆRKSÆTTERI	14
2.2 KVINDER OG IVÆRKSÆTTERI	15
<i>2.2.1 Individ</i>	15
<i>2.2.2 Kontekst</i>	17
<i>2.2.3 Kritik og fremtidig research</i>	18
2.3 REVIEWETS KONSEKVENSER FOR NÆRVÆRENDE SPECIALE	19
3. VIDENSKABSTEORI	20
3.1 ET PRAGMATISK VIDENSKABSTEORETISK AFSÆT	20
3.2 PRAGMATISMENS VIDENSBEGREBER	20
<i>3.2.1 Meads pragmatisme</i>	21
<i>3.2.2 Videnskabsteoriens konsekvenser for metodevalg</i>	22
<i>3.2.3 Videnskabsteoriens konsekvenser for teorivalg</i>	23
4. METODOLOGI	25
4.1 EN KVALITATIV FORSKNINGSTILGANG	27
<i>4.1.1 Et case studie</i>	27
4.2 METODER	28
<i>4.2.1 At "hænge ud" i felten</i>	29
<i>4.2.2 Semistrukturerede interviews</i>	30
<i>4.2.3 Afsluttende validerings- og feedbackmøde</i>	33
4.3 DOMÆNE	33
<i>4.3.1 Udvælgelse af respondenter</i>	34
4.4 BEHANDLING OG ANALYSE AF DATA	35
<i>4.4.1 Transskribering</i>	36
<i>4.4.2 Kodning</i>	36
4.5 TROVÆRDIGHED OG AUTENTICITET	37
<i>4.5.1 Troværdighed</i>	38
<i>4.5.2 Autenticitet</i>	39
<i>4.5.3 Afsluttende, metodiske refleksioner</i>	40
4.6 SPECIALETS BIDRAG TIL FORSKNINGEN	41
5. TEORI	42
5.1 INDIVIDNIVEAU	43

5.1.1 Indre og ydre motivation	43
5.1.2 Push og pull-faktorer	44
5.1.3 Self-efficacy	45
5.1.4 Identitet i et narrativt perspektiv	45
5.2 PRAKSISNIVEAU	48
5.2.1 En sociokulturel forståelse af iværksætteri	48
5.2.2 En institutionel forståelse iværksætteri	50
5.3 KOMPARATIVT NIVEAU	51
5.3.1 Institutionel meningsskabelse	51
6. ANALYSE	53
ANALYSEDEL 1: INDIVIDNIVEAU	55
6.1 KAPITEL 1: IVÆRKSÆTTERI SOM KARRIERE	55
6.1.1 Drivere for iværksætteri som karriere	55
6.1.2 Et tilvalg af iværksætteri eller et fravalg af et 'almindeligt arbejde'?	61
6.1.3 Barrierer for iværksætteri som karriere	63
6.2 KAPITEL 2: IVÆRKSÆTTERI SOM IDENTITET	68
6.2.1 At være iværksætter	68
6.2.2 Identificering med iværksætteri	71
6.2.3 Ønsker for og formål med iværksætteri	79
ANALYSEDEL 2: PRAKSISNIVEAU	85
6.3 KAPITEL 3: IVÆRKSÆTTERI I PRAKSIS	85
6.3.1 Problematikken og antagelser herom	85
6.3.2 Formelle kriterier: Hvad er og skal iværksætteri?	87
6.3.3 En uformel lokal logik	95
ANALYSEDEL 3: KOMPARATIVT NIVEAU	98
6.4 KAPITEL 4: SAMMENLIGNING AF FORSTÅELSER AF IVÆRKSÆTTERI	98
6.4.1 Formål med iværksætteri	98
6.4.2 Forståelse af iværksætteri	99
6.4.3 Succeskriterier	99
6.4.4 Vækstforståelser	99
7. ANBEFALINGER	102
7.1 INNOVATIONSFONDENS ROLLE: MÆCEN, KATALYSATOR ELLER REFORMATOR?	103
7.1.1 Præsentation og validering af analysens resultater	103
7.2 STRATEGISKE OG PRAKTISKE ANBEFALINGER	104
7.2.1 Strategisk anbefaling	105
7.2.2 Praktiske anbefalinger	105
8. DISKUSSION	108
8.1 KRITISK REFLEKSION OVER ANVENDTE METODER	108
8.2 DISKUSSION AF RESULTATER	109
8.3 DISKUSSION AF BEGREBET VÆKST	110
8.3.1 Makroøkonomiens vækstforståelse	111
8.3.2 Velstand uden vækst	112
9. KONKLUSION	115
10. BIBLIOGRAFI	117

10.1 Bibliografi - Litteraturreview

122

11. BILAGSOVERSIGT

129

1. Indledning

Iværksætteri er de seneste år gjort til genstand for megen opmærksomhed på den politiske dagsorden og i folkemunde generelt. Politisk har der særligt været fokus på den økonomiske vækst, som iværksættere skaber for samfundet. I regeringens iværksætterpolitik for 2018 står der skrevet: “Vi har brug for iværksættere og deres nye idéer (...) De kan blive fremtidens danske succeser, som skaber job og indtægter til samfundets husholdning” (Regeringen, 2018a). Nedsættelsen af Iværksætterpanelet (Erhvervsministeriet, 2017) og senest indsættelsen af iværksætter og investor, Tommy Ahlers, som Uddannelses- og forskningsminister (Regeringen, 2018b) understreger blot den opmærksomhed, iværksætteriet tildeles. Udviklingen i nystartede virksomheder følges tæt: I 2017 er der 58.323 nye CVR-registreringer¹ i Danmark, der svarer til en tredobling siden 2001. Iøjnefaldende er det dog, at blot 26% af disse registreringer foretages af kvinder (Erhvervsstyrelsen, 2018). Og tendensen går på tværs af Europa, viser en ny rapport fra EU-kommissionen (OECD, 2017). Det har fået flere politikere, interessenter og forskere op af stolen, der nu efterlyser de kvindelige iværksættere. Andre forsøger at blive klogere på dem. Det gælder også nærværende speciales forfattere. For hvad afholder kvinderne fra at iværksætte? Hvordan forholder de sig til iværksætteri? Og hvorfor problematiseres fraværet af kvindelige iværksættere i det hele taget? Disse spørgsmål har vi valgt at gøre til emne for nærværende speciale. Vi har i denne forbindelse indledt et samarbejde med Innovationsfonden, der netop adresserer fraværet af kvindelige iværksættere på deres iværksætterprogram, InnoFounder.

1.1 Problemfelt

Problemet generelt

I radioprogrammet “Kejser” på P1 den 28. februar 2018 diskuteres kvindeligt iværksætteri under overskriften: “Kvinde, tør du springe ud som iværksætter?” (Danmarks Radio, 2018). I programmet peges der på en række faktorer, der afholder kvinder fra at iværksætte, såsom barselsordning, socialisering og manglende rollemodeller. Dette er blot én ud af mange debatter i det danske mediebillede, der gennem de seneste år har haft fraværet af kvindelige iværksættere på dagsordenen. Fraværet af kvinder problematiseres af flere årsager, bl.a. fordi; kvinder har lige så mange og lige så gode idéer som mænd (Svansø, 2017), kvinder kan være med til at skabe et varieret og dynamisk erhvervsliv (Erhvervsstyrelsen, 2008), og kvinder skaber samfundsøkonomisk vækst på nye måder

¹CVR-registreringer dækker over de registreringer, der opstår, når et firma nyregistreres, skifter virksomhedsform eller ejerskab, når virksomheden genstarter eller omregistrerer sit CVR--nummer. Data omkring CVR-registreringer vil generelt være højere end rene iværksætterstatistikker. Dog giver tallet en indikation af antallet af iværksættere (Fonden For Entreprenørskab, 2018).

(Neergaard, 2011). I radiodebatten på P1 deltager bl.a. Professor på Institut for Virksomhedsledelse og forsker i kvindeligt iværksætteri, Helle Neergaard. Neergaard fremlægger en række indsigter fra sin forskning, som vi bliver nysgerrige på at få uddybet – særligt fordi Neergaard er en af de få danske forskere inden for feltet. Vi tager derfor kontakt til Helle Neergaard, der stiller op til et ekspertinterview. Under interviewet uddyber Neergaard bl.a. at

“Hvis man gerne vil have flere kvindelige iværksættere, så skal man acceptere, at de danner virksomheder på deres præmisser. Ellers så har vi lidt en Askepot-situation, hvor man prøver at tvinge dem ned i en sko, der ikke passer. Så jeg tror, man skal ud og spørge kvinderne ‘Hvad er det, i mangler?’ I stedet for at tro, man ved det på forhånd” (Lydfil 1, 31:23)

Og det er netop dét, vi vil gøre i nærværende speciale. Interviewet med Helle Neergaard udvider nemlig vores forståelse af problemfeltet og bekræfter, at vi bør fokusere på, hvordan kvinder forstår iværksætteri. En afdækning af litteraturen på feltet peger yderligere på en række forklaringer på, hvorfor der er så få kvindelige iværksættere (Se følgende litteraturreview). Dette forstærker ligeledes vores interesse i at forstå, hvordan kvinder forstår iværksætteri og ikke hvorfor, de ikke iværksætter.

Problemet i Innovationsfonden

Vi har i forbindelse med specialet indledt et samarbejde med den offentlige fond, Innovationsfonden, der bl.a. støtter nyuddannede iværksættere gennem deres støtteprogram, InnoFounder. Programmet har modtaget fondsansøgninger² fire gange siden programmets start. På tværs af disse ansøgningsrunder er der især én tendens, der går igen: Mænd er overrepræsenterede, og kvinder udgør i gennemsnit kun en tredjedel af det samlede ansøgerfelt³. Dette spejler den generelle kønsfordeling af iværksættere på landsplan (Erhvervsstyrelsen, 2018). Yderligere indsnævres antallet af kvinder, der rent faktisk modtager støtte fra programmet, til at udgøre mindre end en femtedel af det samlede bevillingsfelt⁴. Disse tal problematiseres af Innovationsfonden, da de mener, at kvinderne besidder et uforløst innovations- og iværksætterpotentiale, man i Danmark kan nyde godt af. InnoFounders programansvarlige fortæller med egne ord, hvorfor fraværet af kvindelige ansøgere problematiseres:

²Antal ansøgninger: 2015: 534, 2016: 469, Foråret 2017: 163, Efteråret 2017: 130 (Bilag 1)

³Ansøgninger fordelt på køn: 2015: 66% mænd 34% kvinder, 2016: 72% mænd 28% kvinder, Foråret 2017: 67% mænd 33% kvinder, Efteråret 2017: 66% mænd 34% kvinder (Bilag 1)

⁴Bevillinger fordelt på køn: 2015: 83% mænd 18% kvinder, 2016: 90% mænd, 10% kvinder, Foråret 2017: 79% mænd 21% kvinder, Efteråret 2017: 81% mænd 19% kvinder (Bilag 1)

“Det handler jo om at få mere og bedre innovation, det er jo sådan endemålet. Og så kan kvinderne være et middel til at nå det mål, ud fra en antagelse om, at de måske har nogle andre kompetencer, som kan bidrage positivt til at skabe innovation” (Sidsel, 31:57)

Ovenstående problemfelt har givet anledning til undersøge, hvordan kvinder i og uden for InnoFounder forstår iværksætteri, og hvordan disse forståelser relaterer sig til den måde, iværksætteri udspiller sig i praksis hos InnoFounder. Vi har derfor valgt at udføre et eksplorativt casestudie, der tager udgangspunkt i de kvindelige ansøgere, der efterspørges i InnoFounder.

1.2 Problemformulering

Specialets problemfelt har mundet ud i følgende problemformulering, der udgør kernen af dette speciale:

Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere deres iværksættervirkelighed? Og hvordan virker disse forståelser sammen med InnoFounders forståelse af deres iværksætterpraksis?

Vi ønsker dermed at undersøge, det vi i specialet har valgt at kalde ‘Iværksættervirkeligheder’, der refererer til de forståelser, meningsdannelser og fortællinger, der knytter sig til kvindernes forståelse af iværksætteri. Heri ligger en antagelse om, at forståelse påvirker handling, der igen virker tilbage på forståelse. Ydermere ønsker vi at undersøge, det vi i specialets har valgt at kalde ‘iværksætterpraksis’, der refererer til, hvordan forståelser af iværksætteri udøves i praksis. Heri ligger ligeledes en antagelse om, at praksis medfører forståelse. Med ‘virke sammen’ ligger der desuden en antagelse om, at forståelserne direkte og indirekte interagerer.

1.2.1 Analysespørgsmål

For at besvare problemformuleringen arbejdes der i specialet med følgende fire undersøgelsesspørgsmål, der er inddelt under tre analyseniveauer, der understøtter arbejdet frem mod en nuanceret besvarelse.

Individniveau: Kvindernes iværksættervirkelighed

1. Hvad driver og afholder tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere til og fra at iværksætte?
2. Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere iværksætteri, og hvilke konsekvenser får dette for deres forståelse af dem selv som (potentielle) iværksættere?

Praksisniveau: InnoFounders iværksætterpraksis

3. Hvordan forstår repræsentanterne fra InnoFounder iværksætteri og hvordan udmønter disse forståelser sig i deres praksis?

Komparativt niveau: Ligheder og forskelle

4. Hvilke ligheder og forskelle er der mellem kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri og hvilken virkning får disse?

Reaktion på problemet og disposition for specialet

Vi har indledningsvist udført et narrativt litteraturreview med henblik på at sætte os ind i den eksisterende viden på området. Vi har med afsæt heri fundet det relevant at undersøge InnoFounders problemstilling ud fra et pragmatisk udgangspunkt, hvor fokus både er på individ og praksis. Metodisk undersøges problemstillingen kvalitativt med afsæt i metoderne ‘deep hanging out’ og 15 semistrukturerede interviews med hhv. 12 kvinder og 3 repræsentanter fra InnoFounder. Specialets analyse er struktureret med afsæt i de temaer, empirien har givet anledning til, og bevæger sig desuden på tre niveauer: Et individniveau, hvor fokus udelukkende er på kvindernes iværksættervirkelighed, et praksisniveau, hvor fokus udelukkende er på InnoFounders iværksætterpraksis, og et komparativt niveau, hvor de to førstnævnte sammenlignes. Da empirien er styrende for videnskabelsen i specialet, bevæger den anvendte teori sig ligeledes på disse niveauer. Empirien har på individniveau overordnet givet anledning til at inddrage Richard M. Ryan og Edward L. Deci (2000) perspektiv på motivation og Michala Schnoors (2012) perspektiv på narrativ identitetskonstruktion. På praksisniveau har undersøgelsen givet anledning til inddragelsen af Mihaly Csikszentmihalyis (1990) sociokulturelle teori om kreativitet samt Peter Kjær (2000) og Patricia H. Thornton og William Ocasios (2008) teorier om institutioner og institutionelle logikker. Analysen følges af en række anbefalinger på et strategisk og praktisk niveau, der udspringer af analysens konklusioner samt et validerings- og feedbackmøde afholdt med specialets modtagere, Innovationsfonden. I en afsluttende diskussion vil de anvendte metoder og analysens resultater diskuteres. Diskussionen vil yderligere kaste lys over begrebet vækst i en større samfundsmæssig kontekst med inddragelse af Tim Jacksons (2009) perspektiv herpå.

1.3 Afgrænsning

Nærværende speciale er ikke ment som et politisk argument for flere kvindelige iværksættere i Danmark. Det bidrager ej heller med en vurdering af kvaliteten af den innovation, der i specialet redegøres for. Det er snarere en indsnævring af, hvordan en øget indsigt i kvinders iværksættervirkelighed kan anvendes konstruktivt i arbejdet med iværksætteri i praksis. Således bidrager nærværende speciale ikke med en endegyldig opskrift på, hvordan InnoFounder får flere kvindelige ansøgere. Yderligere kan specialet umuligt inkludere alle kontekstuelle faktorer, der påvirker kvinder til at iværksætte. Derfor afgrænses specialet bl.a. fra at gå i dybden med hvordan uddannelse, opvækst og kultur påvirker kvinders forhold til iværksætteri. Det er ligeledes fundet nødvendigt at afgrænse fokus til den gruppe af kvinder, InnoFounder forsøger at forstå og tiltrække; nyuddannede, kvindelige (potentielle) iværksættere, for på den måde at tilbyde et øjebliksbillede af deres nuværende iværksættervirkelighed. Afslutningsvis synes det hensigtsmæssigt at understrege, at nærværende speciale ej heller er et teoretisk eller filosofisk studie af køn, men et praktisk studie af kvinder. Mere herom i afsnittet 'Køn og Kvinder'.

1.4 Definitioner og casebeskrivelse

Der ligger nogle begreber forud for specialets videnstilegnelse, der er væsentlige for læserens forståelse af specialets rationaler. Her har vi fundet en række begreber relevante at afklare.

1.4.1 Kreativitet, innovation og iværksætteri

Helt overordnet tilbyder kreativitetsforskningen to relativt forskellige definitioner af kreativitet, der hhv. betegner kreativitet som iboende i individet over for en sociokulturel definition, der definerer kreativitet som en del af et socialt system (Sawyer, 2012). Nærværende speciale vil primært forstå kreativitet ud fra den sociokulturelle definition, der defineres som:

“... the generation of a product that is judged to be novel and also to be appropriate, useful, or valuable by a suitable knowledgeable social group” (Sawyer, 2012: 8)

Her begynder den sociokulturelle definition at læne sig op ad definitioner af innovation i organisationer, hvoraf den amerikanske kreativitetsforsker, Teresa Amabiles (1997) definition er særligt anerkendt. Amabile (1997) adskiller definitionerne af kreativitet og innovation, hvor kreativitet kan defineres som:

“At its heart, creativity is simply the production of novel, appropriate ideas in any realm of human activity” (Amabile, 1997: 40)

Innovation defineres i forlængelse heraf:

“(…) Creativity is the first step in innovation, which is the successful implementation of those novel, appropriate ideas and innovation is absolutely vital for long-term corporate success”
(Amabile, 1997: 40)

I nærværende speciale læner vi os op ad Amabiles definition af de to begreber, dels på grund af deres sociokulturelle afsæt, og dels fordi definitionerne både afgrænser, men også skaber bredde til at inkludere nye forståelser af selv samme begreb. Ligeledes etablerer definitionerne, hvordan kreativitet er en forudsætning for innovation. Når InnoFounder kræver innovation af deres ansøgere, antages det dermed også, at kreativitet er en forudsætning for de idéer, der ansøges med.

Et tredje centralt begreb i forlængelse af de to indledende, er iværksætteri. Mange faglige grene har forsøgt at definere, hvad iværksætteri, som på engelsk kaldes “entrepreneurship”, er. I nærværende speciale oversættes “Entrepreneurship” til det danske “Iværksætteri”, da termen entreprenør/entreprenørskab⁵ kan være misvisende i en dansk kontekst, grundet ordets øvrige betydninger. I definitionen af iværksætteri står økonomiske, sociologiske og psykologiske tilgange særligt centralt (Chell, 2008). Elizabeth Chell (2008), Professor i iværksætteradfærd, er særligt anerkendt for følgende interdisciplinære definition af iværksætteri:

⁵Entreprenør: Innovativ og kreativ person; iværksætter. Oprindelig betegnelse for en eventyrer, købmand eller bygmester; som oftest for en person, der forestår bygge- og anlægsarbejder (Christensen, 2018)

“Entrepreneurship is the process of recognising and pursuing opportunities with regard to the alienable and inalienable resources currently controlled with a view to value creation” (Chell, 2008: 2)

Det er denne forholdsvis brede definition, der vil være gennemgående for forståelsen af iværksætteri gennem dette speciale. Det på trods af, at involverede parter måske abonnerer på mere stringente definitioner. På samme måde som Amabile's (1997) definition af kreativitet og innovation, har denne definition af iværksætteri ligeledes en bredde, der tillader, at nærværende speciale kan rumme nye indsigter, som specialets eksplorative design lægger op til.

Således skaber disse tre begreber en begrebsmæssig helhed, hvor kreativitet er en forudsætning for innovation, der er en forudsætning for iværksætteri. Det er dog ikke ensbetydende med, at det er den samme mening, specialets respondenter tillægger ovenstående begreber, hvorfor denne afklaring udelukkende skal forstås som forfatterens udgangspunkt for undersøgelsen. Derfor vil specialets forfattere ikke anvende begreberne strengt adskilt i analysen, da begreberne synes at hænge uløseligt sammen. Denne begrebsafklaring gør os nu i stand til at sige noget om iværksætteri.

1.4.2 Køn og kvinder

Selvom vi i nærværende speciale ikke eksplicit undersøger køn, men kvinder, finder vi det alligevel relevant kort at redegøre for den forståelse af køn, som ligger forud for specialets vidensproduktion. Forståelsen læner sig op ad en konstruktivistisk udlægning af kønnet, hvor det forudsættes, at det er umuligt at begribe kønnet i sig selv, da det altid allerede er konstitueret i bestemte situationer, hvor kønnet tænkes at gøre bestemte ting (Ahl, 2002). Vi forudsætter derfor ikke kønnet som en given årsag, men inddrager det i analysen, når det viser sig som en effekt i studiet, dvs. hvor det bliver meningsfuldt for respondenterne. Kønnet er således reelt under den betingelse, at det er virksomt. Således anvendes kønnet ikke som forklarende variabel, men anses for at have en grundlæggende betydning for alle aspekter af at være til. Hermed lægger specialets sig op af Helene Ahls (2006) konstruktivistiske tilgang til kønnet:

“The constructionist approach uses gender as a starting point for research, not as an explanation”

(Ahl, 2006: 612)

På den måde bliver kønnet et empirisk og ikke et teoretisk fænomen. Ligeledes forudsætter denne forståelse, at kønnets virksomhed er situationelt specifikt og dermed ustabil og utvetydigt (Ahl, 2002). Det er i den konkrete situation, at kønnets effekter kan analyseres, forstås og afgrænses. I denne forstand er kønnet socialt konstrueret og ganske reelt på én og samme tid. Dette perspektiv benægter ikke, at det biologiske køn findes, men pointen er blot, at det effektivt set er ligegyldigt, fordi det i sidste ende handler om, hvordan det viser sig og bruges socialt (Ahl, 2002). Vi betragter således mænd og kvinders biologiske køn som virkelige, hvorimod de værdier, de muligheder og de forståelser, der tillægges de biologiske køn, betragtes som socialt konstruerede. Yderligere betragtes den handling, disse kønnede konstruktioner giver anledning til, som virkelige.

1.5 Casebeskrivelse

Innovationsfonden

Innovationsfonden er en fond under Uddannelses- og Forskningsministeriet, der har til formål “(...) at give tilskud til udvikling af viden og teknologi, herunder højteknologi, der fører til styrkelse af forskning og innovative løsninger til gavn for vækst og beskæftigelse i Danmark” (Retsinformation, 2014). Fonden etableres i 2014 ved en sammenlægning af Det Strategiske Forskningsråd, Højteknologifonden og Rådet for Teknologi og Innovation, som et uafhængigt organ inden for den statslige forvaltning (Uddannelses- og Forskningsministeriet, 2018). Fonden har tre programmer; InnoFounder, som henvender sig til studerende eller nyuddannede med en iværksætteridé, InnoBooster, som henvender sig til små og mellemstore virksomheder og Grand Solutions, som støtter større og længerevarende forsknings- og innovationsprojekter (Innovationsfonden, 2018a). Alle programmer stiller krav til ansøgerne i form af projekternes investeringsudbytte for det danske samfund, men kræver ingen ejerandel.

InnoFounder

InnoFounder henvender sig til en snæver gruppe af iværksættere, nemlig dem, der er tæt på at færdiggøre en videregående uddannelse eller har afsluttet en videregående uddannelse i løbet af det seneste år. Om programmet skriver Innovationsfonden: “Vi ønsker at investere i, at flere nyuddannede

talenter starter innovative virksomheder. Derfor tilbyder vi et et-årigt inkubatorforløb med sparring og finansiering til nyuddannede med en innovativ og skalérbar iværksætteridé” (Innovationsfonden, 2018b). Programmet tilbyder et månedligt stipendium på 15.000 kr. Der afholdes ansøgningsrunder to gange om året i hhv. forår og efterår. For at udvælge de iværksætterpotentialer, der skal deltage i inkubatorforløbet, har fonden nedsat et ekspertpanel (Innovationsfonden, 2018c). InnoFounder-panelet består af syv medlemmer (Innovationsfonden, 2018d), hvoraf tre er interviewet til nærværende speciale. Panelets opgave er todelt; først vurderes og rangeres alle indkomne ansøgninger efter seks udvælgelseskriterier, dernæst pitcher de bedste ansøgere deres iværksætteridé for panelet (Innovationsfonden, 2018c). Panelet indstiller herefter ca. 20 ansøgere pr. ansøgningsrunde til at blive optaget på programmet (Se retningslinjer for InnoFounder i bilag 2).

2. Litteraturreview

Vi ønsker med nedenstående litteraturreview at etablere, hvilken viden om kvinder og iværksætteri der allerede er tilgængelig og samtidigt argumentere for, hvad nærværende speciale vil tilbyde feltet. Derfor har vi udført et *narrativt* litteraturreview (Bryman & Bell, 2011: 101), der har ansporet vores videre vidensproduktion. Formålet med dette litteraturreview er således ikke at etablere en udtømmende gennemgang af litteraturen, for dermed at bevise hvor litteraturen kommer til kort. Formålet er snarere at “enrich human discourse by generating understanding rather than by accumulating knowledge” (Bryman & Bell, 2011: 101). Et narrativt litteraturreview udføres derfor med henblik på at opnå indledende indtryk af feltet. Af samme grund vil dette review ikke eksplicitere til- og fravalg, som i et systematisk litteraturreview, men i stedet tegne nogle linjer op, der vurderes at have relevans ift. problemfeltet. Reviewet er dog ikke helt forladt for systematik. Litteraturen er tilvejebragt via Copenhagen Business Schools database, Libsearch, på en kombination af følgende danske og engelske søgeord:

- Kvinder, women, female, gender
- Iværksætter(i), entreprenør(skab), entrepreneurship, start-up, venture
- Innovation, kreativitet, creativity

I gennemgangen af de videnskabelige artikler har vi systematisk bearbejdet 90 artikler. De temaer, som forekommer mest hyppigt i litteraturen og har størst relevans for specialet, vil vi i korthed redegøre for i det nedenstående. Vi vil først overordnet redegøre for iværksætteri som felt for derefter at sætte det i relation til litteraturen inden for kvinder og iværksætteri under temaerne; Individ, kontekst, kritik og fremtidig research.

2.1 Iværksætteri

Økonomer og sociologer har gennem tiden forsøgt at definere begrebet iværksætteri. Den franske økonom, Richard Cantillon, er krediteret som den første til at introducere iværksætterbegrebet i 1755 (Ahl, 2002). Det er dog ikke før den østrigske økonom, Joseph Schumpeters, mere moderne perspektiv på iværksætteri i 1934, at begrebet sættes i relation til innovation, og bliver alment kendt (Schumpeter, 1934; Korsgaard & Neergaard, 2007; Ahl, 2002). Schumpeter bygger videre på Adam Smiths (1904) neoklassiske perspektiv på det frie marked og idéen om ‘The rational economic man’. Schumpeters idé er, at iværksætterens personlighed er forskellig fra den ordinære, og at det derfor er muligt at

identificere iværksættere og stimulere iværksætteri til fordel for økonomien (Korsgaard & Neergaard, 2007). Ifølge Schumpeter (1934) er iværksætteren karakteriseret ved at have en ganske særlig personlighed, der er dominerende, aggressiv og trandecent, hvilket står i kontrast til ikke-iværksætteren, der lever et mere rationelt og rutinebaseret liv i den almindelige og stabile organisation. Interessen for iværksætteren er givet ved, at iværksætteri bidrager mere til samfundsøkonomiens vækst end andre former for økonomisk aktivitet (Schumpeter, 1934). Med afsæt i Schumpeters tanker beskæftiger meget af den tidlige forskning sig med *hvem* iværksætteren er, frem for *hvad* iværksætteri er (Carter et al., 2015).

2.2 Kvinder og iværksætteri

Først i 1980'erne begynder man rent forskningsmæssigt at interessere sig for den kvindelige iværksætter (DeCarlo & Lyons, 1979; Pellegrino & Reece, 1982; Goffe & Scase, 1983; Hisrich & Brush, 1984) primært fordi, man i 70'ernes USA identificerer en markant stigning i antallet af kvindelige iværksættere, der ellers har været fraværende (Brush, 1992). Derfor prøver man at begribe, hvem disse kvinder er, og hvordan disse kvinder iværksætter. Senere begynder forskningen, i særdeleshed projektet "Global Entrepreneur Monitor" (GEM), i stigende grad at interessere sig for, hvorfor nogle er mere tilbøjelige til at iværksætte end andre bl.a. med fokus på demografiske variable såsom køn. Her viser det sig, at kvindelige iværksættere stadig er underrepræsenteret på tværs af lande (Reynolds et al., 1999). Igennem tiden har en række teoretiske retninger forsøgt at finde svaret på denne skævvridning. Her har økonomien, psykologien og sociologien tilbudt en række teoretiske forklaringer. Vi vil i det nedenstående redegøre for en række af disse, som har vundet særligt indpas i litteraturen. Vi har overordnet inddelt disse forklaringer på tre niveauer: Individ, kontekst og fremtidig research. Fælles for studierne er, at de primært søger at svare på, *hvorfor* kvindelige iværksættere er underrepræsenterede. I litteraturen har vi identificeret syv temaer, der gennemgås i det nedenstående.

2.2.1 Individ

Størstedelen af den tidligste forskning inden for kvinder og iværksætteri har været på individniveau, og tager typisk sit udgangspunkt i trækpsykologien. Her sammenlignes kvindelige iværksættere ofte med mandlige iværksættere, og kønnet betragtes som en forklaringsvariabel.

Personlighedskarakteristika

En række tidligere studier har forholdt sig til de trækpsykologiske karakteristika, der er særlige for iværksættere (Schumpeter, 1934; Neider, 1987; Schrier, 1975; Schwartz, 1976; Miner, 1997). Inden for

dette forskningsfelt peges der på en række forholdsvis stabile personlighedskarakteristika, der tænkes at være forskellige for kvinder og mænd, og som er afgørende for deres intentioner om at iværksætte. De personlighedstræk, der er særlige for iværksættere, er træk som 'need for achievement' (Begley & Boyd 1987; Komives, 1972), 'locus of control' (Johnson, 1990; Brockhaus, 1980; Hull et al. 1980) og 'risk taking propensity' (Lee & Tsang, 2001; Hull et al., 1980; Palmer, 1971). Disse studier igangsætter en serie af komparative studier af mandlige og kvindelige iværksættere for at bestemme, hvorvidt signifikante forskelle eksisterer (Welsch & Young 1984; Sexton & Bowman-Upton, 1986; Cromie, 1987; Fagenson & Coleman 1987; Sexton & Bowman-Upton, 1990). Dog konkluderes der i studierne at være relativt få forskelle mellem kvinder og mænd ift. ovenstående træk. Trækteoretiske forklaringer er senere blevet kritiseret for ikke at have sammenhæng med iværksætterintentioner overhovedet (Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1989; Low & MacMillan, 1988). Denne type studier forsøger altså at etablere hvorfor'et i, at kvinder i mindre grad besidder personlighedstræk, der forbindes med iværksætteri, men forgæves.

Risikopræferencer

Ligeledes forholder en række forskere sig til adfærdspsykologiske aspekter af iværksætteri (Gartner, 1988; Hisrich et al., 2007; Åstebro et al., 2014). Her er det især personlige præferencer for risikovillighed, der peges på som begrundelse for, at færre kvinder end mænd bliver iværksættere. Inden for denne forskning ses risikovillighed som værende en afgørende faktor for, hvorvidt individer vælger at iværksætte. En række forskere har i forlængelse af dette konkluderet, at mænd er mere risikovillige end kvinder (Hardies et al. 2012; Sexton & Bowman-Upton, 1990; Dalborg et al., 2013; Watson & McNaughton, 2007; Charness & Gneezy, 2011; Wagner, 2007; Kremel & Yazdanfar, 2015). I den modsatte ende etablerer en hel del studier dog, at der faktisk er flere ligheder end forskelle mellem kvindelige og mandlige iværksættere ift. risikoprofiler (Masters & Meier, 1988; Schubert et al. 1999; Nelson, 2015). I disse studier ligger hvorfor'et i, at kvinder er mindre risikovillige og dermed mindre tilbøjelige til at iværksætte end mænd, men resultaterne er tvetydige.

Self-efficacy

Yderligere peger en række studier på, at det man i litteraturen kalder "Self-efficacy", eller selvopfattelse, spiller en væsentlig rolle for, hvorvidt kvinder bliver iværksættere (Chen et al., 1998; Zhao et al., 2005). Disse studier sammenligner ligeledes mænd og kvinder og peger på, at menneskers tilbøjelighed til at iværksætte, netop afhænger af graden af individets selvopfattelse af egne evner (self-efficacy). Flere studier konkluderer, at kvinder udviser lavere self-efficacy ift. vurderingen af egne evner som iværksættere sammenlignet med mænd (Kirkwood, 2009; Thébaud, 2010; Dempsey &

Jennings, 2014). Yderligere peges der bl.a. på, at denne lavere selvtillid kan skyldes lavere grad af tidligere entreprenant erfaring. Dog peger nyere studier på, at graden af self-efficacy i lige så høj er afhængig af, at om de omgivelser, individet befinder sig i, fordrer denne individuelle oplevelse (Mauer et al., 2017). I disse studier ligger hvorfor'et i, at kvinder har lavere self-efficacy end mænd, som betragtes som væsentlig for iværksætteri.

2.2.2 Kontekst

Bevæger vi os væk fra de forklaringer, der primært fokuserer på årsager iboende i individet, er der især i den senere litteratur rettet fokus på kontekstuelle og kulturelle faktorer, der spiller ind på, hvorvidt kvinder bliver iværksættere eller ej (Brush, 2009; Achtenhagen & Tillmar, 2013; Max & Ballereau, 2013). Disse studier peger på, at man i højere bør se på, hvordan kontekst på mikro-, meso- og makroniveau relaterer sig til kvinders iværksætteri. Her bevæger vi os typisk fra trækpsykologien til socialpsykologien og sociologien, der i højere grad ser på individet i dets sociale kontekst.

Rollemodeller

Nyere studier peger bl.a. på vigtigheden af rollemodeller som en væsentlig kontekstuel faktor i beslutningen om at blive iværksætter (Bosma et al., 2011; Laviolette et al., 2012; Åstebro et al., 2014; Markussen & Røed, 2017). Disse studier indikerer, at de rollemodeller, iværksættere identificerer sig med, ligner iværksætterne selv mht. køn, sektor og nationalitet. I disse studier etableres det, at manglen på kvindelige iværksættere bl.a. skyldes, at der er for få kvindelige rollemodeller at spejle sig i (Orlandi, 2017; MacNabb et al. 1993; Byrne et al., 2018; Max & Ballereau, 2013, Markussen & Røed, 2017; Sundin & Holmquist, 1989). I et norsk studie af Markussen & Røed (2017) estimeres det, at manglen på kvindelige rollemodeller forklarer ca. halvdelen af kønsuligheden inden for iværksætteri. I disse studier ligger hvorfor'et altså i, at der er for få kvindelige iværksætterrollemodeller for kvinderne at spejle sig i.

Stereotyper

I forlængelse heraf har en række studier betragtet fænomenet ud fra kønsstereotyper ved inddragelse af social rolleteori (Balachandra et al., 2013; Max & Ballereau, 2013; Gupta et al., 2009; Lewis, 2006; Meyer et al., 2017; Wee & Brooks, 2012; Kelan, 2010; Martin et al., 2015). Disse studier peger på, at mænd og kvinder handler ud fra stereotyper, der associeres med deres sociale roller. Inden for denne forskningstradition skelnes mellem mandlige og kvindelige adfærdsnormer, der hhv. er handlingsorienterede, uafhængige og myndige over for fællesskabsorienterede, uselviske og betænksomme (Eagly & Wood, 1991). Iværksætteri opfattes her som et mandeerhverv, der er formet af mandlige normer, hvilket får indflydelse på intentionerne om at iværksætte hos kvinder, der ikke passer

ind i denne norm (Max & Ballereau, 2013). Et nyere studie af Meyer et al. (2017) viser, at kønsrollestereotyper til stadighed er magtfulde, og at både kvinder og mænd i høj grad forbinder iværksætteri med maskulin adfærd. I disse studier ligger hvorfor'et i, at iværksætterscenen er præget af stærke kønsstereotyper, der afholder kvinderne fra at blive iværksættere.

Institutioner og diskurser

Andre studier peger på, at vi i højere grad skal forstå kønsuligheden blandt iværksættere som et institutionelt anliggende (Ahl & Nelson, 2010; Elam & Terjesen, 2010; Bianco et al., 2017; Wu & Chua, 2012). Der opfordres til, at man betragter institutioner som medskabere af den kønnede konstruktion. I disse studier peges der bl.a. på strukturelle barrierer, såsom barsel (Neergaard & Thrane, 2011), diskriminerende interaktioner, såsom adgang til virksomhedslån (Wu & Chua, 2012; Fleck et al., 2011) og undertrykkende manuskripter, såsom kursusbeskrivelser (Warhuus & Jones, 2016) har en negativ effekt på kvinder iværksætterlyst. Yderligere beskæftiger en række forskere sig med diskurser og iværksætteri (Garcia & Welter, 2011; Orlandi, 2017; Hytti, 2003). Et særligt indflydelsesrigt bidrag er det diskursive perspektiv fremsat af Helene Ahl (2002, 2006). Ahl peger i sine studier på en række diskurser, der produceres og reproduceres i forskningen. Diskurser såsom 'iværksætteren er en mand', og 'mænd og kvinder er essentielt forskellige', der ifølge Ahl bidrager til at reproducere kvinders sekundære position i samfundet. I disse studier ligger hvorfor'et i, at de omgivende institutioner bidrager til at fastholde kvindelige iværksættere som underrepræsenterede. Yderligere er diskurser med til at fastholde kvinderne i en sekundær iværksætterposition sammenlignet med mænd.

2.2.3 Kritik og fremtidig research

Sidst men ikke mindst retter en betydelig del af litteraturen en kritik af den eksisterende litteratur og hermed flere af de ovenfor beskrevne metoder og konklusioner (Sørensen, 2008; Hughes et al., 2012; Berglund et al., 2012; Tedmanson et al., 2012; Hjorth et al., 2015; Welter et al., 2017). Kritikken går særligt på de studier med fokus på individet, der indikerer, at det er kvinderne, der må forandre sig for at blive iværksættere. Et andet centralt kritikpunkt er, at mange studier inden for feltet fokuserer på den komparative forskel på mandlige og kvindelige iværksættere. Kritikere mener, at man, ved at lede efter forskelle, finder dem, og dermed blot opretholder dem (Carrier et al., 2008; James, 2012; Welter et al., 2017; Hughes et al., 2012; Marlow, 2014). Disse kritikere lægger i stedet op til, at man forstår kvindelige iværksættere som en heterogen gruppe i sig selv, og ikke forsøger at reducere fænomenet til *den* kvindelige iværksætter:

“Rather than continuing to debate the differences between male and female entrepreneurs, it would be more useful to examine the experiences, values, meanings, and choices preferred by women entrepreneurs, using qualitative methodologies, in order to find ways of supporting their progress without cutting them off from entrepreneurship in general” (Carrier et al., 2008: 60)

Yderligere foreslår Colette et al. (2015), at man rent metodisk bl.a. bør anvende casestudier til at forstå feltet: “(...) a move away from traditional, broad-sweeping quantitative approaches towards more focused qualitative and innovative methodologies such as in-depth interviews, life histories, case studies, ethnography or discourse analysis” (20).

2.3 Reviewets konsekvenser for nærværende speciale

Det er i arbejdet med den eksisterende litteratur, at vi bliver opmærksomme på, at vi i mindre grad bør arbejde med “hvorfors” iværksætterscenen ser ud, som den gør. Ovenstående review peger nemlig på en række tvetydige hvorfors samt en række huller i litteraturen. Af denne grund har specialets forfattere fundet det relevant at bidrage til en forståelse af, “hvordan” iværksætteri og kvinderne heri folder sig ud i praksis. Reviewet har yderligere haft den konsekvens, at vi udelukkende undersøger kvinder som en heterogen gruppe og afholder os fra at sammenligne dem med mænd. Det kan dog ikke udelukkes, at resultaterne af nærværende speciale også vækker genklang blandt mandlige (potentielle) iværksættere. Som et resultat af litteraturgennemgangen har vi desuden valgt at følge opfordringerne til at undersøge feltet holistisk ved både at forstå individet og den kontekst, individet agerer i. Her hvordan vi kan forstå tidligere og potentielle InnoFounder-ansøgere iværksættervirkelighed, og hvordan denne forståelse harmonerer med den praksis, der er i InnoFounder.

3. Videnskabsteori

I det foregående afsnit er den pågældende kontekst, der knytter sig til studiet, udfoldet og afgrænset. Formålet med dette afsnit er at tydeliggøre, hvordan denne kontekst forenes med antagelser om viden og virkelighedsforhold. Vi vil således forholde os til det videnskabsteoretiske udgangspunkt, undersøgelsen tager afsæt i, da dette har praktiske konsekvenser for den videre vidensproduktion. I en naturlig forlængelse heraf vil både metodiske og teoretiske valg bære præg af netop disse forhold.

3.1 Et pragmatisk videnskabsteoretisk afsæt

Da vi i dette speciale ønsker at undersøge, hvordan tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere forstår deres iværksættervirkelighed i relation til InnoFounders iværksætterpraksis, har vi brug for et videnskabsteoretisk afsæt, der netop arbejder med et praksisnært vidensbegreb. Her stiller pragmatismen et vidensbegreb til rådighed, der netop søger at forstå praksis. Mere konkret står menneskelig erfaring og handling centralt i pragmatismen, og der fokuseres på betydningen og konsekvenserne af sociale aktørers handlinger (Egholm, 2014). Vi er i tråd med det pragmatisk perspektiv interesseret i at afdække, hvordan forskellige forståelser af iværksætteri blandt kvinderne og InnoFounder virker sammen. Yderligere hvordan forskellige forståelser har reel indvirkning på handling. Hermed bliver genstandsfeltet for analysen en social praksis, hvor fokus er på "(...) en kognitiv erfaring, der både er individuel, social og reflektiv" (182). Valget om at tilgå studiet gennem det pragmatisk perspektiv skaber et sæt præmisser og betingelser, der får konsekvenser for studiets valg af metode, teori og slutningsformer. Der eksisterer imidlertid flere retninger inden for pragmatismen, hvorfor pragmatismen ikke kan betragtes som en egentlig skoledannelse (Talisie & Aikin, 2010). Først fremlægges grundantagelser, der synes at gå på tværs i pragmatismens retninger med afsæt i Liv Egholms læsning heraf (2012). Herefter fokuseres specialets tilgang ved at tage udgangspunkt i Georg Herbert Meads (1967) pragmatisme.

3.2 Pragmatismens vidensbegreber

Pragmatismens ontologiske udgangspunkt er hverken realistisk eller konstruktivistisk, men snarere processuelt i den forstand, at fænomener undersøges processuelt og fastlægges gennem dets effekt (Egholm, 2014). Herom forklarer Egholm (2014), at "(...) der er et konstruktivistisk element, fordi der fokuseres på de konsekvenser, handlinger får i praksis, men samtidig er det et stærkt realistisk element, fordi forholdene antages at eksistere objektivt i verden" (184). Vi har i denne forbindelse fundet det

relevant at kommentere på graden af konstruktion. Herom skriver Ian Hacking (2003), at det er vigtigt at klarlægge, hvad der betragtes som konstrueret. Hacking beskriver det således: “the idea is ‘constructed’, and the behaviour is ‘real’” (423). I nærværende speciale betragter vi forståelserne og værditillæggelserne af iværksætteri som konstrueret, men antager, at de effekter og den handling disse forståelser medfører, eksisterer objektivt i verden. Hermed ligger der også i den ontologiske antagelse, at de forståelser og effekter nærværende speciale fremhæver, er kontekstafhængige og dynamiske, og kan kun betragtes som et øjebliksbillede af en ellers kontinuerlig proces.

Det epistemologiske udgangspunkt for pragmatismen er, at erkendelse begynder med sansning og opnås gennem fortolkning (Egholm, 2014). Hermed opnås viden gennem pragmatismens analytiske praksis, abduction, der forener det deduktive og det induktive. Dette betegnes også som “kvalificerede gæt”, hvor man “ved brug af analoge slutninger mellem tidligere erkendelse og erfaringer og det fænomen, man gerne vil forstå, etablerer muligheden for at forstå og pege på ukendte objekter” (Egholm, 2014: 173). Dermed anlægges pragmatismen et processuelt blik, hvor fænomeners betydning og mening ikke kan fastlægges endeligt, men bevæger sig processuelt ift til den kontekst, disse meninger indgår i. Ligeledes vil dette speciale anlægge et processuelt blik, hvor vi ønsker at opnå indsigt i den tanke- og beslutningsproces, der potentielt leder til iværksætteri.

3.2.1 Meads pragmatisme

På baggrund af ovenstående har vi fundet Meads (1967) pragmatisme givtig for specialets videre forståelse. Mead har dannet grundlag for symbolsk interaktionisme, hvori “adfærd betragtes som en proces, i hvilken deltagerne gennem interaktion forhandler og foreslår, hvordan de sociale situationer kan forstås” (Egholm, 2012: 181). Særligt Meads formulering af relationen mellem individet og det sociale er et centralt bidrag til pragmatismen. Mead betragter selvet som todelt; et “Jeg” (I) og et “Mig” (Me): “The ‘I’ is the response of the organism to the attitudes of others, the ‘me’ is the organized set of attitudes of others which one himself assumes” (Mead, 1967: 175). Således er mig’et det sociale selv, mens jeg’et er en respons på mig’et. På den måde kan mig’et kun kendes retrospektivt. Dette forhold er præget af en kontinuerlig forhandling, såkaldte “Transaktioner” (Egholm, 2014: 181) som indebærer, at relationen og handlingerne kan forandres løbende. Individet og det sociale kan således ikke deles op, men beskrives som et sammenhængende hele, der er i gensidig interaktion og påvirkning (Mead, 1967). Denne interaktion er i nærværende speciale trefoldig:

1. En individuel interaktion: Kvindernes inddragelse af deres omverdenen og dennes forventning til dem betragtes som en interaktion, der får effekter på individniveau.

2. En midlertidig, etableret interaktion: Specialets metodiske inddragelse af kvindelige (potentielle) iværksættere og en iværksætterpraksis, der direkte eller indirekte interagerer, og som i specialet skaber udgangspunkt for erkendelse.
3. En konstant interaktion: Den interaktion som eksisterer uafhængig af nærværende speciales eksistens, men består i kraft af kvindernes og InnoFounders fællesnævner, iværksætteri, der ubevidst er i konstant interaktion og forhandling.

3.2.2 Videnskabsteoriens konsekvenser for metodevalg

Pragmatismens formål er at forstå fænomeners betydning ideografisk, hvor erkendelse opnås *a posteriori*, dvs. efter erfaringen af verden (Egholm, 2014: 235). I ønsket om at forstå verden ideografisk, skal vi tæt på det undersøgte fænomen for at opnå førstehandsviden herom. Dette kommer til udtryk i specialets metodiske tilgang, hvor forfatterne, gennem semistrukturerede kvalitative interviews, søger at afdække kvindernes og InnoFounders iværksættervirkelighed. Dertil udspringer valget af kvalitative interviews ligeledes fra det pragmatisk menneskesyn, som er præget af, at man anskuer mennesker som "(...) aktive deltagere i det sociale i kraft af konkrete praksisser, hvor tidligere erfaring fra andre kontekster anvendes til at håndtere nye konkrete situationer" (Egholmd, 2014: 184). Dermed ligger der også en erkendelse af, at eksisterende praksisser kan ændres at dets praktikere. I tråd med dette menneskesyn betragter vi ligeledes både repræsentanter fra Innovationsfonden, de kvindelige (potentielle) iværksættere og specialets forfattere som aktive medskabere af det fænomen, der undersøges.

Inden for den pragmatisk videnskabsteori anerkender vi, at den viden, vi producerer, ikke er værdifri, men er baseret på vores fortolkninger og såkaldte "kvalificerede gæt". Dette er i overensstemmelse med den abduktive slutningsform, inden for hvilken vi betragter noget som sandt, når resultaterne er brugbare og nyttige til at forklare fænomener med (Egholm, 2014). Når vi tager udgangspunkt i denne vidensopfattelse, stilles der således krav til, at den viden, vi producerer med nærværende speciale, skal afprøves og kvalificeres i virkeligheden. Her er en anden central pragmatiker, John Deweys (2005), udlægning af netop denne videnstilegnelse relevant. "Inquiry" er et helt centralt begreb i Deweys pragmatisme, da det er gennem inquiry, man forsøger at mestre en verden i stadig udvikling. Dette medfører, at sandheder eksisterer i det omfang, at de er brugbare og nyttige til at forklare fænomener med. Inquiry rummer følgende proces: "[...] fornemmelsen af et problem, iagttagelsen af betingelser, dannelsen og den rationelle udarbejdning af en foreslået konklusion og den aktive eksperimentelle testning" (Dewey, 2005: 168). Af dette forstås, at ideer og teorier skal testes i praksis, før de kvalificeres som viden, hvilket er en central pointe, vi adopterer i dette speciale. Derfor afsluttes undersøgelsen med

at vende tilbage til InnoFounder for at be/afkræfte brugbarheden, relevansen og troværdigheden af vores anbefalinger i dialog med centrale beslutningstagere i Innovationsfonden. Vi validerer således brugbarheden af specialets resultater i praksis. Hvad der kommer ud af denne validering, vender vi tilbage til i specialets afsluttende anbefalinger.

3.2.3 Videnskabsteoriens konsekvenser for teorivalg

Anvendelsen af teori i nærværende speciale er ligeledes funderet i pragmatismens epistemologi, hvor viden opstår efter erfaring med verden. Således er teori også først bragt i spil efter mødet med den praksis, både kvindelige ansøgere og InnoFounder udgør, og efter første ordning af empirien. Det er gjort i det omfang, at teorien har hjulpet os med at begribe de fænomener, vi har iagttaget. Vi er dog opmærksomme på, at de udvalgte teorier ikke nødvendigvis er pragmatisk i deres ontologiske og epistemologiske udgangspunkt. Derfor har vi i det nedenstående oversat de forskellige teoretiske redskaber til en pragmatisk helhed. Analysen bevæger sig på tre niveauer: et individ-, et praksis- og et komparativt niveau, hvori teori særligt bringes i anvendelse på de to førstnævnte.

Empirien har på individniveau overordnet givet anledning til at inddrage Ryan og Decis (2000) perspektiv på motivation og Schnoors (2012) perspektiv på narrativ identitetskonstruktion. Hvor Ryan og Decis motivationsteori i udgangspunktet er baseret på kausalitets- og generaliseringsantagelser, og dermed en realistisk ontologi, er Schnoors teori om narrativ praksis funderet i en socialkonstruktivistisk ontologi på mikroniveau. I specialet vil det motivationsteoretiske blik anvendes i et pragmatisk perspektiv, således at motivationsfaktorer antages at eksistere som beskrevet, men at de samtidig er situationsbestemte. Dermed bliver formålet ikke er at slutte noget generelt omkring motivation for iværksætteri. Således forstås kvindernes motivation for iværksætteri med afsæt i det pragmatisk menneskesyn, hvor intentioner anses for processuelle, relationelle og situationelle (Egholm, 2014). Den narrative teoris blik på identitetskonstruktion anvendes ligeledes i et pragmatisk perspektiv, hvor fokus er på, hvordan identiteten både er individuel og social på samme tid. Dette er i tråd med Meads (1967) blik på identitet, der skabes i relationen til andre. Ligeledes fokuserer analysen på, hvordan individet inddrager handlinger og erfaring fra fortiden, til at forstå dem selv i nutiden. Vi peger desuden på hvilke effekter, dette kan få i fremtiden, i tråd med pragmatismens formål (Egholm, 2014).

På praksisniveau har undersøgelsen givet anledning til inddragelsen af Csikszentmihalyis (1990) sociokulturelle perspektiv på kreativitet og Kjær (2000) og Thornton og Ocasios (2008) teori om institutioner og institutionelle logikker. Både Csikszentmihalyi og Thornton og Ocasios institutionelle teorier er baseret på en konstruktivistisk ontologi. Hvor Csikszentmihalyi påpeger feltets afgørende

konstruktion af, hvad der anerkendes som kreativt på makroniveau, peger Thornton og Ocasios på, hvordan individer konstruerer mening på baggrund af institutioner. I tråd med pragmatismen, opfattes fortolkningen af de sociale fænomener, her iværksætteri, altid begrænset af den konkrete situation, og det er derfor ikke hvad som helst, der kan konstrueres (Egholm, 2014). Inddragelsen af disse teoretiske perspektiver sker med henblik på den centrale tanke fra pragmatismen, at vi ikke kan forstå mennesker isoleret set, men må forstå dem i deres relationelle kontekst af institutioner og praksisser (Egholm, 2014).

I analyseafsnittet på individniveau anskuer vi altså iværksætteri som et fænomen, hvis mening bliver til i kvindernes forståelser af det, hvormed vi i analyseafsnittet på praksisniveau anskuer iværksætteri som et fænomen, hvis mening ligeledes bliver til i og legitimeres af institutioner som InnoFounder. Afslutningsvist sammenholder vi forståelserne i denne interaktion for at forstå, hvordan forskellige sociale forståelser fordrer bestemte sociale praksisser og lægger hindringer i vejen for andre. Således udgør denne teoriramme en pragmatisk helhed, hvor det helt centrale for vidensproduktionen er, at motivation for, identificering med og forståelse af iværksætteri er en social interaktion i og mellem mennesker og institutioner.

4. Metodologi

I dette afsnit vil vi udfolde vores metodologiske overvejelser og metodiske valg som følge heraf. Det er vurderet, at problemstillingen i høj grad lægger op til at blive undersøgt ud fra den kvalitative metodologi, idet vi ønsker at forstå, hvordan kvinderne og InnoFounder forstår iværksætteri. Således vil den kvalitative metodologi gennemsyre undersøgelsens metodiske valg. I følge Thomas Ahrens og Christopher Chapman (2007) skal metodologi forstås således:

“The attribute ‘qualitative’ is a question of methodology, the general approach taken to the study of research topic, which is independent from the choice of methods, such as interview, observation and questionnaire” (Ahrens & Chapman, 2007: 301).

Ifølge Ahrens og Chapman (2007) skelnes der mellem fem basiskoncepter i den kvalitative metodologi: Metodologi (en generel tilgang til at undersøge forskningsspørgsmål), metode (en specifik undersøgelsesteknik), teori (et sæt af forklarende koncepter), domæne (et felt hvorfra data indsamles) og hypoteser (en testbar proposition). På samme måde vil resten af de metodiske overvejelser struktureres ud fra Ahrens og Chapman's (2007) distinktioner, hvor brugen af hypoteser ikke ekspliciteres, men snarere er anvendt som løbende arbejdshypoteser. Teori behandles dog i et selvstændigt afsnit i umiddelbar forlængelse af metodologiafsnittet. Det er i det bevidste arbejde med disse begreber, at den kvalitative metodologi opnår samme stringens som den kvantitative metodologi (Ahrens & Chapman, 2007: 299). Dette bestræber vi os på ved eksplicit at forholde os til disse koncepter i de følgende afsnit. Nedenfor ses forskningsoversigt over specialet.

Problemformulering

Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere deres iværksættervirkelighed? Og hvordan virker disse forståelser sammen med InnoFounders forståelse af deres iværksætterpraksis?

Et narrativt litteraturreview

Et narrativt litteraturreview baseret på 90 videnskabelige artikler om kvinder og iværksætteri.

Et pragmatisk videnskabsteoretisk blik

Et pragmatisk videnskabsteoretisk udgangspunkt med afsæt i Georg Herbert Meads (1967) symbolske interaktionisme og den abduktive slutningsform.

Et casestudie

Et enkeltstående casestudie af tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere iværksættervirkelighed og InnoFounders iværksætterpraksis

En kvalitativ metodologi

Tre kvalitative metoder

2 Deep hanging out møder

15 Semistrukturerede interviews

1 Feedback- og valideringsmøde

Kodning og analyse

Figur 1: Forskningsoversigt

4.1 En kvalitativ forskningstilgang

Den kvalitative metodologi er funderet i specialets videnskabsteoretiske udgangspunkt, pragmatismen, der netop lægger op til en fortolkende metodologi, hvor det handler om at *forstå* fænomeners betydninger ideografisk. Metodologien giver os mulighed for eksplorativt at udforske meninger i samtalen og i interaktionen med respondenterne og samtidig teste vores hypoteser undervejs i tråd med den abduktive slutningsform. Således kan vi nærme os en detaljeret beskrivelse, såkaldte “thick descriptions”, af det undersøgte fænomen (Bryman & Bell, 2011: 404). Den kvalitative metodologi kan på den måde frembringe mere dybdegående indsigter, som ikke umiddelbart kan kvantificeres. Vi er i forlængelse heraf opmærksomme på, at vores fravalg af den kvantitative metodologi betyder, at den viden, der opnås gennem de enkelttilfælde, vi analyserer, ikke formelt set kan overføres til andre sammenhænge (Bryman & Bell, 2011). Formålet er snarere at indsamle dybdegående information om, hvordan iværksætteri forstås blandt kvinder og udfoldes i en iværksætterpraksis.

4.1.1 Et casestudie

Det er i forbindelse med den ene af forfatterens forhenværende ansættelse i Innovationsfonden, at vi første gang stifter bekendtskab med problematikken. I en efterfølgende dialog med Innovationsfonden bekræftes det, at problematikken stadig er aktuel, og det aftales yderligere, at InnoFounder skal udgøre casen for specialet. Et enkeltstående casestudie er valgt til specialets formål, da nærværende studie ønsker at opnå dybdegående forståelse af, hvordan respondenterne forstår iværksætteri i en praksisnær kontekst. Ved at anvende en mindre sample af kvalitative, dybdegående data, får vi mulighed for at opnå den ønskede “rige” forståelse, der tager højde for konteksten (Bryman & Bell, 2011: 404). Tilvalget af et enkeltstående casestudie indebærer en detaljeret analyse af en enkelt case i modsætningen til et mere overfladisk multipelt casestudie, der til gengæld har en højere grad af generaliserbarhed (Bryman & Bell, 2011). Enkeltstående casestudier kritiseres ofte for denne mangel på generaliserbarhed, da studierne tager deres afsæt i meget konkrete kontekster, hændelser og sammenhænge (Egholm, 2014). Modsat argumenterer Bent Flyvbjerg (2006) for, at formel generalisering er overvurderet som en kilde til videnskabelig udvikling. Meningen med videnskab er at opnå viden, og generalisering er kun én måde at gøre det på. Derfor kan viden stadig være overførlig, selvom formel generaliserbarhed ikke er en mulighed. Flyvbjerg omformulerer tesen om generaliserbarhed i casestudier til i stedet at lyde således:

“One can often generalize on the basis of a single case, and the case study may be central to scientific development via generalization as supplement or alternative to other methods. But formal generalization

is overvalued as a source of scientific development, whereas “the force of example” is underestimated”
(Flyvbjerg, 2006: 228)

Vi afviser derfor ikke, at specialets konklusioner kan fungere som et eksempel i andre praksissammenhænge. Vi har snarere en forhåbning om, at kommende analyse, konklusioner og anbefalinger kan bidrage med indsigter, der er brugbare på tværs af iværksætterpraksisser i Danmark, der netop møder denne problematik.

Specialets analyse beror således på primære data, der er indsamlet til opgavens analyseformål. Specialets indledende litteraturreview inkluderer desuden en mængde sekundære data, der er indsamlet til et andet formål end studiets (Bryman & Bell, 2011). Disse data spiller en rolle i etableringen af problemstillingens relevans på samfundsniveau og som en væsentlig del af forfatterens inquiry, der har indsigt i det overordnede felt casevirksomheden opererer indenfor.

4.2 Metoder

I dette afsnit vil vi argumentere for de metoder, vi har anvendt, til at tilvejebringe empirien i dette speciale. Som beskrevet indledningsvis vil disse metoder afspejle den tidligere beskrevne kvalitative metodologi.

Oversigt over anvendte metoder		
Deep hanging out	Semistrukturerede interviews	Feedback- og valideringsmøde
• 1 udforskende møde med to kvindelige iværksætter. • 1 problemafklarende møde med Vicedirektør, Hanne Harmsen og Programansvarlige, Sidsel Hougaard.	• 6 interviews med tidligere kvindelige ansøgere. • 6 interviews med potentielle kvindelige ansøgere. • 3 interviews med repræsentanter fra InnoFounder: Programansvarlig, Sidsel Hougaard, panelformand, Jørgen Bardenfleth og panelmedlem, Annette Krath Poulsen.	• 1 validerings- og feedbackmøde med vicedirektør, Hanne Harmsen, programansvarlig, Sidsel Hougaard og programrådgiver, Jane Thomsen.

Figur 2: Oversigt over anvendte metoder

4.2.1 At “hænge ud” i felten

I tråd med undersøgelsens kvalitative metodologi og det pragmatiske udgangspunkt har vi indledningsvist kvalificeret og kontekstualiseret vores undersøgelse gennem to eksplorative interviews med hhv. to kontaktpersoner fra Innovationsfonden og to kvindelige iværksætter. Dette for at be- eller afkræfte indledningsvis “hypoteser” og samtidig forsøge at neutralisere egne forforståelser. Disse arrangerede møder placerer sig metodisk mellem det, Dorthe Staunæs & Dorte Marie Søndergaard (2005) beskriver som aftaleantropologi og “Deep hanging out”⁶ (58). Deep Hanging out som feltarbejdsmetode går ud på, at man så at sige hænger ud i felten uden et mere defineret formål. Det giver mulighed for at deltage i feltet således det kropsliggjorte, sansede og fornemmede kan bidrage til at informere de senere analyser af det empiriske felt. Dette minder om, men skal ikke forveksles med, klassisk antropologi, der dog i modsætningen til metoden i nærværende speciale, involverer flere års deltagelse i felten. Vores version er tilpasset specialets formål og omfang. Denne “Deep hanging out” er dog stadig en langsommelig proces, hvorfor der i tråd med Staunæs og Søndergaard (2005) er valgt at kombinere tilgangen med elementer af aftaleantropologi. Aftaler skal i den forbindelse forstås som det faktum, at møderne med hhv. Innovationsfonden og de kvindelige iværksættere er aftalte møder, foruden adgangen til interne, iværksætterfokuserede arrangementer og mere formelle interviews. Hvad der er kommet ud af disse uformelle møder ekspliciteres nedenfor.

InnoFounder

Der afholdes en indledende, eksplorativ samtale med Programme Manager, Hanne Harmsen, og Programme Officer, Sidsel Hougaard fra InnoFounder. Denne samtale er af afklarende karakter, hvorfor den hverken er optaget eller transskriberet. Det er i en denne samtale, at vi bliver enige om, hvad der er relevant for begge parter at undersøge og ikke mindst, hvad der er muligt. Således etableres det, Edgar Schein (1999) kalder en “psykologisk kontrakt” (239), der har til formål at sikre, at der løbende forventningsafstemmes mellem involverede parter. Dette gøres ligeledes af etiske hensyn, da vores speciale alt andet lige er en intervention i InnoFounders hverdag. På dette møde aftales det bl.a., hvad vi som forskere betragter som nødvendig tilgængelighed i organisationen, og Hanne Harmsen og Sidsel Hougaard formidler ligeledes, hvad der er tilgængeligt af ressourcer. Denne samtale giver os yderligere indsigt i problemstillingen, der bl.a. indebærer, at problemstillingen ikke har et udtalt ligestillingspolitisk ophav, men snarere bygger på antagelser om, at der er et uudnyttet innovationspotentiale i de kvinder, InnoFounder ikke modtager ansøgninger fra.

⁶Staunæs og Søndergaard har begreberne fra Inger Sjørlev der præsenterede begreberne på et foredrag i juni 2001 kaldet “Imellem deep hanging out og aftaleantropologi” ved Socialforskningsinstituttets konference om kvalitative metoder (Staunæs og Søndergaard, 2005: 71).

To kvindelige iværksættere

Yderligere afholder vi et interview med to kvinder, der har iværksat en bæredygtig taskevirksomhed, og som er rekrutteret gennem professionelt netværk. Interviewet afholdes hos den ene af kvinderne, hvor virksomhedens daglige drift udspiller sig fra. Mens den ene jonglerer med sit seks måneder gamle barn på armen og i timerne inden den anden skal møde på et af hendes to supplerende jobs, får vi indblik i det at være iværksætter, kvinde, mor og menneske generelt. Denne samtale giver os følgende indsigter ift. problemstillingen:

- **Hvad er innovation?** Vi bliver opmærksomme på, at begrebet innovation er uklart og til tider ekskluderende. Disse kvinder får afslag på en InnoFounder-ansøgning, fordi 'det ikke var innovativt nok'. Det karambolere med deres egen forståelse af innovation: "For der er så mange dele i, hvorfor vi er innovative, men det er små bitte ting. Det er fine ting, ikke en eller anden stor breaking news innovation, hvor man kan sige det på én linje" (Lydfil 2: 49:38). Dette har givet anledning til at udforske innovationsbegrebet blandt kvinderne og i InnoFounder.
- **En mandeverden:** Vi bliver desuden opmærksomme på, at det at være kvinde bliver relevant i mødet med "den typiske iværksætter". De to kvinder fortæller bl.a., at "Forskellen på os og de der app-drenge, de er sådan 'hvad er skaleringspotentialet'. Vi er meget sådan, vi tager det som det kommer, og vi skal have os selv med i det" (Lydfil 2, 36:30). Dette har givet anledning til at udforske respondenternes visioner for deres virksomhed, samt hvorvidt de kan identificere sig med iværksætteri generelt.

4.2.2 Semistrukturerede interviews

I tråd med specialets kvalitative metodologi udgøres specialets empiriske grundlag yderligere af i alt 15 semistrukturerede, kvalitative interviews med relevante medlemmer af den undersøgte praksis (Se bilag 8 for respondent- og virksomhedsbeskrivelser). Disse interviews har alle haft en varighed mellem 39 minutter til 1 time og 7 minutter. Interviewene er foretaget med afsæt i det indledende møde med felten og vores litteraturreview. Staunæs og Søndergaard (2005) understreger, at "interview er velegnede til at udfolde mangefacetterede og ofte modsætningsfulde italesættelser af erfaringer, oplevelser, orienterings- og tolkningsrammer" (54). Således interviewes der efter kompleksitet, hvor fokus er på at få indblik i iværksættervirkeligheder. Semistrukturerede, kvalitative interviews er i modsætningen til kvantitative interviews mere fleksible og tillader, at man kan gå på kompromis med standardisering og i stedet følger respondentens narrative færd (Bryman & Bell, 2011: 466). Netop denne fleksibilitet er fundet brugbar, da problematikken kalder på en mere eksplorativ tilgang. Det kvalitative interview kan

således begrebsliggøres som “et socialt møde, en samtale mellem dialogpartnere, der sammen producerer tekstede fortællinger om den interviewedes virkelighed” (Staunæs & Søndergaard, 2005: 54). Gennem interviewformatet opstiller vi således en samtalsituation, der gør vores respondenter i stand til at skabe nogle narrativer om deres iværksættervirkeligheder i den givne situation.

Interviewguides

Det semistrukturerede interview adskiller sig fra det ustrukturerede kvalitative interview på den måde, at der tilføres en vis orden i form af en interviewguide. Vi har gjort brug af fem interviewguides, der har varieret alt efter om den har henvendt sig til Innovationsfonden, nuværende kvindelige iværksættere eller potentielle kvindelige iværksættere (Bilag 3-7). Her består variationen primært mellem kvinder og praksis, og blandt kvinderne i graden af erfaring med iværksætteri. Fælles er formålet om at udforske respondenternes forståelse af, hvad iværksætteri er og skal. Disse guides sikrer, at den data, der indsamles, kan benyttes til at besvare vores problemformulering. Dog er de fleksible, og giver plads til at hver unik interviewsituation kan udfoldes.

De 15 interviews udgøres af hhv. seks nuværende og seks potentielle kvindelige iværksættere og tre relevante repræsentanter fra Innovationsfonden. Udvælgelsen af disse respondenter uddybes i afsnittet ‘Domæne’. Alle interviews er indledt med en kort briefing af interviewpersonerne med det formål at klarlægge interviewets formål, varighed og fortrolighed relateret til indholdet af det endelige speciale (Kvale & Brinkmann, 2015: 183). Vi har forud for interviewet holdt information om specialets formål på et minimum, for at begrænse respondenternes forforståelser. Af samme grund har respondenterne ikke set interviewguiden på forhånd. Interviewguidene er ikke styret af teori, men inspireret af narrative spørgeteknikker, da vi ønsker at frembringe “(...) det erfarede, det levede, det ufærdige (...) for at den interviewede vil lukke en ind i de ufærdige refleksionsbevægelser og i de mere mangefacetterede fortællinger og oplevemåder” (Staunæs & Søndergaard, 2005: 63). Ligeledes har vi opfordret interviewpersonerne til at stille spørgsmål undervejs. Denne dobbelt-interaktion og samskabelse af viden har tilladt interviewene at gå ud over interviewguiden. Fokus i spørgeteknikken har primært været på at stille konkrete, praksisnære hvad- og hvordan-spørgsmål, da det er med til at udfolde og uddybe de oplevede og følte dynamikker (Staunæs & Søndergaard, 2005). Vi har desuden efterspurgt konkrete eksempler på det oplevede. Fokus på konkrete begivenheder har dannet invitation til komplekse og ambivalente narrativer om beslutningsprocesser, konkrete hændelser, relationer til andre, karriereveje, forretningsmæssige succeser og tanker om egen person og egne kompetencer. Interviewene er således bygget sådan op, at de indledningsvis lægger op til konkrete erfaringer og oplevelser og gradvist

appellerer til mere refleksion. Dette kan være “en invitation til den interviewede om at ‘forske med’” (Staunæs & Søndergaard, 2005: 67). Nedenfor er dette eksemplificeret:

Notetager, 01:04:32: Hvorfor tror du, der er så få kvindelige iværksættere?

Michala, 01:04:33: Øhm... Jeg tror, det er en blanding af hele det her med, hvad er der af risiko, forsikring og økonomi, de der ting, og så tror jeg også, det har noget at gøre med nogle af de fortællinger, der er rundt omkring.

Vi har især i interviewene med de potentielle kvindelige iværksættere, der har haft mere eller mindre færdige ideer, brugt hypotetiske eksempler på virksomheder og scenarier for fremtidige tilværelser. Det ses bl.a. i nedenstående uddrag fra et interview:

Interviewer, 30:22: Det giver god mening. Lad os arbejde med sådan en hypotetisk tanke om at du starter, lad os sige en bæredygtig virksomhed, og den helt konkrete idé behøves vi ikke at have på plads, men hvad drømmer du så om? hvornår vil din bæredygtige virksomhed være en succes?

Vi spørger desuden heller ikke kvinderne direkte ind til kønsproblematikken. Vi er af den opfattelse, at det former interviewet uhensigtsmæssigt meget i en bestemt retning og skaber en kunstig samtale om et abstrakt begreb, som de færreste forholder sig til i deres daglige virke. Derfor er kønsproblematikken ikke adresseret eksplicit af forfatterne i disse interviews. Kun i form af uddybende spørgsmål, hvis det er et emne, kvinderne selv bringer i spil. Innovationsfondens repræsentanter og ekspertpanelet er af indlysende årsager blevet spurgt ind til kønsproblematikken, da vi under disse interviews forsøger at forstå, hvorfor fraværet af kvindelige ansøgere problematiseres.

Overvejelser om forskerens rolle og indflydelse

Som nævnt, har den ene af specialets forfattere kortvarigt været ansat i Innovationsfonden. Dette særlige forhold er der taget hensyn til således, at alle interviews udført med tidligere kolleger er udført af specialets anden forfatter, for at undgå indforståetheder. Specialets førstnævnte forfatter har udført interviewene med aktører uden for fonden såsom kvindelige iværksættere, potentielle kvindelige iværksættere og eksterne aktører i ekspertpanelet. Dette for at sikre ensartethed i interviewene og spørgestil. Vi er dog bevidste om, at interviewer, uanset relationen, er en subjektiv deltager i den samtale, som interviewet konstituerer. Det kvalitative interview skal derfor betragtes som en tovejskommunikation, hvor vi som forskere selv deltager og bliver påvirket af/påvirker den data, der indsamles (Bryman & Bell, 2011). Herom skriver Staunæs og Søndergaard (2005), at “vil man som

interviewer ind i de komplekse dynamikker, der fungerer i det felt, man forsker i, så må man engagere sig i et socialt møde med den eller de personer, der lever kompleksiteten” (55). Det handler derfor ikke om at minimere forskerens indflydelse, men at etablere et samarbejde, hvori den interviewedes erfaringer og forståelse kan udfoldes.

Det er desuden fundet relevant at kommentere på graden af magt, der hersker i en interviewsituation. Dialoger involverer aktører, hvis gensidige positioneringer altid vil indebære hierarkiske aspekter (Staunæs & Søndergaard, 2005: 59). Af denne grund har vi været opmærksomme på, at vi ikke har kunnet interviewe repræsentanter fra Innovationsfonden på samme måde, som vi eksempelvis har kunnet interviewe potentielle kvindelige iværksættere, da de forskellige respondentgrupper er en del af forskellige sociale kontekster. Repræsentanter fra InnoFounder taler ud fra en logik, der er konstitueret af den professionelle praksis, de er en del af og den professionelle rolle, de besidder i denne kontekst (ibid: 62). Vi er derfor opmærksomme på, at vi i denne relation har fået adgang til allerede færdige formuleringer og tænkte politikker, men vi har på samme tid forsøgt at skabe rum for at bevæge vores interviewpersoner i en retning af det, der er mindre færdigt. Vi har gjort vores interesse for sådanne fortællinger helt tydelig ved at opfordre til refleksion og gøre interviewpersonen klar over, at der ikke findes rigtige eller forkerte svar på vores spørgsmål.

4.2.3 Afsluttende validerings- og feedbackmøde

I tråd med vores pragmatiske udgangspunkt og den abduktive slutningsform, afholder vi desuden et afsluttende validerings- og feedbackmøde med programansvarlige, Sidsel Hougaard, vicedirektør, Hanne Harmsen, samt programrådgiver, Jane Thomsen, der tilsammen udgør det team, der i skrivende stund har ansvar for at udvikle en ny iværksætterstrategi i Innovationsfonden. Således er der beslutningskompetence til stede på mødet. Dette møde har til formål at 1) præsentere indsigter fra studiet samt teste disses plausibilitet, 2) afklare spørgsmål og udforske den ønskede rolle for programmet fremadrettet og 3) afklare spørgsmål om, hvad der er realistisk og relevant for fonden at implementere.

4.3 Domæne

Som beskrevet tidligere eksisterer specialets domæne, der hvor data indsamles fra. I dette tilfælde udgør repræsentanterne for InnoFounder samt tidligere og potentielle kvindelige ansøgere domænet for denne undersøgelse. Om et domæne skriver Ahrens & Chapman (2007), at:

“(...) the field as a domain can appear deceptively simple because it seems to appeal to a given empirical space, such as the site of a factory, when in fact the shape of the field depends on its usefulness for answering the research question” (303).

Således er domænet ej heller et objektivt afgrænset område, men en subjektiv indsnævring af, hvad der af dette speciales forfattere betragtes som relevant og tilgængeligt til besvarelsen af speciales problemformulering. Her minder Ahrens og Chapman (2007) os om, at “(...) when we are thinking about exposure to the field, is it important to remember it’s constructed nature” (307). Denne indsnævring af specialets domæne har været en fortløbende proces som et resultat af undersøgelsens eksplorative karakter. Således er vi i den løbende dialog med feltet blevet afklarede omkring, hvilke centrale aktører, der er relevante for at opnå en dybere forståelse af praksis. Det er i denne proces, vi har indsnævret vores dataindsamling til repræsentanter for programmet InnoFounder samt de to grupper af kvinder. Staunæs og Søndergård (2005) argumenterer for, at “(...) det vil for det meste være mest hensigtsmæssigt at opsøge mennesker, der er forskelligt positioneret inden for det felt, man forsker i” (55). Af samme grund har udvælgelsen af respondenter til dette speciale ligeledes fundet sin retfærdiggørelse. Nedenfor tydeliggøres udvælgelsen af respondenter samt argumenterne herfor.

4.3.1 Udvælgelse af respondenter

Individuelle interviews med repræsentanter fra InnoFounder

Da specialets forfattere har ambitioner om at forstå kvindelige iværksættere i relation til den praksis, InnoFounder udgør, har vi afholdt tre semi-strukturerede interviews med relevante aktører fra InnoFounder; programansvarlig, Sidsel Hougaard, panelformand, Jørgen Bardenfleth og ene kvindelige panelmedlem, Annette Krath Poulsen (Se Bilag 8 for respondentbeskrivelser). Disse interviews er afholdt for at sikre, at problemstillingen undersøges med afsæt i den virkelighed, der er i InnoFounder. Yderligere er interviewene afholdt med henblik på at opnå indsigt i, hvilke forståelser af iværksætteri, der gør sig gældende i InnoFounder, og hvordan disse forståelser er med til at forme praksissen og problematikken.

Individuelle interviews med nuværende og potentielle kvindelige iværksættere

Da specialets primære orientering er at undersøge og forstå de kvinder, der er gjort til genstand for problematikken, udgør de derfor også størstedelen af den tilvejebragte empiri. Med henblik på at tegne nogle linjer op i denne gruppe af kvinder, og af hensyn til at bidrage med så retvisende et udsnit som muligt, har vi afholdt semistrukturerede interviews med to grupper af kvinder:

- Seks tidligere InnoFounder-ansøgere. Heraf har tre modtaget bevilling og tre har fået afslag.
- Seks potentielle InnoFounder-ansøgere, der reelt overvejer at iværksætte.

De kvindelige iværksættere, der har været i berøring med Innovationsfonden, er rekrutteret i samarbejde med programansvarlige, Sidsel Hougaard. Sidsel har rettet kontakt til en række af kvinderne og videreformidlet kontaktoplysninger på andre. Således har udvælgelsen af disse kvinder været baseret på, hvad Bryman & Bell (2011) definerer som “convenience sampling”, hvor organisationsmedlemmer mere eller mindre udvælger interviewpersonerne (491). Dette har yderligere været med til at indsnævre specialets domæne. De potentielle kvindelige iværksættere er rekrutteret af specialets forfattere på baggrund af de kriterier, InnoFounder stiller til sine ansøgere. Dette både for at skabe relevans for Innovationsfonden, og samtidig for at skabe en vis stringens i udvælgelsen, således kønnet ikke eksisterer som eneste kriterium. Kvinderne er udvalgt på baggrund af:

- **Uddannelsesniveau:** Alle kvinder er indskrevet på en videregående uddannelse.
- **Dimission:** Alle kvinder er tæt på afslutningen af deres uddannelse
- **Idé:** Alle kvinder har en faktisk idé, de arbejder eller har arbejdet seriøst med, konkret eller tankemæssigt.

Forespørgsler på interviewpersoner, der lever op til disse kriterier, er sendt ud i forfatternes personlige netværk via Facebook og LinkedIn, og er ligeledes delt i studiefaglige Facebook-grupper. Det har desuden været ønskværdigt at inddrage potentielle kvindelige iværksættere fra et bredt udsnit af videregående uddannelser, idet programmet henvender sig til alle videregående uddannelser.

Ifølge Kvale & Brinkmann (2015) afhænger det optimale antal af interviewpersoner af undersøgelsens formål. Hvis man forsøger at forstå en gruppe af menneskers forståelse af et fænomen, bør man gennemføre nye interviews indtil det mætningspunkt, hvor yderligere interviews ikke tilføjer meget nyt. Da vi under femte og sjette interview med hhv. tidligere InnoFounder-ansøgere og potentielle InnoFounder-ansøgere ser tydelige mønstre i kvindernes svar, vurderer vi, at undersøgelsen er mættet.

4.4 Behandling og analyse af data

Dataene fra de afholdte interviews behandles gennem transskribering og kodning. Disse databehandlingsmetoder præsenteres i det følgende afsnit.

4.4.1 Transskribering

Alle 15 interviews er lydoptagede og transskriberede kort efter, de er afholdt. Ifølge Bryman & Bell (2011) bør et kvalitativt interview altid optages og efterfølgende transskriberes. Transskriptionen tillader gentagen udforskning af den interviewedes svar og muliggør, at vores empiriske data kan analyseres i dybden. Da vi har foretaget transskriberingerne sideløbende med datagenereringen, har vi fået mulighed for at reflektere over vores egen deltagelse i samtalerne. Disse refleksioner har været medvirkende til, at vi løbende har finjusteret vores interviewguides og spørgeteknik. Vi er opmærksomme på, at transskriberinger er rekonstruktioner af virkeligheden, da de går fra dynamisk, kontekstuel interaktion til statisk skrift, samt at både lydfiler og transskriberinger giver en dekontekstualiseret version af interviewene (Kvale & Brinkmann, 2015: 235). Fordi vi i vores analyse er interesserede i kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri, er vi hovedsageligt interesserede i, hvad der siges, fremfor hvordan det siges. Derfor er fyldord, lydord, pauser mm. som oftest ikke medtaget i transskriptionen (Kvale & Brinkmann, 2015).

Transskriberingerne er vedlagt som bilag (Bilag 9-23), og det er dermed disse, der refereres til, når respondenterne citeres i analysen. Når der fremadrettet citeres fra disse transskriberinger, vil der refereres til det tidspunkt i transskriberingen, hvor det fulde citat starter.

4.4.2 Kodning

I specialet benyttes kodning til at håndtere den indsamlede, kvalitative data. Vi har valgt at kode vores datamateriale med udgangspunkt i "Grounded Theory". Grounded theory er en "komparativ, iterativ og interaktiv metode til undersøgelser af empiriske processer" (Järvinen & Mik-Meyer, 2017: 175). I denne proces spiller kodning en vigtig rolle:

"Kodning er en proces, hvor man definerer, hvad data handler om. I modsætning til forskere, der arbejder med kvantitative data - hvor *på forhånd givne* kategorier anvendes i forhold til dataene - skaber GT-praktikere deres koder ved at definere, hvad de ser i empirien. Koder emergerer, når man gransker sine data og tilskriver dem mening" (Järvinen & Mik-Meyer, 2017: 188)

Kodning i Grounded Theory består af mindst to faser, åben og fokuseret kodning, der begge har til formål at skabe analytisk mening i datamaterialet (Järvinen & Mik-Meyer, 2017). Under den indledende, åbne kodning har vi arbejdet intenst med vores data, linje for linje, og defineret de særlige forhold, der efter vores opfattelse optræder i den (Esterberg, 2002). Vi har på dette tidspunkt forholdt os

åbent til data og søgt at bevare al væsentlig kompleksitet under udarbejdelsen af analytiske kategorier. Vi har stillet nogle basale spørgsmål til dataene, såsom: Hvordan beskriver kvinderne det, de finder vigtigt? Åben kodning forhindrer, at man bliver så opslugt af sine interviewpersoners verdensbillede, at man uden videre accepterer det og derved ikke ser på sine data med kritiske og analytiske øjne (Järvinen & Mik-Meyer, 2017).

Vores kodningsproces har været delt op således, at vi adskilt har kodet hvert interview, og løbende noteret og navngivet de koder, den åbne kodning har givet anledning til. Yderligere har vi arbejdet med tre grove opdelinger af data: Potentielle iværksættere, nuværende iværksættere og InnoFounder. Vi har først kodet data fra de potentielle iværksættere. Herefter har vi kodet data fra de nuværende iværksættere, og anvendt de samme koder fra de potentielle, hvor der er fundet ligheder, og tilføjet nye koder, hvor der er opstået nuancer. Det er i denne proces, at vi bliver opmærksomme på, at opdelingen af de to grupper af kvinder er unødvendig, da koderne gentager sig selv på tværs af grupperne. Afslutningsvis har vi kodet data fra repræsentanterne, hvor andre koder er anvendt. Vi har anvendt farvekoder i transskriberingerne for overblikkets skyld (Se bilag 24 for en oversigt over anvendte koder).

Efter vores indledende kodning er en fokuseret kodning foretaget for at syntetisere og tydeliggøre større segmenter af data. Fokuseret kodning går ud på at benytte de vigtigste og/eller hyppigst forekommende tidlige koder til at sortere store datamængder. Med andre ord er fokuseret kodning mere retningsbestemt, selektiv og konceptuel end linje-for-linje-kodning (Järvinen & Mik-Meyer, 2017). Under den fokuserede kodning, har vi truffet beslutninger om, hvilke af vores indledende koder, der analytisk set giver mest mening (Se bilag 25). Vores skift til den fokuserede kodning har dog været mere cirkulært end lineært, da vi hele tiden er vendt tilbage til både rådata og til kodningen i takt med, at analysen har udviklet sig. Således er der også foregået en mere uformel efterkodning, end den formelle. Ved at gøre fokuserede koder aktive og præcise (så de kan afspejle, hvad der sker, og hvad folk gør) kan man betragte dem som potentielle kategorier. Vi har efterfølgende ledt efter relationer mellem vores kategorier, for at forstå, hvordan de forskellige temaer relaterer sig til hinanden.

4.5 Troværdighed og autenticitet

Da der i nærværende speciale arbejdes ud fra en kvalitativ metodologi, må den data, metoden har tilvejebragt, ligeledes vurderes ud fra den kvalitative metodes kvalitetsbegreber. En gængs misforståelse er ifølge Ahrens og Chapman (2007), at kvalitative data ofte vurderes ud fra de kvantitative

kvalitetstermer; validitet og reliabilitet, der i særdeleshed tillægger resultaternes konsistens og replikation stor værdi. Som et alternativ til disse to begreber er det i stedet hensigtsmæssigt at vurdere dataene ud fra deres plausibilitet, eller som Ahrens og Chapman skriver: “We need to make our studies ‘plausible’ or, to use a term frequently referred to in qualitative field studies, ‘trustworthy’” (312).

Begrebet “Trustworthiness” og yderligere “Authenticity” udfoldes af Bryman & Bell (2011) som den kvalitative metodes kvalitetsbegreber. Trustworthiness, som her oversættes til troværdighed, består yderligere af fire kriterier; “Credibility”, “Transferability”, “Dependability” og “Confirmability” (Bryman & Bell, 2011: 395). Yderligere indebærer begrebet authenticity, som her oversættes til autenticitet, følgebegreberne: “Ontological authenticity”, “Catalytic authenticity” og “Tactical Authenticity” (Bryman & Bell, 2011: 399). Disse begreber og deres anvendelse i dette speciale udfoldes nedenfor.

4.5.1 Troværdighed

Nærværende speciale forsøger at imødekomme kvalitetskriteriet *credibility*, der omhandler undersøgelsens korrekte forståelse af den undersøgte sociale verden (Bryman & Bell, 2011). Dette er gjort under interviewene ved at opsamle på respondenternes væsentlige pointer, hvorefter de kan be- eller afkræfte, hvorvidt vi har forstået disse korrekt. Et eksempel på dette illustreres i det nedenstående udklip:

Interviewer, 33:34: Så hører jeg rigtigt, at en fordel ved iværksætteriet, hvis man kan arbejde med en meningsfuld ide, så kan iværksætteri gøre, at man er med til at skabe en forskel, men man er også samtidig med til at skabe et arbejdsliv, som man selv er herre over?

Emma, 33:52: Ja.

Yderligere er analysens udfald testet og efterfølgende modificeret ved inddragelse af specialets endelige modtagere, Innovationsfonden. Her har væsentlige beslutningstagere været med til at validere kvaliteten af vores arbejde ved at bekræfte og yderligere nuancere analysens fund. Dette afspejles i afsluttende anbefalinger. Desuden har alle respondenter forud for interviewet givet samtykke til, at interviewet optages og at deres fornavn anvendes. Efternavne og virksomhedsnavne udelades.

Kriteriet *transferability*, der referer til undersøgelsens overførbarehed til andre kontekster, er generelt ikke formålet med kvalitative studier (Bryman & Bell, 2011). Dog antages det alligevel, i forlængelse af

Flyvbjergs (2006) perspektiver på casestudiet, at specialet i nogen grad kan have udsigelseskraft for et bredere udsnit end den aktuelle case. Dette værende andre organisationer og institutioner, på tværs af sektorer, der oplever samme udfordring. At specialet vurderes til potentielt at have en bredere udsigelseskraft skyldes især, at det behandler en national tendens (Erhvervsstyrelsen, 2018) og at de potentielle kvindelige iværksættere, der er inddraget som respondenter, som sådan ikke er case-specifikke.

Kriteriet *dependability* kræver i princippet, at forskeren driver en form for revision over hele processen, hvor løbende problemformuleringer, overvejelser om udvælgelse af respondenter, feltnoter og logbøger etc. arkiveres (Bryman & Bell, 2011). Specialets forfattere har bestræbt sig på en høj grad af gennemsigtighed i processen, for at både processen og resultaternes ophav kan spores. Her spiller nærværende metodiske beskrivelser en væsentlig rolle herunder lydfiler, fulde transskriptioner og kodninger af datamaterialet. Således bør andre forskere kunne gentage undersøgelsen.

Kriteriet *confirmability* handler om forskerens, omend umulige objektivitet, så handlen i god tro. Det indebærer, at studiet ikke er farvet af personlige værdier og/eller teoretiske tilbøjeligheder (Bryman & Bell, 2011). Dog er nærværende undersøgelse funderet i et videnskabsteoretisk afsæt, der baserer sig på fortolkning, og er derfor også værdibundet, hvorved objektivitet i udgangspunktet er uopnåeligt. Dog er *confirmability* forsøgt imødekommet via studiets eksplorative tilgang og abduktive slutningsform samt en bevidst stillingtagen til den ene forfatters relation til Innovationsfonden. Yderligere har anvendelsen af semistrukturerede interviewguides bidraget til, at respondenterne har svaret på en række af de samme spørgsmål, der skaber grundlag for sammenligning, og har dermed skabt basis for *confirmability* af visse resultater.

4.5.2 Autenticitet

Kriteriet om autenticitet handler i sin simpelhed om undersøgelsens bredere politiske indflydelse. Overordnet betyder det, at undersøgelsen 'fairness', eller retfærdighed, etableres ved at repræsentere forskellige synspunkter blandt medlemmerne af den sociale praksis (Bryman & Bell, 2011). Dette er imødekommet ved netop løbende at inddrage forskellige repræsentanter fra den iværksætterpraksis, der undersøges.

Yderligere er det vores klare opfattelse, at specialet lever op til kriteriet *ontological authenticity*, der netop er, hvorvidt undersøgelsen hjælper medlemmerne til bedre at forstå deres sociale verden (Bryman & Bell, 2011). Allerede undervejs i interviewene er det vores opfattelse, at der er opstået erkendelse. Dette særligt som et resultat af interviewenes reflekterende karakter. Det er vores indtryk, at

interviewene allerede har skabt anledning til en mere bevidst forholden sig til, hvordan respondenterne kan spille en aktiv rolle i løsningen af problemet. Yderligere har flere kvinder givet udtryk for opnået erkendelse om egen væren:

Marie L., 49:25: Selvfølgelig. Det er også ret spændende, man kommer til at tænke over mange ting, man ikke har tænkt over. Det er sgu meget sjovt.

Yderligere er det i specialet forsøgt at imødekomme kriteriet om *catalytic authenticity*, der skaber grobund for handlen, der ændrer omstændighederne. Det er vores forhåbning, at vi i samarbejde med Innovationsfonden, på baggrund af nedenstående analyse og med udgangspunkt i afsluttende anbefalinger, kan bidrage til en ændring, der skaber grobund for bedre omstændigheder for kvindelige iværksættere. I samme vending er kriteriet *tactical authenticity* relevant, da det netop sikrer, at undersøgelsen har skabt 'empowerment' til at tage de nødvendige skridt mod forandring. Det er en forhåbning, at særligt specialets anbefalinger, med afsæt i validerings- og feedbackmødet, kan bidrage til dette.

4.5.3 Afsluttende, metodiske refleksioner

En problemstilling, vi er opmærksomme på i forbindelse med indsamlingen af denne form for data, er studiets retrospektive natur, herunder den usikkerhed, der ligger i interviewpersonernes hukommelse. Under vores interviews beder vi de seks nuværende kvindelige iværksættere om at huske tilbage på beslutninger og handlinger, der kan ligge lang tid tilbage. Der kan derfor være risiko for hukommelsesbias (Hammer & Høpner, 2014). Det faktum, at vores data bygger på erfaring, kan dog også berige vores undersøgelse. Argumentet findes i den refleksion over handling, som ses hos Donald Schön (2004). Refleksion over handling er den refleksion, praktikerne udfører efter en udført handling, og som bidrager til hans eller hendes samlede forståelse af praksis (Schön, 2004). Den efterfølgende refleksion over praksis giver således læring til vores interviewpersoner. Denne læring kan være med til at berige vores indsigter. Dog er vi med vores pragmatiske udgangspunkt for specialet ikke interesserede i at finde en endegyldig sandhed, men derimod, hvordan interviewpersonerne har fortolket og skabt mening omkring disse beslutninger, hvilket ofte foregår retrospektivt (Weick, 1995). Vi har dog forsøgt at minimere tiden mellem handling og dataindsamling, ved at udvælge respondenter, der inden for rimelig tid har truffet beslutningen om iværksætteri samt at undersøge de samme overvejelser hos potentielle iværksætterkvinder, der befinder sig i beslutningsprocessen lige nu. I forhold til denne gruppe af kvinder er vi dog opmærksomme på det gap, der kan eksistere mellem intentioner og handlinger. Vi beder disse potentielle kvindelige iværksættere om at forholde sig til fremtidige handlinger, men anerkender, at dette ikke er ensbetydende med, at disse handlinger rent faktisk ender

med at finde sted. Vi har dog fundet denne gruppe af kvinder afgørende for den forståelse, vi ønsker at tilvejebringe.

4.6 Specialets bidrag til forskningen

Nærværende speciale tilbyder særligt tre bidrag. Det ene bidrag er det empiriske bidrag til forskningen, dvs. at forstå disse nuværende og potentielle kvindelige iværksættere via et casestudie i relation til en iværksætterpraksis. Ved både at se på kvinder, der er blevet iværksættere og kvinder, der overvejer at blive iværksættere, samt at inddrage konteksten, der her er iværksætterpraksissen, InnoFounder, demonstrerer specialet nuancerne i problematikken. Det andet bidrag er selve måden at forstå feltet på. Vi forstår kvinderne i sig selv og sammenligner dem ikke med mænd, som vi i det indledende litteraturreview har peget på. Det tredje og nok mest væsentlige bidrag, er specialets praksisbidrag. Dette særligt i form af specialets pragmatiske udgangspunkt, hvor studiet taget udgangspunkt i et reelt problem i praksis. Her spiller specialets anbefalinger en væsentlig rolle.

5. Teori

Hensigten med følgende afsnit er at præsentere samt afgrænse valg af teori til besvarelse af ovenstående problemformulering. I tråd med specialets videnskabsteoretiske og metodologiske tilgang, anvendes flere teoretiske perspektiver med henblik på at åbne op for sammenhænge i empirien, eftersom det er gældende for nærværende undersøgelse, at “(...) events in the field may best be explained with reference to multiple theories” (Ahrens & Chapman, 2007: 302). Der arbejdes således eklektisk⁷ med de valgte teorier, hvorfor kun relevante dele af teorierne anvendes. På den måde skabes en samlet teoretisk helhed, som, forfatterne mener, er fordelagtig for besvarelsen af problemformuleringen. Således er det et kerneelement i vores analysestrategi ikke at reducere kvindernes eller InnoFounders iværksættervirkelighed til entydige teoretiske størrelser. Analysen, og dermed inddragelsen af teori, består af fire kapitler, der bevæger sig på tre niveauer: Et individ-, praksis- og komparativt niveau, der redegøres for i det følgende.

En narrativ forklaringsramme

Vi har fundet en narrativ forklaringsramme brugbar for den overordnede formidling af indsigterne af nærværende undersøgelse. Dette som et resultat af metodiske valg, dataenes karakteristika og undersøgelsens formål. Således foretages der ikke en komplet narrativ analyse, hvorfor andre teoretiske perspektiver inddrages i analysen af de fortællinger, det narrative blik åbner op for. Dog vil narrativ teori om identitet tildeles en selvstændig rolle i analysen, hvilket vi vender tilbage til under overskriften ’Identitet i et narrativt perspektiv’. Det er især erhvervspsykolog Michala Schnoors (2012), læsning af den narrative praksis, vi læner os op ad. Schnoor forklarer om den fortællende aktivitet:

“Meningen i begivenheder er ikke bare givet i sig selv. Den viden, vi har om vores liv og den verden, vi lever i, skaber vi som led i en aktiv fortolkningsproces, hvor vi tilskriver begivenheder og hændelser mening. Denne proces er struktureret i en narrativ form, hvor vi indordner begivenheder i en tidsmæssig sammenhæng” (Schnoor, 2012: 22).

Disse fortællinger former den måde, hvorpå vi ser os selv, andre og verden omkring os og skaber dermed fundament for vores handlinger. Vi læner vi os således op ad den narrative praksis, hvor kvindernes og InnoFounders forståelse af iværksætteri skabes gennem de narrativer, de fortæller os og andre. Ligeledes at den mening, de skaber omkring iværksætteri, bestemmer den adfærd og dermed de

⁷Eklektiker: En filosof der ikke udvikler sin egen teori, men sammenstiller den ved at udvælge elementer fra en række eksisterende teorier (ordnet.dk, 2018).

valg, der sandsynliggøres og muliggøres for dem. En grundlæggende antagelse i den narrative praksis er, at mennesker er meningsskabende væsener, der skaber mening for at kunne handle (Schnoor, 2012). Denne antagelse gør det nærliggende at inkludere Professor i Psykologi, Karl E. Weick (1995), der nuancerer meningsskabelsesbegrebet. En central pointe hos Weick er, at meningsskabelse sker retrospektivt. Således er også det i den efterfølgende refleksion over handlingen, at vi skaber mening. Yderligere peger Weick på, at meningsskabelse er “on-going”. Således er det også kun et øjeblik af denne meningsskabelse, vi i interviewene får indsigt i. Weicks teori nuancerer hermed handlingsbegrebet i Schnoors narrative praksis. Denne nuancering har vi fundet relevant, da vi i empirien observerer, at respondenterne reflekterer undervejs og kommer frem til nye meningsforståelser løbende i interviewet. Dette indikerer, at de ikke er færdige med meningsskabelsesprocessen.

5.1 Individniveau

I analysens første to kapitler er fokus på individniveau, hvor vi begriber kvindernes iværksættervirkelighed ud fra motivationsteori og identitetsteori, som redegjort for herunder.

5.1.1 Indre og ydre motivation

Det er fundet relevant at inddrage et teoretisk perspektiv på motivation, da vi i nærværende speciale bl.a. ønsker at forstå, hvordan kvinderne forholder sig til det at iværksætte. Heri bliver det relevant at forstå, hvad der driver dem til eller afholder dem fra at iværksætte. I den forbindelse er Professorer i Psykologi, Richard M. Ryan og Edward L. Deci (2000a), motivationsteori fundet særligt anvendelig. Ryan & Deci skelner mellem to typer af motivation, der bunder i forskellige årsager eller formål, der giver anledning til bestemt adfærd, hhv. “Intrinsic motivation”, her oversat til indre motivation, og “Extrinsic motivation”, her oversat til ydre motivation. Disse defineres som følger:

“The most basic distinction is between *intrinsic motivation*, which refers to doing something because it is inherently interesting or enjoyable, and *extrinsic motivation*, which refers to doing something because it leads to a separable outcome” (Ryan & Deci, 2000a: 55)

Således skal indre motivation forstås som den iboende tilfredsstillelse ved den blotte udførelse af en bestemt handling og ikke som en separat konsekvens af denne handling. Særligt tre psykologiske tilstande er essentielle for oplevelsen af indre motivation 1) “Competence” og 2) “Autonomy” 3) “Relatedness”. I nærværende speciale er særligt de to første tilstande fundet forklaringsdygtige for kvindernes motivation til at iværksætte. Om disse skriver Ryan og Deci (2000a), at

“(...) *feelings of competence* during action can enhance intrinsic motivation for that action because they allow satisfaction of the basic psychological need for competence (...) feelings of competence will *not* enhance intrinsic motivation unless they are accompanied by *a sense of autonomy*” (58).

Ydre motivation skal derimod forstås som den/de konsekvenser, den givne handling medfører. Dette er således adskilt fra selve handlingen. Dog udvider Ryan og Deci (2000b) begrebet ydre motivation til at spænde over et kontinuum af selvbestemmelse. Dette kontinuum spænder fra decideret at være umotiveret i den ene ende til indre motivation i den anden. Herimellem har Ryan og Deci identificeret fire grader af ydre motivation: 1) “External regulation” 2) “Introjection” 3) “Identification” 4) “Integration” (61). At bevæge sig i dette kontinuum er en proces, hvori regulering af adfærd i højere og højere grad internaliseres. Om denne proces skriver Ryan og Deci (2000b), at “Internalization is the process of taking in a value or regulation, and integration is the process by which individuals more fully transform the regulation into their own so that it will emanate from their sense of self” (61). I nærværende speciale er det fjerde og sidste stadie i dette spektrum, integrated regulation, fundet relevant for at forstå ydre motivationsfaktorer for iværksætteri. Denne form for ydre motivation læner sig i høj grad op ad indre motivation, idet der i denne er kongruens mellem egne værdier og behov og de ‘adfærdsreguleringer’, iværksætteri indebærer (Ryan og Deci, 2000b). Dog betragtes denne grad af motivation dog stadig som ydre, idet handlinger stadig er drevet af disse handlingers konsekvenser.

Således anvendes begrebet motivation i analysen til at begribe de faktorer, der driver kvinderne til at iværksætte og dermed det, som kvinderne forstår som særligt attraktivt ved iværksætteri. Dette perspektiv bidrager således til besvarelsen af analysespørgsmål 1.

5.1.2 Push og pull-faktorer

Vi har yderligere fundet det relevant er inddrage, Professorer i Management, Mary Mallon & Laurie Cohens (2001), perspektiv på iværksætteri som karrierevalg, der enten er motiveret af “push” eller “pull” faktorer. Heri anvendes et nuanceret perspektiv på disse faktorer, hvor de sættes i kontekst af karrierevalg:

“‘Push’ is generally interpreted as factors such as unemployment, redundancy and the perceived increasing insecurity of organizational positions. However, it could also be used to encompass the various organizational actions/inactions which lead to an individual feeling that they can no longer work

in that context (...) ‘Pull’ is about the supposed lure of independence, flexibility and choice on offer within the discourse of self-employment” (Mallon & Cohen, 2001: 218)

Mallon og Cohen forklarer, at disse kategorier sjældent er gensidigt udelukkende. Ud fra dette perspektiv har vi særligt fundet nuancer i push-faktorer relevante for at åbne op for fortælling om iværksætteri som et til- eller et fravalg for respondenterne. Det er i nærværende speciale ikke ønskværdigt at reducere kvindernes motivation for iværksætteri som enten et træk eller et skub. Det er snarere et teoretisk greb, der kan åbne for nuancerne i disse kvinders motivation. Således betragtes “push” og “pull” som to sider af samme sag, som begge er til stede i beslutningen om at iværksætte.

Begreberne “push” og “pull” anvendes således til at nuancere forståelsen af, hvad der driver kvinderne til at iværksætte. Dermed bidrager disse begreber til at nuancere besvarelsen af analysespørgsmål 1.

5.1.3 Self-efficacy

Vi vil endvidere i analysen betragte barrierer for iværksætteri som enten ydre, i form af faktiske, strukturelle barrierer, eller indre, i form af internaliserede, oplevede hindringer i individet. Særligt i forståelsen af det indre perspektiv på barrierer, har vi fundet det relevant at inddrage René Mauer, Helle Neergaard og Anne Kirketerp Linstad (2017) læsning af Albert Banduras (1986) psykologiske begreb “Self-efficacy”. Mauer et al. (2017) kontekstualiserer begrebet til iværksætteri, der betegnes som “Entrepreneurial self-efficacy”, og defineres som: “The extent to which an individual believes in his or her capabilities to mobilize the motivation, cognitive resources, and causes of action needed to meet given situational demands” (294). Erfaring er væsentlig for at opnå self-efficacy. Erfaring kaldes i Banduras terminologi “Mastery experiences” og kan defineres som “the gradual generation of an ability (...) The experience has to be sufficiently difficult to achieve and contain a potential danger of failure” (297). Begrebet self-efficacy og erfaring som den primære kilde hertil, vil anvendes til at forstå, hvordan usikkerhed er en væsentlig indre barriere for iværksætteri.

Således anvendes begrebet self-efficacy til at begribe de faktorer, der udgør indre barrierer for kvinderne og hindrer dem i at iværksætte. De ydre barrierer analyseres empirisk. Dermed bidrager disse begreber til at nuancere besvarelsen af analysespørgsmål 1.

5.1.4 Identitet i et narrativt perspektiv

Et narrativt perspektiv på identitetsskabelse inddrages, da empirien yderligere kalder på en forståelse af iværksættertilværelsen som dybere stikkende end karrierevalg. Kvinderne i vores undersøgelse står

enten snarligt over for, eller har stået over for en beslutningsproces, der medfører forandring; en transition fra studerende til professionel. Når man er udsat for diskontinuiteter i livet, er individets identitet åben for forandring gennem en refleksion omkring både fortiden og fremtiden (Schnoor, 2009). Således betragtes identiteten ikke som en stabil og sammenhængende personlighed, der er iboende i individet. I et narrativt perspektiv er identiteten mangfoldig, og individer har hver især mange forskellige identiteter. I nærværende speciale er det kvindernes udtrykte "iværksætteridentitet", vi søger at forstå tilblivelsen af. Schnoor definerer identitet i et narrativt perspektiv således:

"Identitet skabes inden for rammerne af de historier og fortællinger, der er tilgængelige for os, og som vi bringer i anvendelse i vores indbyrdes kommunikation. Hver gang vi fortæller en historie, er det en konstruktions- eller tilblivelsesproces, hvor vi og andre bliver til som bestemte mennesker "

(Schnoor, 2012: 36)

Således indikerer identitet en social proces snarere end en individuel natur. Schnoor baserer sin forståelse af identitet på Kenneth J. Gergens (1994) teori om "self-conception". Han skriver herom at "Self-narratives serve such social purposes as self-identification, self-justification, self-criticism, and social solidification" (Gergen, 1994: 188). Der findes således ikke en rigtig eller en forkert identitetsfortælling, men mange forskellige der træder frem i forskellige relationer og sammenhænge. Dette hænger sammen med det den narrative teoretiker, Michael White (2007), kalder "identitetens intentionelle karakter". Den intentionelle karakter indebærer, at mennesker er intentionelle mennesker, der har håb, drømme og ønsker for livet, og som Schnoor (2012) beskriver det: "Vi vil noget, og vi gør hele tiden noget. Og det, vi gør, ses som bestræbelser på at levendegøre vores foretrukne værdier, overbevisninger og moralske bestræbelser" (36). Således hænger identitet, i et narrativt perspektiv, tæt sammen med moral, hvor spørgsmål som 'Hvad er det, vi gerne vil udrette?' og 'Hvad føler vi os moralsk forpligtede over for?' bliver centrale.

At anskue identitet ud fra et narrativt perspektiv er fundet relevant for nærværende speciale, da der i respondenternes udtalelser er fundet stærke referencer til sådanne identitetskonstruktioner. Dog skal forståelsen af identitet i specialet ikke misforstås som en fraskrivelse af en mere fast personlig identitet. Vi forstår snarere iværksætteridentitet som en identitet, der kan tillægges og passes ind i allerede eksisterende identiteter. Således antages det også, at ikke alt konstrueres hele tiden, men at dele af identiteten har konsistens over tid. Dog er vi i dette speciale interesseret i at forstå, hvordan denne iværksætteridentitet opleves og konstrueres i den fortællende aktivitet, hvormed vi afholder os fra at forholde os til en personlig identitet. Det antages yderligere, at et individs identitet(er) ikke direkte kan

udledes af semi-strukturerede interviews. Det er dog vores overbevisning, at disse kan give et indblik i, hvordan de kvindelige iværksættere skaber deres identitet i relation til iværksætteri i den fortællende aktivitet.

Således anvendes det narrative identitetsbegreb til at forstå, hvordan respondenterne, i den iværksætter-kontekst, vi placerer dem i, forstår iværksætteri som et spørgsmål om identitet, og hvilken indflydelse det har på kvindernes egen selvforståelse. Hermed anvendes begrebet til at besvare analysespørgsmål 2.

Diskurser og positionering

Fortællinger skabes ikke ud af den blå luft, men er forankret i kulturelle diskurser. Begrebet diskurser kan forstås på mange måder, men i nærværende speciale læner vi os op ad Schnoors (2012) læsning af begrebet, der kan forstås således: "En diskurs er en klynge af udsagn, ord, forståelser, metaforer, fortællinger mv., der samlet set stiller en bestemt version af virkeligheden til rådighed, og skaber et bestemt handlerum" (39). Diskurser har altså betydning for, hvilke fortællinger, der er mulige at fortælle, og hvilken form disse fortællinger tager. I forlængelse af dette, er det fundet relevant at introducere det narrative greb "positionering" (Schnoor, 2012). En fortælling stiller nemlig bestemte positioner til rådighed. Herom beskriver Schnoor (2012), at "Når vi indtager en position i en diskurs, oplever vi os selv og verden ud fra det perspektiv, som den stiller til rådighed" (82). Således stiller bestemte positioner et bestemt sprogligt repertoire til rådighed som påvirker vores selvforståelse. Positioner er yderligere udstyret med moralske rettigheder og forpligtelser, der begrænser vores handlemuligheder. Således hænger positionering og magt nært sammen. Når vi positionerer os selv og andre i vores indbyrdes kommunikation, gør vi noget, der har virkelige effekter i den sociale verden, selvom denne positionering ikke nødvendigvis sker intentionelt (Schnoor, 2012). Samtidig bestemmer den dominerende viden, hvem der er i stand til at indtage magtpositioner. Således positionerer vi os selv og andre i mere eller mindre magtfulde positioner i de historier, vi fortæller.

Således anvendes diskurs- og positioneringsbegrebet til at åbne op for, hvordan kvinderne forstår iværksætteri og hvordan de positionerer sig selv og andre i de tilgængelige diskurser. Disse begreber anvendes således til at nuancere besvarelsen af analysespørgsmål 2.

5.2 Praksisniveau

Når vi i analysen vender blikket mod praksis og dermed InnoFounder, skifter vores analytiske fokus fra individniveau til praksisniveau. I analysens tredje kapitel forstår vi derfor iværksætteri ud fra et sociokulturelt og institutionelt perspektiv.

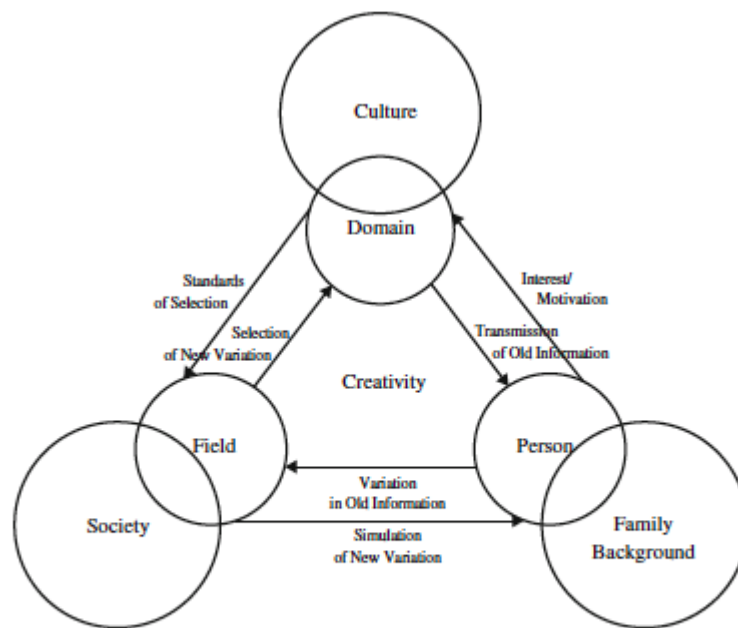
5.2.1 En sociokulturel forståelse af iværksætteri

I specialet anvendes en sociokulturel tilgang til kreativitet og innovation med afsæt i Professor i Psykologi, Mihaly Csikszentmihalyis (1990), systemmodel. Dette for at forstå InnoFounders rolle i, og dermed det institutionelle niveau af, den identificerede problematik. Csikszentmihalyi bygger videre på Theresa M. Amabiles konsensuelle definition af kreativitet, der lyder “A product is creative when experts in the domain agree it’s creative” (Amabile, 1982 i Sawyer, 2012: 214). Csikszentmihalyi forklarer i forlængelse heraf:

“To study creativity by focusing on the individual alone is like trying to understand how an apple tree produces fruit by looking only at the tree and ignoring the sun and the soil that support its life”

(Csikszentmihalyi, 1990: 202)

På baggrund af denne betragtning udvikler Csikszentmihalyi “The systems model of creativity”, der foreslår, at kreativitet og innovation kun kan forstås i samspillet af tre subsystemer: En kultur med sproglige og symbolske regler (domænet), individer der bringer noget nyt ind i domænet (personen), og en gruppe af eksperter, der anerkender og validerer innovationen (feltet) (Csikszentmihalyi, 1990). En person med en kreativ idé er således kilden til innovation, men den kreative idé kan ikke alene kaldes innovation, fordi idéen muligvis ikke har nyhedsværdi eller egnethed i det givne domæne. Ideens nyhedsværdi og egnethed vurderes i stedet af mennesker, der er eksperter i det pågældende domæne. I nærværende speciale betyder det helt konkret, at vi ikke kan forstå kvindernes iværksætterpotentiale alene med afsæt i kvinderne selv, men at vi bliver nødt til at tage højde for det felt, der vurderer kvindernes innovation, dvs. InnoFounder og deres ekspertpanel. Det er især denne idé om et felt, der bliver relevant i specialets analyse, hvorfor dette element af systemmodellen uddybes nedenfor.



Figur 3: The systems model of creativity (Csikszentmihalyi, 2014: 166).

Et felt af eksperter

Csikszentmihalyi (2014) bruger termen ‘felt’ til at referere til den gruppe af eksperter, der kan legitimere bestemte typer arbejde som kreativt, såkaldte ‘gatekeepers’. InnoFounders ekspertpanel kan analyseres som indflydelsesrige gatekeepers, idet de bestemmer, hvilken type kreativt og innovativt arbejde, der vil modtage funding. Felter kan variere i grader af autonomi og åbenhed for nye ideer inden for et domæne (Csikszentmihalyi, 2014). Csikszentmihalyi (2014) skriver herom:

“The point is that how much creativity there is at any given time is not determined just by how many original individuals are trying to change domains, but also by how receptive the fields are to innovation.

It follows that if one wishes to increase the frequency of creativity, it may be more advantageous to work at the level of fields than at the level of individual” (111)

En person med en innovativ idé er således ikke nok til at skabe innovation inden for et domæne. Personen skal også være i stand til at overtale feltet af eksperter, der skal være tilpas åbne over for nye idéer. Derfor kan manglende kreativitet fra bestemte grupper på et givent tidspunkt ikke kun forstås ud fra personerne selv. I specialets analyse anvendes Csikszentmihalyis system model på en lidt anderledes måde, end den oprindeligt er tænkt. InnoFounders ekspertpanel vurderer innovation inden for feltet af ‘iværksætteri’, der kan udføres inden for uendeligt mange forskellige ‘sub’-domæner såsom teknologi, håndværk, forretning mm. Iværksætteri er derfor et særdeles bredt domæne, der ikke kan siges at have

universelle konventioner, logikker og regler som eksempelvis synkronsvømningens-domænet, hvilket er Csikszentmihalyis mest yndede eksempel på et domæne. Når Csikszentmihalyi referer til et felt af eksperter, refererer han til de mennesker, der er eksperter inden for bestemte domæner og har internaliseret det givne domænes spilleregler. Vi har i specialet at gøre med formelt nedsat ekspertpanel, der skal vurdere iværksætteri. Csikszentmihalyi fremlægger dog denne vurderingsproces som mere implicit, hvor løst koblede felter, herunder dommere, forbrugere og eksperter, samlet set anerkender noget som legitimt i et domæne. Herved bliver panelet blot ét element i et bredere system af aktører, der vurderer iværksætteri.

Således anvendes Csikszentmihalyis blik på kreativitet, mere konkret hans feltbegreb, til at synliggøre, hvordan InnoFounder har en afgørende rolle i at vurdere, hvad iværksætteri er og skal. Perspektivet bidrager derfor til at besvare analysespørgsmål 3.

5.2.2 En institutionel forståelse iværksætteri

I kombination med Csikszentmihalyis sociokulturelle perspektiv på innovation er institutionel teori fundet forklaringsdygtig. Repræsentanterne fra InnoFounder taler på vegne af en institution, men de taler også som individer i en større institutionel kontekst. Således er vi interesserede i at forstå, hvordan individer, der tilsammen udgør et felt, kollektivt producerer og reproducerer institutionelle logikker.

Politolog, Peter Kjær (2000), definerer institutioner som “en bestemt type sociale strukturer, der påvirker adfærd” (179). Strukturerne er stabile, og skal ikke hele tiden genskabes og forhandles, men de er trods alt ikke naturgivne, hvorfor de over tid videreudvikles i samfundet. Kjær (2000) introducerer tre perspektiver på, hvordan man kan forstå institutioner: Som regulative, normative eller kognitive strukturer. Særligt sidstnævnte er fundet forklaringsdygtig for at forstå de rationaler, der hersker i InnoFounder om, hvad iværksætteri er og skal. De kognitive strukturer omhandler vores viden og erkendelse. Inden for dette perspektiv antager man, at individers formning af viden og erkendelse er grundlæggende for det verdensbillede, der træffes valg ud fra. I tilfældet med InnoFounder, kan disse kognitive strukturer eksempelvis være den uformelle forståelse af ‘best practice’ inden for iværksætteri. Disse verdensbilleder skabes i og reproduceres gennem institutioner. Det kognitive perspektiv forudsætter, at individer tilslutter sig institutionerne for at agere som fornuftige og ansvarlige mennesker (Kjær, 2000). Med andre ord internaliseres disse verdensbilleder i individerne, og bliver en del af de meningsskabelser, der ligger til grund for individets holdninger og handlinger. I forlængelse heraf finder vi det relevant at redegøre for institutionalisering som begreb. Ifølge Kjær (2000) kan institutionalisering forstås på to måder: 1) At noget bliver en institution over tid eller 2) At bestemte

aktiviteter i stigende grad bliver formet af bestemte institutioner. Vi har særligt fundet den sidstnævnte forståelse forklaringsdygtig, ift. hvordan praksissen i InnoFounder er et udtryk for institutionalisering.

Institutionelle logikker

Når vi anskuer InnoFounder ud fra et kognitivt perspektiv på institutioner, har vi ligeledes fundet det relevant at forstå, hvordan disse verdensbilleder opstår. I denne forbindelse anvender organisationsteoretikerne, Patricia H. Thornton og William Ocasio (2008), begrebet “institutionelle logikker”, der former og fokuserer holdninger og beslutninger. Institutionelle logikker kan defineres som:

”(...) the socially constructed, historical patterns of material practices, assumptions, values, beliefs, and rules by which individuals produce and reproduce their material subsistence, organize time and space, and provide meaning to their social reality” (Thornton og Ocasio, 2008: 101)

Denne definition skaber en bro mellem den individuelle adfærd og kognition og de socialt konstruerede institutionelle praksisser. I nærværende speciale er institutionelle logikker forbundet med iværksætteri. Vi forstår således de institutionelle logikker som individers og felters udøvelse af de kognitive strukturer.

Således vil de institutionelle begreber, kognitive strukturer og institutionelle logikker anvendes til at forstå, hvordan InnoFounder-repræsentanterne trækker på institutionelle logikker og reproducerer kognitive strukturer, når de forstår iværksætteri. Dermed til at begrebsliggøre og nuancere besvarelsen af analysespørgsmål 3.

5.3 Komparativt niveau

Til sidst i analysen vil vi forstå, hvorvidt der er overensstemmelsen mellem kvindernes og InnoFounders iværksættervirkelighed. Dette gøres primært empirisk og med afsæt i de tre foregående kapitler. Vi har dog fundet organisationsteoretikerne, Klaus Weber og Ann Glynn (2006) perspektiv på institutionel meningsskabelse givtig for sammenligningen.

5.3.1 Institutionel meningsskabelse

Vi anvender Weber & Glynn (2006) perspektiv på meningsskabelse for at begribe, hvordan InnoFounders iværksætterpraksis og kvindernes iværksættervirkeligheder direkte og indirekte virker

sammen. Weber & Glynn udvider Weicks sensemaking teori og forklarer, at meningsskabelse og fortællinger ikke finder sted i et vakuum, men at institutioner er tæt vævet ind i individets meningsskabelsesproces. Således må vi både forstå meningsskabelsesprocessen som et resultat af makro-strukturer i institutionerne og mikro-processer hos individerne (Weber & Glynn, 2006: 1640). På den måde forstår vi forståelserne af iværksætteri som en vekselvirkning mellem individer og institutioner, der gensidigt påvirker hinanden. Weber og Glynns perspektiv giver os ligeledes mulighed for, ikke kun at se institutioner som en kognitiv begrænsning for vores meningsskabelse, men som den kontekst, der kan være med til at udløse meningsskabelsesprocesser, når vores eksisterende viden og tro udfordres.

Således anvendes Weber & Glynns (2006) blik på institutioner til at forstå, hvorvidt InnoFounders iværksætterpraksis påvirker kvindernes forståelse af iværksætteri, hvormed perspektivet bidrager til at besvare analysespørgsmål 4.

6. Analyse

Kommende analyse er dikteret og dermed struktureret af empirien, hvorfor de kvindelige iværksættere, nuværende som potentielle, tildeles en større vægt i analysens omfang end repræsentanterne fra InnoFounder. Således afspejler analysen specialets empiriske grundlag. Når empirien tildeles denne centrale rolle, vil tidligere nævnte teoretikere kun inddrages, hvor de kan åbne op for sammenhænge i empirien.

Analysen bevæger sig på tre niveauer: et individ-, et praksis- og et komparativt niveau. Analysens første og andet kapitel dedikeres til en dybdegående forståelse af kvindernes erfarings-, oplevelses-, og tankeverden, der står centralt i deres iværksættervirkelighed. Analysens tredje kapitel dedikeres til en analyse af InnoFounders iværksættervirkelighed. I analysens fjerde og sidste kapitel sammenlignes, hvordan hhv. kvinderne og InnoFounder forstår iværksætteri. Analysen er struktureret således, at der under hvert kapitel identificeres en række temaer, som illustreret herunder.

Analysedel 1: Individ niveau

Kapitel 1: Iværksætteri som karriere

Sp1: Hvad driver og afholder tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere til og fra at iværksætte?

Teori

- **Ryan & Deci (2000)** Indre og ydre motivation
- **Mallon & Cohen (2001)** Push & pull
- **Mauer et al. (2017)** Self-efficacy

Kapitel 2: Iværksætteri som identitet

Sp2: Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere iværksætteri, og hvilke konsekvenser får dette for deres forståelse af dem selv som (potentielle) iværksættere?

Teori

- **Schnoor (2012)** Narrativ identitetskonstruktion. Herunder diskurs er og positionering

Analysedel 2: Praksis niveau

Kapitel 3: Iværksætteri i praksis

Sp3: Hvordan forstår repræsentanterne fra InnoFounder iværksætteri og hvordan udmønter disse forståelser sig i deres praksis?

Teori

- **Csikszentmihalyi (1990)** The system model
- **Kjærs (2000)** Institutioner
- **Thornton og Ocasios (2008)** Institutionelle logikker

Analysedel 3: Komparativt niveau

Kapitel 4: Sammenligning af forståelser af iværksætteri

Sp4: Hvilke ligheder og forskelle er der mellem kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri og hvilken virkning får disse?

Teori

- **Weber & Glynn (2006)** institutionel meningsskabelse.

Figur 4: Analysedesign

Analysedel 1: Individniveau

Analysens første del opererer på individniveau og indeholder to kapitler: “Iværksætteri som karriere” og “Iværksætteri som identitet”. I denne analysedel fokuseres der på det, der binder de 12 kvinders historier sammen, men vi forholder os samtidig følsomt til hver histories nuancer. Derfor inddrages fortællinger fra nuværende og potentielle InnoFounder-ansøgere sideløbende, og deres perspektiver supplerer således hinanden. Kvinderne i studiet taler ikke ud fra hvilken som helst position – de taler som iværksættere. Dette som en konsekvens af, at de ikke afviser, men påtager sig denne position, da vi ‘rekrutterer’ dem. Af samme grund betegnes de to grupper af kvinder fremadrettet som hhv. nuværende og potentielle *iværksættere*, frem for tidligere og potentielle InnoFounder-ansøgere, da det er disse positioner, kvinderne fortæller deres historier ud fra.

6.1 Kapitel 1: Iværksætteri som karriere

Tanker om og ønsker for en fremtidig karriere, herunder valget om iværksætteri som karrierevej, er udvalgt som et centralt tema i empirien. Der kan identificeres en række fællestræk, der centrerer sig om helt grundlæggende ønsker om karriere og liv generelt, der udmønter sig i nogle drivere og barrierer for iværksætteri. Dette kapitel vil derfor stille skarpt på følgende kategorier: 1) Drivere for iværksætteri som karriere 2) Et tilvalg af iværksætteri eller et fravalg af et ’almindeligt arbejde’? og 3) Barrierer for iværksætteri som karriere. For at belyse disse temaer anvendes Ryan & Decis (2000) perspektiv på indre og ydre motivation, Mallon & Cohens (2001) perspektiv på push- og pullfaktorer og Mauer et al.’s (2017) perspektiv på self-efficacy.

Således, vil vi i dette kapitel besvare analysespørgsmål 1: *Hvad driver og afholder tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere til og fra at iværksætte?*

6.1.1 Drivere for iværksætteri som karriere

Flere grundlæggende motivationsfaktorer bliver centrale i kvindernes forestillinger og fortællinger om fremtiden. Det er fundet brugbart her at beskue disse fortællinger ud fra Ryan og Decis (2000) begreber om indre og ydre motivation for at besvare analysespørgsmål 1 og dermed nærme os en forståelse af, hvad der motiverer kvinderne til at iværksætte.

Indre motivation: At sætte i værk

Et væsentligt parameter, der styrer, hvordan mennesker handler, er det Ryan og Deci (2000a) kalder "Intrinsic motivation", hvor det er opgaven i sig selv, der motiverer. Dette begreb er fundet brugbart til at forstå nogle centrale nedslagspunkter i respondenternes fortællinger, der netop synes at opfylde de betingelser, der forudsættes i begrebet indre motivation. Yderligere bliver særligt to af Ryan og Decis (2000b) psykologiske behov, kompetence og autonomi, brugbare for analysens udsigelseskraft. Vi har i empirien identificeret tre former for indre motivation, vi har valgt at kalde 1) At skabe noget 2) At være tilpas udfordret 3) At bestemme selv.

At skabe noget, bidrage til noget og gøre en forskel

Det der driver kvinder til at vælge iværksætteri som fremtidig karrierevej udtrykkes af respondenterne i en række indre oplevelser, som går igen hos langt de fleste omend i diverse, personlige formater. Her fylder fortælling om at iværksætteri medfører muligheden for at "skabe noget", "ændre noget" eller "bidrage til noget" og i særdeleshed at "gøre en forskel for andre" (Alruna, 12:30; Malou, 13:01; Sofie, 35:36; Camilla, 04:08; Emma, 10:52; Marie L., 30:41; Emilie, 34:02) en hel del. Herom fortæller en nuværende iværksætter om hendes produkt, der hjælper mennesker med lammelser med at navigere på skærme:

"Hvis man har set et menneske mega deprimeret og et kvarter efter, efter at have brugt den, lyser fuldstændigt op, så kan man forstå, hvorfor jeg gør det. Det er det vildeste at se et menneske blomstre"
(Lizanne, 31:51)

Selvom dette peger på, hvad hun gør for andre, er plottet i historien, at hun selv får en oplevelse ud af at udleve iværksætteriet, som beskrives som "det vildeste". Denne oplevelse opfylder betingelserne for begrebet indre motivation, der netop indbærer, at selve aktiviteten er interessant eller tilfredsstillende i sig selv. Derved kan indre motivation forstås som en relation mellem individ og aktivitet. Flere fortæller samme historie om, hvordan det, de skaber via deres idé og den indflydelse, det får på andre, motiverer dem (Emilie, 23:54). Herom uddyber Sofie, at "Det er det med at skabe. Og det er det med at få andre med på en ide, og se hvordan andre også kan blomstre qua den ide" (Sofie, 35:36).

For andre iværksættere er denne indre gevinst i selve opgaven endnu mere eksplicit i deres fortællinger (Camilla, 19:03; Marie, 48:56). Her placerer de ikke andres glæde af deres arbejde i midten af fortællingen, men egen glæde ved udførelsen af opgaven. Nuværende iværksætter, Camilla, får gennem iværksætteriet en oplevelse af mening: "Det er ikke noget, jeg laver, fordi nogen skal bruge det til et eller andet, det er noget jeg laver, fordi jeg selv ved lige præcis, hvad det skal bruges til. Så det giver

bare mening” (Camilla, 19:03). Ovenstående indikerer, at kvinderne er indre motiverede for at iværksætte, der i sin reneste form kommer til udtryk som oplevelsen af at være dybt interesseret, engageret og involveret i det man foretager sig (Ryan & Deci, 2000a).

At være tilpas udfordret

For at opnå en følelse af indre motivation, skal nogle psykologiske behov opfyldes. Blandt de kvindelige iværksættere forekommer det særligt væsentligt for en række af dem, at det de beskæftiger sig med, er udfordrende og matcher deres kompetencer (Sofie, 07:20; Marie, 23:22; Malou, 33:23; Lizanne, 19:47). Kvindernes fortællinger består blandt andet af udsagn som “Jeg skal sgu være lidt bange hver dag for, om jeg er kompetent nok, til at gøre det, jeg skal” (Marie, 23:22) og “Jeg skal virkelig udfordres, jeg tror, jeg er lidt af en mundfuld på det plan” (Lizanne, 19:47). Denne fortælling om behovet for at udfordres er særligt udtalt hos den potentielle iværksætter, Malou:

“Jeg kan godt lide at få noget modgang, og det kan være alt mulig form for modgang, fordi jeg synes det sætter ting lidt i perspektiv (...) Altså jeg tror, jeg har brug for at stå helt ude på kanten og ikke falde ud over. Men næsten” (Malou, 33:23)

En central pointe hos Ryan og Deci (2000b) er netop, at for at opnå indre motivation skal et psykologisk behov om “kompetence” opfyldes. Kompetencefølelsen afhænger af, at individet konstant sørger for at påtage sig udfordringer, der passer til vedkommendes evner. Derfor opleves udfordringer, der kan udvide individets kompetencer, som en bevægelse mod indre motivation. Dog peger Ryan og Deci på, at kompetencefølelsen kræver muligheden for og friheden til at handle på sine kompetencer, hvilket kræver autonomi eller det, vi i nærværende speciale har valgt at kalde selvbestemmelse. Netop behovet for selvbestemmelse uddybes nedenfor.

At bestemme selv

Et tredje væsentligt element i kvindernes motivation for at iværksætte bunder i et behov for selvbestemmelse, som er et centralt tema i langt de flestes fortællinger. Begrebet selvbestemmelse identificeres som kvindernes oplevelse af eller forventning om selv at bestemme, hvad de bruger deres ressourcer på. Denne selvbestemmelse kommer stærkt til udtryk i nedenstående citatuddrag fra nuværende iværksætter, Marie:

“Det, at du bygger noget, der er dit eget. Jeg synes for mig, der er det nemmere at holde motivationen højt, fordi du konstant skal lave noget nyt. I bund og grund. Så selvom du har nogle kedelige opgaver,

så shuffler du mellem så mange opgaver, hvor du selv bestemmer, det er dig der iværksætter projekterne i projektet” (Marie, 22:40)

Her er det igen selve opgaven, der er motiverende, og denne motivation faciliteres af den selvbestemmelse, iværksætteri medfører. I forlængelse af ovenstående udtryk for selvbestemmelse, beretter flere kvinder om, at iværksætteri er muligheden for at løse en opgave, som man synes, den skal løses (Michala, 41:14; Camilla, 16:00; Sofie, 22:56). Herom forklarer en nuværende iværksætter, at “det gode ved at være iværksætter, det er at kunne gøre tingene, som man synes, de skal gøres” (Michala, 41:14). Sådanne oplevelser af selvbestemmelse peger os i retning af, at iværksætteri opfylder disse psykologiske behov, der er afgørende for indre motivation. Ryan og Deci påpeger, at “(...) choice, acknowledgment of feelings, and opportunities for self-direction were found to enhance intrinsic motivation because they allow people a greater feeling of autonomy” (Ryan & Deci, 2000b: 70).

Ovenstående pointer indikerer, at begrebet indre motivation delvist forklarer, hvad der driver kvinderne i studiet til at iværksætte. Der er dog nogle elementer af kvindernes fortællinger, der ikke kan dækkes af begrebet indre motivation. Kvinderne inddrager ligeledes nogle drivere i deres fortællinger, der indikerer, at vi skal inddrage begrebet ydre motivation. Det stemmer overens med Ryan og Decis (2000b) væsentlige pointe om, at vi som mennesker sjældent udelukkende er indre motiveret. Dette er ligeledes gældende for disse kvinder (Ryan & Deci, 2000b). Hvordan kvinderne udtrykker eksternt funderet motivation, uddybes nedenfor.

Ydre motivation - Iværksætteri som et middel til et mål

Om ydre motivation forklarer Ryan & Deci (2000b), at “The real question concerning nonintrinsically motivated practices is how individuals acquire the motivation to carry them out” (71). Vi har i empirien identificeret en stærk fortælling om frihed og fleksibilitet, der synes at drive kvinderne til at iværksætte.

Frihed & fleksibilitet

Stort set alle kvinderne er i stand til at forholde sig til og gøre sig tanker om, hvordan de forestiller sig deres fremtidige karriere ser ud. Heri forstås iværksættertilværelsen som mere fri end arbejdstagertilværelsen. Friheden består i nogle overordnede frihedskoncepter om det “det frie liv” som iværksætter, der varierer fra kvinde til kvinde, men som tegner et samlet billede af frihedsbegrebet. Iværksætteri forekommer derfor som et middel til et mål, hvor målet her er det frie liv. For langt de fleste består friheden i rent praktisk selv at styre, hvornår man arbejder og samtidig styre, hvad man arbejder med. Herom forklarer en nuværende iværksætter meget rammende:

“Vi har friheden at til arbejde, når det passer ind og holde fri, når det passer ind. Den frihed og det der med selv at kunne bestemme, hvad vi skal gøre, og hvordan vi skal gøre det. Jeg har meget meget svært ved at forestille mig, at jeg nogensinde skulle komme tilbage til at sidde i en kommune” (Camilla, 15:16).

Således udmønter frihedsbegrebet sig på tværs af kvinderne sig særligt i to praktiske implikationer: Rådighed over egen tid (Emma, 10:40; Maya, 15:05; Marie, 13:44; Josefine, 29:56) og skabelsen af en fleksibel hverdag (Sofie, 23:49; Marie, 17:07; Camilla, 35:34; Alruna, 06:12; Sofie, 23:49; Emilie, 31:39). Disse praktiske implikationer af friheden opsummerer en potentiel iværksætter således: “Friheden, fleksibiliteten, jeg tror egentlig ikke jeg er særlig god til at have en chef, så det med at ligesom kunne være min egen chef eller være med til at sætte dagsordenen for, hvordan min dag skal se ud” (Sofie, 21:14). Friheden består altså i at skabe fleksibilitet og frigøre tid i sin hverdag, og dette peger på, at iværksætteri er et middel til en bestemt ønsket livsstil, erfaret som opfattet. Hvad friheden og fleksibilitet bruges til spænder over alt fra børnepasning, rejser, fritidsinteresser til klima. Flere nævner, at iværksætteriet giver fleksibilitet og friheden til at hente deres børn, når de har lyst og således er iværksætteri en mulighed for at frigive tid (Sofie, 38:30; Emilie, 31:39; Camilla, 34:57). For Marie skaber iværksætteriet også fleksibilitet og det bliver dermed et middel til at udleve hendes interesse for windsurf:

“Jeg ville gerne kunne være fleksibel (...) På det tidspunkt var jeg Danmarks mester i windsurf, og jeg ville bare gerne konkurrere internationalt. Så det var det vigtigste i bund og grund, det var bare at jeg kunne det, kunne lave noget på farten (...) Så da Mads ringede til mig med det her projekt, der var det den ultimative mulighed (Marie, 17:07)

Ovenstående eksempler peger på, at iværksætteriet således også tjener instrumentelle formål, hvilke ifølge Ryan og Deci (2000b) er et tegn på ekstern motivation. “[This] involve instrumentalities rather than enjoyment of the work itself” (71). Således ikke sagt at disse kvinder ikke får noget ud af at lave, det de gør, men at de også er drevet af andet end iværksætteriets indhold. Iværksætteriet bliver en mulighed for at “designe” sit liv. Netop dette begreb introducerer nuværende iværksætter, Marie: “Så for mig, der handler det også om livsdesign generelt” (Marie, 09:45).

Den form for driver, ovenstående eksempler peger på, lever op til betingelserne for den mest autonome form for ekstern motivation, der i Ryan og Decis terminologi kaldes “Integrated Regulation”. Dette kan

opstå, når de reguleringer, arbejdet indbærer, “(...) are fully assimilated to the self, which means they have been evaluated and brought into congruence with one's other values and needs” (Ryan & Deci, 2000b: 73). Handlinger, der er karakteriseret af denne form for ekstern motivation, deler mange fællestræk med indre motivation, men betragtes stadig som ydre, da disse udføres for at opnå adskilte mål end blot den iboende fornøjelse i selve opgaven. I ovenstående eksempler bliver iværksætteri på samme måde et middel til at opnå en bestemt livsstil, der er i overensstemmelse med disse kvinders værdier og behov.

Frihed vs. tryghed

Ovenstående indikerer nogle klare tendenser i drivet for iværksætteri, der er tæt knyttet til indre og ydre motivationsfaktorer. Dog er historien ikke altid lige entydig, og vi identificerer nogle modsigelser i kvindernes fortællinger om det frie liv, der gør selvsamme motivationsfaktor til en barriere for iværksætteri. Flere af de kvindelige iværksættere beretter om, hvordan iværksætteri ikke på samme måde etablerer den “tryghed” eller “sikkerhed”, som man får som arbejdstager (Alruna, 24:05; Marie L., 11:37; Camilla, 08:49). En af de potentielle iværksættere beskriver dette skisma således: “Så bliver det lidt et dilemma, fordi man kan godt lide den der tanke om det der frie liv, men (...) Det er jo også dejligt trygt bare at have et fast job og nogle faste strukturer, og man ved man skal møde op og gøre et eller andet” (Marie L., 11:37). Her understreger Marie L., at det almindelige arbejde, i kontrast til iværksætteriet, trods alt udgør en ønskværdig tryghed. På samme måde kommer selvbestemmelsen heller ikke uden en bagside, da den gennemsyrrer alt, hvad man som iværksætter foretager sig. Dette beskriver Marie som “selvforvaltning”:

“Du skal jo være beredt på at stå op og ikke have nogen struktur. Der er ikke nogen, der giver dig nogle opgaver, der ikke nogen, der siger til dig, hvad du skal gøre. Der er ikke nogen, der bestemmer over din tid. Det er fuldstændigt selvforvaltet” (Marie, 13:44)

Opsamlende peger dette på, at disse kvinder både er drevet af indre motivation, der her opstår i arbejdet med iværksætteri, der giver en oplevelse at udrette noget og at gøre en forskel. De er samtidig drevet af ydre belønning, hvor iværksætteri bliver et middel til et mål, der her er et frit og fleksibelt liv. Dog kommer denne frihed med en pris. Således er motivation for iværksætteri en mangefacetteret størrelse. Det viser sig i forlængelse heraf, at den kontekst kvinderne befinder sig i, også influerer kvindernes forståelse af iværksætteri.

6.1.2 Et tilvalg af iværksætteri eller et fravalg af et 'almindeligt arbejde'?

En anden form for driver, vi har kunnet identificere i empirien, kan forstås med afsæt i push/pull-begreberne (Mallon & Cohen, 2001). Helt centralt i empirien er fortællingen om det, kvinderne selv betegner som det 'almindelige arbejde' eller et 'otte til fire job', og hvordan dette sættes i kontrast til iværksættertilværelsen. Derfor tildeles denne fortælling også et selvstændigt afsnit. En beslutning om at forfølge en given mulighed kan nemlig ligeledes forstås i lyset af, i hvor høj grad disse kvinder "trækkes" (pull) imod iværksætteri eller om de "skubbes" (push) imod iværksætteri. De ovenstående motivationsfaktorer peger på en række pull-faktorer ved iværksætteri. Vi vil i spørgsmålet om iværksætteri som et til- eller fravalg se på de såkaldte push-faktorer og således nuancere svaret på analysespørgsmål 1, om hvad der driver kvinderne til at iværksætte.

Iværksætteri som et generelt fravalg af det 'almindelige arbejde'

Helt overordnet hersker der blandt både de nuværende og potentielle iværksættere en fortælling om, at det 'almindelige arbejde' kan forekomme kedeligt og formålsløst (Camilla, 07:13; Marie L. 23:50; Emma, 34:04; Malou, 27:34; Marie, 48:56; Emilie, 18:14). Kvinderne anvender negative vendinger som "arbejdsslave" (Emma, 34:04) "utaknemmeligt" (Malou: 27:34), "at sidde på sin flade røv i en kedelig cardigan" (Marie L., 44:41) og "et eller andet røvsygt som en bank" (Emilie, 18:14). En potentiel iværksætter forholder sig til det almindelige arbejde som uforeneligt med egen trivsel: "At sådan hele den der otte til fem eller ni til fem, bare sådan helt generelt som menneske, tror jeg, at det passer ikke lige til mig. Det har jeg svært ved, at være glad i" (Alruna, 06:12). Dette sættes i kontrast til iværksætteri, som en nuværende iværksætter beskriver det: "Iværksætteri er et eventyr. Og det synes jeg fandme ikke fucking kedelige jobs er" (Marie, 48:56).

Mere eller mindre ubevidst beskriver langt de fleste kvinder, at valget om iværksætteriet i høj grad er et fravalg af det 'almindelige arbejde', og hvad det fører med sig af rigide systemer, kompromiser og strukturer (Maya, 09:45; Marie, 09:30; Lizanne, 17:27; Camilla, 07:13; Alruna, 06:12; Emma, 34:04; Malou, 27:34; Marie L., 09:55; Sofie, 22:56). Dette er endda gældende for de potentielle iværksættere, der endnu ikke har befundet sig i det "almindelige arbejde" på fuld tid, og som blot bygger deres fortællinger på en forestilling herom. For nogle af kvinderne handler dette fravalg om, at de ikke føler, de passer ind eller trives i disse etablerede systemer og strukturer. En nuværende iværksætter beretter herom: "Jeg befinder mig ikke særligt godt i systemer, rigide systemer, hvor ting bliver kedeligt. Jeg keder mig hurtigt" (Marie, 09:45). En anden iværksætter beskriver ligeledes, hvordan de faste mødetider var nok til at opsigte hendes ellers spændende stilling og i stedet vælge iværksættervejen (Maya, 02:23). Denne fortælling går igen hos Lizanne:

“Men det kan godt frustrere mig lidt nogle gange. At jeg ikke bare kan nøjes med et job fra otte til fire. Og have seks ugers ferie om året og tjene fint (...) Men der har aldrig været et job, hvor jeg har tænkt, ‘det her, det er jeg virkelig lykkelig i’. Før det jeg laver nu” (Lizanne, 17:27).

Det almindelige arbejde kan altså være det første skridt til at tage beslutningen om iværksætteri, da arbejdet således opleves som et ‘skub’ i retningen af iværksætteri. Dette sker, både når kvinderne reflektivt forholder sig til, om de har lyst til at være i et almindeligt arbejde, men også ved afprøvelsen af det almindelige arbejde. Overvejelserne omkring etablerede strukturer, kompromiser og normer går igen hos en række potentielle iværksættere (Marie L., 09:55; Alruna, 06:12). Marie L. beskriver det meget billedligt herunder:

“Jeg kan godt lide tanken om, at jeg kan vågne op og tage det tøj på, jeg har lyst til at tage på på arbejde, i stedet for at tage en eller anden uniform på, fordi jeg nu skal passe ind i en eller anden kultur (...) Altså skrækscenariet er at komme ind i en eller anden offentlig forvaltning, hvor jeg skal sidde og arkivere dokumenter og have det stramt over det” (Marie L., 09:55).

Disse forståelser demonstrerer, hvordan kvinderne forholder sig relationelt til iværksætteri. Det gør de ved at beskrive alt det, et almindeligt arbejde er, som står i kontrast til alt det iværksætteri ikke er.

Iværksætteri som et fravalg af uforenelige værdier og praksisser

For andre består ‘skubbet’ mere i, at de ikke kan forene sig med de værdier og praksisser, de har været vidner til på de arbejdspladser, de har været tilknyttet (Sofie, 22:56; Malou, 13:01; Camilla, 05:24; Marie L., 24:17). Det er således ikke fravalget af ‘det almindelige’ arbejde per se, men mere konkrete aspekter heraf. En potentiel iværksætter fortæller bl.a., at “Nogle gange i [arbejdsplads] for eksempel, der er nogle af de der arbejdsopgaver, jeg har fået været sådan ‘Ej, hvad skal det overhovedet gøre godt for?’ Altså jeg kan ikke rigtig se resultatet (...) Jeg ved så lidt om, hvad hele organisationen egentlig står for” (Malou, 13:01). Med reference til en tidligere deltidsstilling har Malou altså en oplevelse af ikke at kunne gennemskue formålet med sine opgaver og virksomhedens formål generelt. For en nuværende iværksætter er det ligeledes konkrete erfaringer fra en tidligere stilling, der skubber hende i retning af iværksætteri. Hun fortæller herom, at

“Det var simpelthen bare ikke godt nok. Altså det var egentlig ikke så meget personligt, men det var

igen meget det faglige, at jeg synes ikke, det var godt nok, det vi havde at tilbyde, både børn og forældre. Jeg synes at sådan min egen faglighed, synes jeg jeg gik på kompromis med” (Camilla, 07:13).

Således handler iværksættervalget ikke kun om at vælge iværksætteri til eller fra, men ligeledes om at vælge et almindeligt arbejde til eller fra. Kvinderne forstår altså iværksætteri som en kontrast til det etablerede, som de ikke motiveres af og dermed tager afstand fra.

6.1.3 Barrierer for iværksætteri som karriere

Vi har ovenfor peget på en række faktorer, der motiverer kvinderne til at iværksætte - indre som ydre, push som pull. Men i kvindernes fortællinger er der også en række barrierer, der afholder dem fra eller gør dem usikre på valget om iværksætteri som karrierevej, der ligeledes kan kategoriseres i ydre og indre. Dette kan således forstås som pendanten til indre og ydre motivation, blot med omvendt fortegn. Dette bidrager til besvarelsen af analysespørgsmål 1, ved empirisk at pege på nogle ydre barrierer, for yderligere at begrebsliggøre de indre barrierer med afsæt i Mauer et al.’s (2017) perspektiv på “Self-efficacy”.

Ydre barrierer

De ydre barrierer analyseres her som de stopklodser for iværksætteri, der forekommer eksterne for kvinderne, og dermed er uden for kvindernes kontrol. Distinktionen mellem ydre og indre barrierer skal dog ikke forstås som gensidigt udelukkende. Ydre barrierer peger blot på strukturelle elementer, hvis forhindrende kraft lige såvel kan eksistere i individets opfattelse af disse. De mest fremtrædende ydre barrierer er økonomi og barsel, hvorfor de behandles i det følgende.

Økonomisk usikkerhed

En dominerende fortælling hos størstedelen af kvinderne er den om økonomisk usikkerhed forbundet med iværksætteri (Alruna, 16:30; Malou, 37:50; Emma, 17:45; Marie L., 25:01; Emilie, 34:02; Michala, 32:23; Camilla, 14:59; Josefine, 29:56; Lizanne, 46:57, Marie, 13:44). En nuværende iværksætter forklarer: “Som jeg ser det, er der kun én ulempe, og det er, at der ikke er den der sikkerhed for, at jeg bliver ved med at have en løn” (Camilla, 14:59). Den potentielle iværksætter Marie L., sætter lidt flere ord på hendes bekymringer om økonomi, som den største barriere for iværksætteri:

“Det er fandme økonomi altså, det må jeg sige. Det synes jeg er skræmmende, fordi hvis man nu havde en eller anden form for sikkerhed sådan ‘Det er fint nok, nu kan jeg bare gøre det her i et halvt år og jeg har ikke behov for at tjene nogle penge’, så ville jeg ikke have noget problem med at gøre det” (Marie L., 25:01)

At have en form for sikkerhed i økonomien er derfor omvendt en faktor, der kan gøre beslutningen om iværksætteri meget nemmere, som citatet ovenfor viser. Før vi fortæller den potentielle iværksætter, Alruna, omkring InnoFounder-programmet, siger hun ligeledes:

“Men jeg tror den her uvished med økonomi og altså sådan, så skulle vi i hvert fald have nogle investorer eller i hvert fald have en eller anden sikkerhed, at vi har løn i et år. Altså hvis jeg vidste det, så ville jeg sagtens kunne gøre det. Og så bare prøve at gå all in” (Alruna, 24:05)

Flere ræsonnerer sig frem til, at svaret på denne problematik kunne være et lån, men stort set alle tager afstand fra at gældsætte sig (Alruna, 26:23; Emma, 17:45; Malou, 37:50; Maya, 27:43), fordi det står i direkte kontrast til ønsket om det frie liv, som vi tidligere har peget på. En potentiel iværksætter uddyber: “Jeg har ikke lyst til at have en stor gæld (...) En stor gæld for mig er tanken om ikke at være fri” (Alruna, 26:48).

Bekymringen om barsel

En samfundsstruktur, der vanskeliggør kvindernes beslutning om og arbejde med iværksætteri, er barselsordningen⁸. Denne struktur forholder enkelte af nuværende iværksætterkvinder sig til og betragter den som en stor barriere for iværksætterkarrieren. Michala, der har startet sin virksomhed med to andre kvinder, fortæller, at hun og hendes medstiftere har brugt 1,5 år på at finde en løsning på barselsområdet (Michala, 25:45). Hun fortæller yderligere: “Men ift. det at være kvindelig iværksætter, jamen så er der denne her usikkerhed i, hvad sker der, hvis man bliver gravid, hvad gør man? (...) Det er helt klart en ulempe” (Michala, 39:38). Josefine fortæller en tilsvarende historie: “Min partner, hun blev gravid, og har fået en datter osv., og det er da op ad bakke og være kvinde og være iværksætter (...) Du kan ikke bare sætte din virksomhed i bero, altså du kan ikke bare gå på barsel. Så det, jeg tror virkelig, at det også sætter en stopper for mange” (Josefine, 41:13). Dette får reelle konsekvenser for Josefines partner, der ikke længere er en del af virksomheden (Josefine, 12:15). Den samme fortælling gør sig gældende for Lizanne, hvis virksomhedspartner bliver forælder og stopper i virksomheden (Lizanne,

⁸Som lovgivningen på området ser ud lige nu, må selvstændige på barsel enten være på barsel, fuld tid, men opgive al tilknytning til sin virksomhed, eller være på barsel halv tid og kun få halv økonomisk barselsdagpenge kompensation (IDA, 2018).

26:49). Barsel opfattes altså som en reel og strukturel barriere, der fylder meget for kvinderne under iværksætteri.

Det er altså primært spørgsmål om økonomi og barsel, der som eksterne faktorer, synes at påvirke kvindernes forståelse af ulemperne ved iværksætteri som karrierevej.

Indre barrierer

Ovenfor har vi peget på de hyppigst adresserede ydre barrierer, der afholder kvinderne fra at iværksætte. Barrieren, usikkerhed, analyseres i dette afsnit som en indre hindring hos kvinderne.

Usikkerhed

Følelsen af usikkerhed er især en barriere, der fylder meget for de potentielle iværksættere. Denne usikkerhed går på mange forskellige ting, bl.a. usikkerheden omkring, hvorvidt det er den rigtige idé, man forfølger (Malou, 08:04; Sofie, 16:34; Emma, 24:23; Emilie, 07:27), usikkerhed omkring idéens potentiale (Emma, 11:56) og frygten for at fejle (Marie L., 22:49). De nuværende iværksættere bekræfter følelsen af usikkerhed, der kan være forbundet med iværksætteri (Marie, 21:28; Lizanne, 44:20; Camilla, 08:49; Josefine, 19:02). Lizanne forklarer:

“Altså jeg er jo i virkeligheden et kæmpemæssigt usikkert menneske, fordi der aldrig, altså jeg kan ikke bare spørge en, hvad jeg skal gøre, fordi, det er sådan lidt, ‘jamen det ved jeg ikke, det må du selv finde ud af’. Så på en eller anden måde, gør det mig også sådan lidt usikker, når jeg hele tiden bliver kastet ud i noget nyt” (Lizanne, 44:20)

Begrebet self-efficacy bliver relevant at inddrage i forlængelse af ovenstående. Ifølge Mauer et al. (2017) får individets oplevede self-efficacy betydning for, i hvilken grad individet selv vurderer at besidde de evner, der kræves for at møde kravene i en specifik situation. Dette afhænger af individets opfattelse af sig selv og tidligere erfaringer med lignende situationer, såkaldte “Mastery Experiences” (Mauer et al., 2017: 297). For at være iværksætter, skal man netop trives i uforudsigeligheden, eller som en nuværende iværksætter beskriver det: “For nogle mennesker, ville det være en kæmpe ulempe, for nogle mennesker ville de ikke kunne håndtere overhovedet usikkerheden, uforudsigeligheden, risikoen. Og satsningen, der ligger i det. Hvor meget du er på arbejde altid og aldrig på én gang” (Marie, 21:28).

Iværksætterlivet er altså grundlæggende usikkert, men som indikeret tidligere, er både potentielle og nuværende iværksættere i høj grad drevet og motiveret af denne fleksibilitet, frihed og omskiftelighed. At denne usikkerhed stadig fungerer som en barriere, kan i Mauer et al.’s terminologi, pege tilbage på

den manglende erfaring, kvinderne har med lignende situationer og dermed iværksætteri. Dette bekræftes af de nuværende iværksættere, hvor der er en grundlæggende enighed om, at denne følelse af usikkerhed er en følelse, der er mulig at overkomme og omsætte til noget positivt (Maya, 17:50; Marie, 13:44; Lizanne, 46:21; Josefine, 29:56, Camilla, 08:49). Kvindernes praktiske erfaring med iværksætteri viser sig også at have en positiv indvirkning på deres selvforståelse, som Lizanne forklarer omkring overvindelsen af hendes usikkerhed: “Nej, jeg har altid tænkt, at det var jeg nødt til at komme over (...) Så bliver man også stolt af sig selv” (Lizanne, 46:21). Dette underbygges i høj grad af, at samtlige nuværende iværksættere beskriver, at de allerede har haft succes med deres virksomhed (Lizanne, 49:15; Michala, 44:20; Marie, 28:10; Josefine, 27:38; Camilla, 21:12). Dette illustreres i et meget rammende citatuddrag fra den potentielle iværksætter, Sofie, der er den eneste af potentielgruppen, der allerede har haft reel erfaring (og stor succes) med iværksætteri;

“Så blev vi kontaktet af sådan en dansk produktpris (...) og så var vi sådan ‘Vi laver bare snaps i vores fritid, som vi sælger lidt her og der, men vi kan da godt prøve at være med’, og så gik vi faktisk hen og endte med at komme i top-tre sammen med Johan Bülow-lakridser, og det var bare sådan, så blev man lidt overrasket sådan ‘Hey, er det bare så simpelt at starte noget?’” (Sofie, 11:43)

Opsamlende er der altså også nogle ydre barrierer, som primært består i økonomiske og strukturelle faktorer, og indre barrierer, der handler om usikkerhed i egen formåen, der influerer beslutningen om iværksætteri for kvinderne.

Kapitel 1: Delkonklusion

I ovenstående analyse besvarer vi spørgsmålet om, *hvad der driver og afholder tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere til og fra at iværksætte*. I kapitlet finder vi, at kvinderne er drevet af både indre og ydre motivationsfaktorer. De indre motivationsfaktorer udmønter sig i en oplevelse af at udrette noget, at føle sig udfordret og en mulighed for at bestemme selv. Den ydre motivation viser sig i kvindernes ønske om at opnå et frit og fleksibelt liv, hvilket placerer iværksætteri som et middel til et mål. I forlængelse heraf kan vi pege på, at beslutningen om iværksætteri ikke kun forstås som et spørgsmål om at vælge iværksætteri til eller fra, men ligeledes om at vælge et almindeligt arbejde til eller fra. Fravalget af et almindeligt arbejde, og hvad det fører med sig af strukturer, kontrol og kompromiser, definerer vi som et “skub” imod iværksætteri. Dette skub har forskellige former; et generelt fravalg af det almindelige arbejde og/eller et fravalg af uforenelige værdier og praksisser. Afslutningsvist konkluderes det, at de ydre barrierer, økonomi og barsel, afholder kvinderne fra at iværksætte. Desuden fremstår usikkerhed om ideen og egne kompetencer som en indre barriere, der særligt afholder kvinderne fra iværksætteri.

Drive		Barrierer	
Indre	Ydre	Indre	Ydre
At skabe noget	Frihed og fleksibilitet	Usikkerhed	Økonomi
At blive tilpas udfordret	Fravalg af det almindelige arbejde	Manglende tryghed	Barsel
At bestemme selv	-	-	-

Figur 5: Drive og barrierer for iværksætteri

Analysen viser altså, at kvinderne forstår iværksætteri som en mulighed, hvori de faktorer, der motiverer dem langt hen ad vejen, kan opfyldes. Dette sandsynliggør valget om iværksætteri som karrierevej. Dog indikerer empirien også, at beslutningen om iværksætteri ikke blot kan reduceres til et spørgsmål om motivation, til- og fravalg eller barrierer. I fortællingerne om iværksætteri vender kvinderne ofte tilbage til spørgsmål om personlige værdier, hvem de er, og hvem de gerne vil være. Det har givet anledning til at se nærmere på identitet i det næste kapitel.

6.2 Kapitel 2: Iværksætteri som identitet

I foregående kapitel finder vi, hvad der driver og hindrer kvinderne i at forfølge en iværksætterkarriere. Kvindernes iværksættervirkelighed lader sig dog ikke beskrive udelukkende med afsæt i motivationsbegreber. På tværs af kvindernes identificerer vi flere stærke fortællinger, der i lige så høj grad taler ind i en forståelse af iværksætteri som en væren. Disse fortællinger peger på, at beslutningen om iværksætteri er tæt knyttet til identitet. Derfor finder vi det relevant at udforske disse fortællinger samt hvilke konsekvenser, reelle og tankemæssige, disse får for kvindernes meningsskabelse omkring iværksætteri. I dette kapitel har empirien givet anledning til at anlægges et processuelt blik på skabelsen af iværksætteridentiteten, der leder os tilbage i fortiden, peger os ind i nutiden, og igen påvirker ønsker for fremtiden. Dette kapitel vil stille skarpt på følgende kategorier: 1) At være iværksætter 2) Identificering med iværksætteri 3) Ønsker og formål med iværksætteri. For at belyse disse temaer anvendes Schnoors (2012) begrebsramme om identitet og positionering i et narrativt perspektiv i kombination med Weicks perspektiv på meningsskabelse.

Vi vil i dette kapitel besvare analysespørgsmålet: *Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere iværksætteri, og hvilke konsekvenser får dette for deres forståelse af dem selv som (potentielle) iværksættere?*

6.2.1 At være iværksætter

Flere elementer bliver centrale i kvindernes fortællinger om iværksætteri som en væren. Disse fortællinger om iværksætteri tager oftest deres udgangspunkt i fortiden, hvorfor dette afsnit vil stille skarpt på, hvordan kvinderne starter deres iværksætterfortællinger, og hvordan disse relaterer sig til identitet. Dette afsnit bidrager således til at besvare analysespørgsmål 2 om, hvordan kvinderne forstår iværksætteri.

At gøre iværksætteri eller at være iværksætter

Vi beder kvinderne fortælle os deres historie om, hvordan de er havnet, hvor de er i dag samt hvilke overvejelser de gør sig i forbindelse med iværksætteri med udgangspunkt i deres egen idé/virksomhed. I denne fortællende aktivitet opstår der en klar skelnen mellem, hvorvidt deres respektive idéer opstår før ønsket om at iværksætte eller omvendt. For enkelte er det den konkrete idé, der er årsagen til at blive iværksætter (Camilla, 05:24; Emma, 35:02). Her er den specifikke idé altså drivkraften for iværksætteriet og ikke iværksætteri i sig selv. Dog taler langt de fleste kvinder ind i en fortælling, hvor ønsket om at iværksætte kommer før selve idéen, og idéen bliver derfor sekundær til iværksætteriet. I

disse respondenters fortællinger tildeles selve idéen ikke meget plads, hvorimod iværksætteri som en væren bliver central. Således taler de i højere grad om iværksætteri som noget, man *er*, i stedet for noget man *gør*. Flere af respondenterne taler om denne væren som et “drive”, man har (Lizanne, 15:36; Michala, 15:40), eller noget de er født eller opdraget til at være (Lizanne, 15:36; Michala, 15:40; Josefine, Maya, 06.00, Marie, 41:02). Dette peger i højere grad indad og således bliver fortællingen om eget iværksætteri en fortælling om identitet. Om denne identitetsfortælling skriver Schnorr (2012), at “identitet skabes inden for rammerne af de historier og fortællinger, der er tilgængelige for os, og som vi bringer i anvendelse i vores indbyrdes kommunikation” (36). Lizanne fortæller herom, hvordan det at beslutte sig for iværksættervejen, i høj grad var et spørgsmål om identitet: “Det var ligesom jobbet der var det sidste stop (...) Og så samtidigt besluttede jeg så også, hvem var jeg” (Lizanne, 21:58).

I det nedenstående vil vi uddybe, hvordan denne væren, og dermed iværksætteridentiteten, skabes i fortællinger, der starter i fortiden. Dermed bliver identitetsfortællingen temporal. Dette kalder Schnoor “punktuering”: “Alle fortællinger har som bekendt en begyndelse (en fortid), en midte (en nutid) og en slutning (en fremtid). Det er dog ikke givet, hvilke begivenheder, der udgør hvad i en fortælling. Hvilke begivenheder, der indsættes som en del af begyndelsen, midten eller slutningen, afgøres i den meningsskabende proces” (Schnoor, 2012: 77). Det er naturligvis forskelligt, hvordan respondenterne vælger at punktuere deres fortælling, hvorfor nogle refererer helt tilbage til deres barndom, mens andre referer til mere nærliggende begivenheder. Fælles for disse bagudskuende fortællinger er, at kvinderne gør dem betydningsfulde for deres nuværende position som (potentielle) iværksættere.

Barndom og familierelation

For en række af både nuværende og potentielle iværksættere starter deres fortælling om iværksætteri med reference til familierelation eller oplevelser i deres barndom (Lizanne, 04:38; Josefine, 14:17; Maya, 09:52; Sofie, 08:55; Michala, 17:57; Emilie, 04:35; Marie L. 04:00). Dette får udtalte konsekvenser for, hvordan de senere i livet handler som voksne og iværksættere. For nogle af iværksætterne er det bestemte begivenheder i barndommen, der fremhæves. Lizanne fortæller, at iværksætteriet stammer helt tilbage fra hendes barndom. Dette bringer hun i anvendelse, når hun fortæller om dengang, hun bliver afskediget fra sit arbejde:

“Vi var en masse mennesker, der bare blev fyret og så sagde jeg til mig selv, okay, hvis jeg kunne vælge lige præcis, hvad jeg ville i verden, hvad ville jeg så lave. Og så blev jeg enig med mig selv om, at jeg har altid startet ting, altså jeg har altid startet sådan nogle små projekter, da jeg var barn, og da jeg blev ældre og altid deltaget i alt muligt ved siden af arbejde” (Lizanne, 04:38)

På samme måde strukturer Sofie sin iværksætterfortælling i barndommen: “Så går det altså helt tilbage til dengang, jeg bare solgte kirsebær nede på vejen, haha” (Sofie, 08:47). For andre struktureres fortællingen mere om deres familieforhold, og hvordan disse har påvirket dem i en bestemt retning i deres liv (Maya, 09:52). Herom fortæller Josefine, at iværksætteriet altid har ligget lidt i kortene for hende, fordi hendes forældre selv er iværksættere: “Det har lidt ligget i kortene, at det var sådan, jeg også skulle leve mit liv. Det har givet en enormt meget frihed, det at leve under iværksætterforældre, fordi der har været enormt meget fleksibilitet” (Josefine, 14:17). Disse familieforhold fremhæves som centrale begivenheder i flere af kvindernes fortællinger, og de får altså betydning for, hvordan kvinderne handler senere i deres liv. Denne effekt fremstår meget direkte af nedenstående udklip af Michalas historie:

“Altså jeg tror for mig, der kommer det sådan lidt fra, at min mor er selvstændig, og da jeg var lille, tog springet ud som kage-bager (...) Det var i hvert fald en naturlig mulighed, altså det bare at gå ud og søge et job, det var ikke den eneste mulighed i hvert fald for mig” (Michala, 17:57)

Der er altså et gennemgående tema i den bagudskuende del af kvindernes iværksætterfortælling, hvor familieforhold og begivenheder i barndommen tildeles en central rolle i fortælling. Således får de også en vigtig betydning i kvindernes menings- og identitetsskabelse som iværksættere og ultimativt for de idéer, de får og beskæftiger sig med. Disse forhold synes ligeledes at skabe nærværende viden om, at iværksætteri overhovedet er en mulighed for disse kvinder.

Nærliggende begivenheder

Flere af iværksætterne punkterer desuden deres iværksætterhistorie i mere nylige begivenheder. I disse fortællinger fremhæves særligt udlandsrejser (Malou, 02:28; Alruna, 06:12) og studier (Emma, 03:35; Camilla, 02:07; Marie, 01:57) som vigtige for deres iværksætterfortælling. I nedenstående citatuddrag starter Malou sin iværksætterfortælling i forbindelse med en rejse til Australien: “Så var jeg ude at rejse et år i Australien alene, som jeg tror det åbnede meget min horisont (...) Jeg tror det var sådan der første gang, hvor jeg sådan fik lyst til at starte et eller andet selv” (Malou, 02:28). Her fremhæves rejsen og de erkendelser, den har medført, som en vigtig komponent i hendes selvfortælling. For enkelte fremhæves studiet som den første væsentlige begivenhed i deres rejse mod iværksætteriet. Disse fortællinger er meget ligefremme og studiet virker som det mest naturlige sted at starte. Fortællingerne starter bl.a. således: “Jeg er jo uddannet psykolog, så min baggrund er jo akademisk” (Marie, 01:57) eller “Jamen jeg har læst audiologopædi jo” (Camilla, 02:07).

Kvindernes fortællinger om iværksætteri afslører altså, at deres forståelse af dem selv som iværksættere er tæt knyttet til, hvem de er som mennesker på baggrund af de elementer, de trækker frem i deres fortællinger. Herom skriver Schnoor: “[Vi skaber] mening i vores oplevelser ved at udvælge nogle begivenheder frem for andre, så noget trækkes i forgrunden frem for noget andet” (Schnoor, 2012: 77). Kvinderne symboliserer altså tidligere begivenheder hhv. deres barndom, rejseaktiviteter og deres familieforhold på en måde, så det bliver meningsfuldt for deres selvforståelse som (potentielle) iværksætteri. Herom skriver Hammer og Høpner (2014) i deres læsning af Karl Weick (1995): “Når vi skaber mening, sker det altså ud fra fortiden og fortidens erfaringer” (102). I kvindernes fortælling om dem selv refererer de til begivenheder og erfaringer fra fortiden, der indikerer i et forsøg på at konstruere en iværksætteridentitet i nutiden, der er meningsfuld.

6.2.2 Identificering med iværksætteri

Forrige afsnit konkluderer, at kvinderne forstår iværksætteri som forbundet til en væren, der er knyttet til identitetsfortællinger punkteret i fortiden. Vi har desuden bedt alle respondenterne, nuværende som potentielle iværksættere, at beskrive med egne ord, hvad de betegner som en iværksætter eller iværksætteri generelt. Når kvinderne forholder sig til *andre*, dvs. til det gængse billede, de har af en iværksætter, synes dette at få konsekvenser for, hvordan kvindernes forholder sig til sig selv. Spørgsmålene “Hvad er iværksætteri?” og “Hvem er iværksætteren?” synes således at rejse spørgsmålet “Hvem er jeg?”. Disse typer fortællinger er særligt interessante i et narrativt perspektiv, idet en væsentlig tanke er, at vi konstruerer vores identitet i den tænkte eller reelle sociale interaktion med andre. I forlængelse heraf bliver positioneringsbegrebet relevant (Schnoor, 2012: 82). Dette afsnit bidrager således til at besvare analysespørgsmål 2, der handler om, hvordan kvindernes forståelse af iværksætteri virker tilbage på deres selvforståelse som (potentielle) iværksættere.

Iværksættertitlen

Iværksættertitlen adskiller sig fra andre jobtitler, da den hverken er en beskyttet eller legitimeret gennem en ansættelse i en virksomhed eller uddannelse på et eksamensbevis (E-conomic, 2018). Forfatterne argumenterer derfor for, at det i høj grad er en titel, man må give sig selv, men som må anerkendes af andre, før den er legitim jf. tidligere definitioner af iværksætteri og innovation. Dette peger på, at titlen er social konstrueret og ikke eksisterer per definition. Kvinderne i studiet er ligeledes med til at konstruere, hvad denne titel indebærer, hvilket virker tilbage på deres egen selvforståelse som iværksættere. Allerede når vi beder kvinderne beskrive, hvad de forbinder med iværksætteri, gør de det ved at understrege, hvordan fænomenet er forskelligt fra dem selv. I et narrativt perspektiv, bliver vores

identitet og selvforståelse til i de positioner, som er tilgængelige for os. Når vi indtager en position i en fortælling, oplever vi os selv og verden ud fra det perspektiv, som den stiller til rådighed. Positioner udstyrer os på denne måde med et sprogligt repertoire af særlige begreber, perspektiver, metaforer, talemåder, selvforståelser mv, som vi gør os selv og verden forståelige igennem (Schnoor, 2012: 82). Derfor synes det interessant at se på hvilke fortællinger, kvinderne fortæller om iværksætteri, og hvordan de positionerer sig i disse fortællinger. Dette får nemlig betydning for, hvilke handlinger og dermed beslutninger, de opfatter som mulige.

Maya og Lizanne er gode eksempler på, hvordan denne positionering finder sted, og hvilke konsekvenser den får for deres selvforståelse og identificering med iværksætteri. Maya fortæller, hvordan ordet i sig selv har en begrænsende effekt for hende: "Altså jeg er sgu lidt bange for det der iværksætterord fordi, jeg ved ikke rigtig, altså det lyder bare så, det lyder meget skolet. Altså det er sådan en specifik måde, man skal gøre tingene på" (Maya, 10:07). Hun fortæller i forlængelse heraf med udgangspunkt i sig selv: "Ej, men det er også bare fordi, at jeg tænker regnskaber og bogholderi, og i virkeligheden så er jeg pisse bange for penge" (Maya, 11:02). Lizanne taler ind i den samme fortælling omkring iværksætterbegrebet som begrænsende. Hun fortæller, at hun har opsøgt en coach, før hun beslutter sig for iværksætteriet, for at blive klogere på, hvordan hun kan definere sig selv som iværksætter:

"Jeg havde rigtigt svært ved at definere, hvad jeg sådan, hvad jeg skulle kalde mig selv. Ligesom at man har en titel, når man bliver færdig med at studere, så er det ligesom det, man er (...) Og jeg har altid syntes, det var lidt pop-smart at sige 'jeg er iværksætter' eller 'forretningsdrivende', det passer bare ikke til mig, og jeg synes egentlig, det som passer til mig, det var det der 'Entrepreneurial Engineer'" (Lizanne, 20:12).

Det lader altså til, at iværksætter-titlen regulerer de to nuværende iværksætteres mulighed for at gøre iværksætteri eller kalde sig iværksætter. Begrebet har ekskluderende konsekvenser for kvinderne, reelle og tankemæssige, fordi det gør krav på specifikke handlemåder, eller 'pop-smarte' egenskaber, og således forhindrer Maya i at gøre tingene på 'sin egen måde' og Lizanne i at kalde sig noget, 'som passer til hende'. Således tager de afstand fra at identificere sig med deres egen konstruktion af titlen 'iværksætter'. På tværs af kvinderne udmønter denne konstruktion sig i fire fortællinger i én overordnet historie om iværksætteri:

1. Iværksætteri er funderet i teknologi
2. Iværksætteri udledes under barske forhold
3. Iværksætteri er profitorienteret
4. Iværksætteren har maskuline værdier

Således forholder kvinderne sig både til, hvem iværksætteren er, hvad iværksætteri er og hvad iværksætteri skal.

Fortælling 1: Iværksætteri er funderet i teknologi

Flere kvinder beskriver iværksætteri som noget, der typisk bygger på et teknisk element (Michala, 57:52; Camilla, 32:59; Emilie, 32:52; Marie L., 06:28; Emma, 05:39). Flere bruger ord som “high-tech”, “AI”, “tunge ift. data”, “digitalt”, “elektronisk”, “robot”, “online”, “app” og “hardcore”. En nuværende iværksætter beskriver iværksætteri inden for den branche, hun selv befinder sig i: “Ofte når man hører sådan om iværksætteri, i hvert fald inden for sundhedssektoren, jamen så er der mange løsninger, der er ekstremt high-tech” (Michala, 57:52). En potentiel iværksætter beskriver iværksætteren som en bestemt type: “Hvis du er den hardcore iværksættertype, så laver du millionforretninger inden for tech-området” (Emilie, 32:52). En anden nuværende iværksætter beskriver i forlængelse heraf, at “de der top-iværksættere man hører om, det er tit noget enten digitalt, elektronisk, robot, en dims i en eller anden form” (Camilla, 32:50).

Teknologi-dimensionen synes således tæt knyttet med disse kvinders forståelse af det typiske innovationsdomæne for iværksætteren. De fortællinger, kvinderne gør brug af, kan inden for den narrative praksis betegnes som diskurser, idet de samlet set stiller en bestemt version af virkeligheden til rådighed, og dermed skaber et bestemt handlerum for iværksættere. En af de potentielle iværksættere tager eksplicit afstand fra at ville iværksætte inden for teknologi og sætter dette i kontrast til sit ønske om at kunne gøre en forskel: “Jeg tror bare godt, jeg vil gøre en forskel. Det må bare godt være noget, hvor der er nogen, der har brug for det, jeg laver. Brug for det sådan vigtigere end bare et eller andet computer et eller andet” (Emma, 05:39). Emma benytter sig således af teknologi-diskursen til at strukturere sin egen selvfortælling som iværksætter ved at positionere sig distanceret til denne type iværksætteri. Positioner er forbundet med en række moralske rettigheder og forpligtelser, der både muliggør og begrænser vores handlemuligheder (Schnoor, 2012). Det lader til, at Emmas morale tilskynder hende at iværksætte inden for mere “vigtige” områder end computerteknologi, men også at Emma forstår sig selv ved at positionere sig imod noget andet. I samme tråd fortæller Marie L., at hun heller ikke forestiller sig at innovere inden for teknologi, med udgangspunkt i de kompetencer, hun har:

”Jeg er sådan et barn, der først har fået en computer, da jeg gik i gymnasiet, fordi mine forældre er totalt technofober, så mine kompetencer ligger ikke inden for sådan noget tech. Så jeg tænker bare i sådan nogle helt andre baner, og så bliver det lidt mere produktion; tøj, mad (...) Det er jo også en virksomhed og selvfølgelig er det en legit virksomhed. Danmark er et kæmpe landbrugssamfund” (Marie L., 34:52)

Den nuværende iværksætter, Michala, fortæller, at hun faktisk tager afstand fra dette teknologifokus, som også var et omfattende fokus på hendes uddannelse (Michala, 02:15). I stedet vælger hun at forfølge et socialøkonomisk fokus ved at udvikle ikke-digitale simulationsbriller til folk med synsnedsættelse. Michala benytter sig dog også af teknologi-diskursen til at strukturere sin egen selvfortælling som iværksætter. Hun forklarer flere gange, at den type iværksætteri, hun laver, ikke er specielt “sexet” eller “mainstream” for andre (Michala, 36:28). Hun inddrager således andre i sin fortælling for at positionere sig i diskursen som noget ‘andet’ end det gængse:

“Altså fordi vi havde hele tiden den der med, nu arbejder vi med handicap, er det overhovedet interessant. Er vi, hvad kan man sige, mainstream nok, til at det kunne være interessant (...) eller er det mere sådan high-tech virksomheder “ Michala (50:04).

Således får denne dominerende diskurs om iværksætteri, som noget teknologisk frem for noget socialt, altså konsekvenser for Michalas tanker om hendes eget iværksætteri. Teknologi-diskursen ender da også med at få reelle konsekvenser for Michalas iværksætteri, idet hun til slut i interviewet fortæller os, at næste skridt for Ballast er udviklingen af en digital synssimulator app (Michala, 53:59). Kvinderne bruger således teknologi-diskursen til at fortælle en historie om, at de er og vil noget andet, eksempelvis ved at fortælle, at det er vigtigere for dem ‘at gøre en forskel’ eller at de ønsker at skabe en virksomhed, der ikke er teknologisk funderet, men som ‘stadig er legitim’. Diskursen får altså konsekvenser for kvindernes selvforståelse og deres opfattede handlerum, og enkelte bliver endda påvirket til at tænke i digitale løsninger.

De resterende kvinder forholder sig ikke eksplicit til, hvorvidt de kan identificere sig med beskrivelsen af iværksætteri som noget teknologisk funderet. Dog er svaret på dette spørgsmål måske alligevel åbenlyst, hvis vi kigger på de idéer, kvinderne genererer. Produkterne disse idéer munder ud i, er ikke (læs: digitale) teknologier. Ideerne spænder bredt fra økologisk sodavand, et askebæger i bæredygtigt pap, til praksisværktøjer til undervisning af børn med sprogveskigheder. Fælles for idéerne er, at de stort set alle sat i verden med et bæredygtigt eller socialt formål (Se bilag 26 for et samlet overblik over idéerne).

Fortælling 2: Iværksætteri udleves under barske forhold

I kvindernes fortællinger eksisterer der desuden en forestilling om, at iværksætteri typisk udleves under meget barske omstændigheder. Flere af kvinderne beskriver iværksætteri som en tilstand, hvor man arbejder rigtig meget, det er "hårdt", det handler om at "overleve", og man må "sige nej til mange ting" (Malou, 54:46; Emilie, 27:25; Marie L., 43:52; Sofie, 13:55). Det er især blandt de potentielle iværksættere, der hersker en fortælling om at iværksætteri er altoverskyggende:

"Det her med at fokusere og kun lave en ting, hvilket man rigtigt meget skal som iværksætter, og så give sig 110% hen til én ting, det tror jeg, jeg har svært ved (...) Mange sammenligner det med at være elitesportsudøver, for du siger nej til så mange ting, fordi du arbejder så benhårdt på at opnå altså én ting med det iværksætteri, du laver" (Emilie, 27:25)

Denne forestilling om iværksætteri som altoverskyggende står således direkte i kontrast til det, vi i kapitel 1 har etableret om kvindernes motivation for iværksætteri som "det frie liv". Fortællingen om, at iværksætteri foregår under barske forhold, kender flere af de nuværende iværksættere til, og kan til dels også skrive under på, at det er hårdt arbejde (Josefine, 29:56, Marie, 21:28; Michala, 22:48; Lizanne, 17:27). Alligevel forsøger flere at aflive myten om iværksætteri som altoverskyggende i ens tilværelse. Herom fortæller Michala at "jeg bliver i hvert fald lidt gal, når jeg hører dem [fortællingerne], fordi jeg tænker, det kan ikke være rigtigt. Man kan godt være iværksætter, uden at man skal sove på lageret" (Michala, 01:06:17). En anden nuværende iværksætter forsøger at aflive myten om, at man arbejder i døgndrift: "Og man kan jo også godt arbejde 8-16 som iværksætter, det gjorde vi jo tit" (Marie, 49:49). Kvinderne både accepterer præmissen om de barske forhold, men tager også afstand fra denne diskurs, ved at berette om deres egne værdier, der står i modsætning til denne fortælling. Når kvinderne fortæller, at det ikke nødvendigvis behøver at være sådan at være iværksætter, kan dette vurderes som alternative fortællinger til de ellers dominerende fortællinger omkring døgndriftsarbejde. Der opstår herved såkaldte 'sprækker' i en ellers problemmættet fortælling om iværksætterlivet, og kvindernes fortællinger bliver mere nuancerede. Dette er ifølge den narrative praksis et første skridt på vejen til at skabe alternative og mere righoldige fortællinger (Schnoor, 2012).

Fortælling 3: Iværksætteri er profitorienteret

Flere af kvinderne etablerer ligeledes en fortælling omkring profitorientering, som de forbinder med iværksætteri, men som de på samme tid tager afstand fra (Emilie, 36:27; Malou, 05:39; Marie L., 13:52; Alruna, 10:52; Lizanne, 31:51; Camilla, 10:29). Den nuværende iværksætter, Malou, er et godt eksempel herpå:

“Nogle gange når jeg tænker iværksætteri, så tænker jeg ‘åh, det skal bare blive et eller andet sådan kæmpe, og det skal bare blive sådan mange millioner værd ikk’. På sin vis så behøver det ikke og blive det vel? (...) Hvornår har man skudt papegøjen? Et det når man gør noget, laver en virksomhed, man synes er fed, eller er det, når man laver noget, der giver mange penge?” (Malou, 05:39)

Malou taler både ind i diskursen om profitorientering og forsøger samtidig at tage afstand fra diskursens sandhed ved at stille spørgsmålstegn ved denne. Den følgende passage fra Camilla er ligeledes ret interessant. Da vi til at starte med spørger Camilla ind til, hvorvidt hun kan identificere sig med at være iværksætter, svarer hun: “Jeg kan jo godt se nogle af de ting, vi laver, og når vi snakker med andre mennesker, så jo, så er jeg iværksætter” (Camilla, 10:29). Lidt senere etablerer hun dog i sin fortælling en form for hierarki inden for iværksætteri. Hun introducerer selv ordet “top-iværksætter”. Da vi spørger hende, om hun selv er top-iværksætter, svarer hun:

- Camilla, 33:38: Nej, det er jeg ikke.
 Interviewer, 33:39: Hvorfor ikke?
 Camilla, 33:42: Fordi vi ikke er en øh.. [virksomheden] tjener ikke sine egne penge endnu.
 Interviewer, 33:46: Og det er det, der er det afgørende?
 Camilla, 33:51: Ja, vi skal have en virksomhed, som er noget værd.
 Interviewer, 33:53: Hvor meget skal den være værd?
 Camilla, 33:57: Ikke nødvendigvis meget, men den skal i hvert fald løbe rundt og have et overskud. Og det er ikke sådan vi snakker mange millioner, men et par millioner måske.

Ovenstående uddrag af interviewet med Camilla peger på, at Camilla forsøger at tillægge virksomhedens profitgenerering egenskaben til at gøre hende til en såkaldt “top-iværksætter”. Alligevel synes dette ræsonnement at tyde på, at det nok i højere grad handler om, at Camilla ikke identificerer sig med begrebet “en top-iværksætter”. Det afslører især det afsluttende spørgsmål og svar:

- Interviewer, 34:08: Så.. hvis i når dertil, så er i top-iværksættere?
 Camilla, 34:13: Ej, så skal man have flere penge! haha. Det er svært at svare på.

Selv hvis Camillas virksomhed hypotetisk når op på at genere “et par millioner” i overskud, kan hun stadig ikke forlige sig med tanken om selv at være “top-iværksætter”. Dette tyder på en dissonans mellem hendes egen identitet og såkaldte “top-iværksættere”, der stikker dybere end blot størrelsen på

virksomhedens profit. Således strukturer Camilla hendes fortælling, så den giver mening for hendes selvforståelse.

Fortælling 4: En iværksætter har maskuline værdier

På trods af at forfatterne bevidst har valgt ikke at anvende køn som en forklarende variabel, og derfor heller ikke har anvendt køn direkte i interviewene, bringer flere kvinder selv kønnet i spil, når de skal beskrive iværksætteren. Nogle gør det direkte ved at beskrive iværksætteren som en mand, andre tillægger iværksætteren, det de betragter som maskuline værdier, eller bruger mænd som eksempler på iværksætteren (Marie, 45:05; Maya, 12:38; Emilie, 28:42; Marie L., 14:28). En potentiel iværksætter har et meget klart billede af kønnet på den typiske iværksætter:

“Så er det en mand. Selvfølgelig (...) Og så enten er han sådan fucking krudt i røven og er lige blevet færdig med sin uddannelse, og har meget sådan, ‘jeg er på totalt bar bund, men jeg har bare 125km/t derud af’. Sådan en hurtig CBS’er type” (Emilie, 28.42).

Her beskriver Emilie iværksætteren som en mand, og tillægger denne mandsperson nogle bestemte kvaliteter, såsom “krudt i røven”, “125 km/t derudaf”. Følgende passage er interessant for, hvordan denne beskrivelse får indflydelse på Emilies egen selvforståelse som iværksætter:

- Interviewer, 29:59: Identificerer du dig med nogle af de her beskrivelser?
- Emilie 30:00: “Nej, (griner) er det korte svar“
- Interviewer 30:05: “Tænker du på dig selv som iværksætter?”
- Emilie 30:10: “Øhh, måske sådan 80%.
- Interviewer 30:14: “80%?”
- Emilie 30:15: “Jaer for jeg kan godt se mange af trækkene i mig selv, men der er også nogle ting jeg ved, jeg ikke har..“
- Interviewer 30:20: “Og hvad er de 80%? og hvad er de manglende 20%?”
- Emilie 30:25: “Godt spørgsmål (...) Der er rigtigt mange ting, der ligger mig naturligt, det der med at have et drive og en nysgerrighed og sindssygt gerne ville lære (...) Men samtidig med, så er der også personlige ting der gør, at jeg holder lidt igen, hvis man kan sige det (...) f.eks. sådan noget med at øh, jeg kommer fra en kernefamilie, vil sindssygt gerne være en del af en kernefamilie en dag (...) Jeg er ikke sådan en, bare for at sige det ligeud, iskold nar, jeg er meget

medmenneskelig og meget følsom, og tænker rigtigt, rigtigt meget på andre frem for at tænke på mig selv altid“

Emilie vil altså gerne vedkende nogle af de gængse kvaliteter, hun forbinder med en iværksætter, såsom nysgerrighed, læringsvillighed og drive. Dette er en tendens, vi ser hos samtlige af kvinderne. De beskriver sig selv som værende enten ‘nysgerrige’ (Emilie, 03:51; Sofie, 02:58), ‘kreative’ (Josefine, 03:00; Maya, 01:09), ‘idéerige’ (Marie L., 02:57; Josefine, 03:00), ‘risikovillige’ (Marie, 23:22; Michala, 27:58), eller ‘handledygtige’ (Sofie, 02:58, Marie, 23:22). Alle sammen termer, der helt naturligt knytter sig til tekstbogsiværksætterkarakteristika (Chell, 2008). Alligevel er der nogle dominerende diskurser, der forstyrrer og vanskeliggør denne identifikation. I tilfældet med Emilie er det diskursen om iværksætteren som en ”iskold nar”, der kun tænker på sig selv, der sættes i kontrast til hende selv som medmenneskelig. Denne diskurs får altså konsekvenser for hendes identifikation med iværksætterbegrebet. En lignende fortælling går igen hos Marie L., der flere gange i interviewet nævner, at hun har svært ved at identificere sig med den egoisme, der i hendes optik følger med iværksætteriet. Hendes fortælling om, hvorfor hun ikke kan identificere sig med dette, tager som udgangspunkt afsæt i hendes kvinde-køn, og nogle værdier hun knytter hertil, der sættes i kontrast til mande-kønnet:

“Der er bare nogle andre forventninger til en, når man er pige altså (...) det er jo også vigtigt at tænke på fællesskabet, og det vildt vigtigt at have empati, og det er vildt vigtigt at gøre tingene på en god måde frem for en lidt mere kynisk patriarkalsk ‘vi skal fandme bare lave nogle penge og så fuck alt andet’. Så det er også noget, der betyder noget for mig (...) Det skal være omsorgsfuldt” (Marie L, 14:28).

Der følger altså nogle opfattede forventninger med til én som kvindelig iværksætter, der adskiller sig fra de forventninger, der er til en mandlig iværksætter. Ovenstående passage indikerer, at disse forventninger internaliseres af Marie L. og får betydning for de værdier, hun finder vigtige i hendes potentielle iværksætteri. Her trækkes på en dominerende fortælling om iværksætteri, som noget kynisk og patriarkalsk. Denne fortælling er en problem-mættet historie (White, 2008), fordi den skaber et ensidigt billede af iværksætteren, der passiviserer Marie L. som aktør, ved at mindske hendes oplevelse af agenthed. Denne slags fortællinger går på tværs af kvinderne, og afføder tynde konklusioner omkring den typiske iværksætteridentitet (Schnoor, 2012). Dette medvirker, at kvinderne i sidste ende får sværere ved at identificere sig med deres iværksætterfortællinger, eller som i Emilies tilfælde, de manglende 20%. Marie fortæller ligeledes om den typiske iværksætter ved at referere til en bestemt mand: “Hvis der er et tekstbogsseksempel på en iværksætter, så tror jeg Mads er det (...) Han kan ikke lade være med at finde på” (Marie, 45:05). Vi spørger Marie, om hun også er et tekstbogsseksempel på

en iværksætter (Interviewer, 46:21), hvortil hun svarer “Det ved jeg ikke. Jeg kender sgu ikke nogen piger, ægte, som er iværksættere” (Marie, 46:29). Hun bruger altså kønnet som forståelsesramme til at vurdere, hvorvidt hun selv er en iværksætter. Her bliver kønnet altså virksomt.

Noget tyder altså på, at kvinderne i deres umiddelbare fortælling om iværksætteren læner sig op ad stærke stereotyper og diskurser. Når kvinderne beskriver, hvad de forbinder med iværksætteri, gør de det ved at understrege, hvordan fænomenet er forskelligt fra dem selv. Når kvinderne forholder sig negativt til den typiske iværksætter, etablerer de på samme tid iværksætteri som en meningsfuld kategori. Når de tager afstand fra denne kategori, positionerer de således sig selv og andre inden for og uden for denne kategori. Denne positionering får virkelige effekter i den sociale verden. I ovenstående analyse viser effekterne sig i form af, at kvinderne har svært ved at identificere sig med iværksætteri, og derfor konstruerer deres identiteter som en afvigelse fra den typiske iværksætter.

Flere af kvinderne begynder dog i deres fortællinger at korrigere for egen anvendelse af stereotyper og diskurser og udvider pludselig deres fortælling om iværksætteren. Det gør de bl.a. ved at ændre deres fortælling til, at en iværksætter kan være “alt muligt” og iværksætteren kan være “hvem som helst” (Camilla, 09:55; Marie, 48:08; Emilie, 11:41). Her udvides iværksætteri altså til at spænde bredere både i størrelse og indhold. Marie ender ligeledes med at kritisere det begreb, hun selv har introduceret forinden: “Jamen jeg ved sgu ikke, nej, det er også måske forkert at sige tekstbog. Der er jo ikke nogen tekstbog” (Marie, 48:08). Dette illustrerer, at den fortællende aktivitet i sig selv er en meningsskabende aktivitet, hvori der opstår erkendelse. Dette illustrerer en væsentlig pointe hos Weick (1995), der indebærer, at meningsskabelse aldrig er fuldendt eller komplet: “Sensemaking never starts. The reason it never starts is that pure duration never stops” (43). Kvinderne er altså i en igangværende og fortsættende meningsskabelsesproces omkring iværksætteri og deres egen iværksætteridentitet. Dette betyder ligeledes, at der er mulighed for at løse op for diskursive begrænsninger og således skabe udvidet tanke- og handlerum for kvinderne.

6.2.3 Ønsker for og formål med iværksætteri

Ovenfor har vi tegnet et billede af den bredere forståelse af iværksætteri, der eksisterer i kvindernes livsverden. Denne sektion vil beskæftige sig med de fortællinger, hvor respondenterne placerer sig selv i midten af iværksætterfortællingen. Empirien har i denne forbindelse givet anledning til at rejse spørgsmålet “Hvem vil jeg gerne være”. Her bliver idéen om identitetens intentionelle karakter relevant (White, 2007). Identitet er nemlig i et narrativt perspektiv tæt forbundet med moral, og hvad vi som

mennesker gerne vil udrette. Under interviewene spørger vi de potentielle og nuværende iværksættere ind til deres drømme for fremtiden og opfattelser af succes. Således inviterer vi dem til at udvide deres fortælling i et fremadskuende perspektiv. I dette afsnit vil de nuværende iværksættere derfor fortælle med udgangspunkt i deres nuværende virksomheder, hvor de potentielle iværksættere vil tale ud fra tanken om deres forestillede virksomheder. Således bidrager dette til at nuancere, hvad kvinderne, med udgangspunkt i dem selv, forstår som formålet med iværksætteri og dermed besvarelsen af analysespørgsmål 2.

Succes er ikke overflod men overlevelse

Når vi spørger kvinderne ind til deres succesforståelser, forholder de sig i første omgang til succes i økonomiske termer om vækst. De etablerer dog et meget ydmygt vækstbegreb, der bygger på egne værdier og personlige ønsker for deres fremtidige arbejdsliv. Indledningsvist er det relevant at notere sig, at stort set alle de nuværende iværksættere allerede nu betragter deres virksomheder som succesfulde (Lizanne, 49:15; Michala, 44:20; Marie, 28:10; Josefine, 27:38; Camilla, 21:12).

Gennemgående for både potentielle og nuværende iværksættere er yderligere, at iværksætteriet forstås som en succes, når de kan leve af det (Alruna, 30:38; Emilie, 36:38; Marie L., 30:41; Camilla, 22:40; Josefine, 28:03; Sofie, 24:40; Emma, 26:38; Lizanne, 31:51). At kunne leve af iværksætteri beskrives som at “lave det fuld tid”, “en decent løn til mig selv hver måned”, “det kan løbe rundt”, “lønne mig og min partner”, “en bæredygtig virksomhed”, “at få hverdagen til at køre rundt” og “mad på bordet”. Alt derudover er sekundært. Herom fortæller Lizanne, at

“Det der med pengene er ikke noget der.. Det driver mig fordi, jeg skal have mad på bordet selvfølgelig, men øhm jeg har aldrig nogensinde tænkt, at jeg skulle blive mangemillionær. Så er det også det forkerte, jeg laver” (Lizanne, 31:51).

Alruna, en potentiel iværksætter, forklarer ligeledes om visionerne for sin potentielle virksomhed: “Det bliver ikke en virksomhed, der kommer til at tjene vildt mange penge, og det er heller ikke derfor, vi har tænkt os at gøre noget ved det” (Alruna, 10:52). Der er altså en meget entydig forståelse af, at kvinderne oplever deres (potentielle) virksomheder som en succes, når de kan leve af det. Således er tanker om vækst ikke udeladt i kvindernes opfattelser af succes. Vækst handler dog snarere om langsomt og inkrementelt at udvikle virksomheden i den retning, den er tænkt, med det formål, den er tænkt. Herom fortæller en nuværende iværksætter bl.a., hvordan hun ser sin virksomhed vokse:

“Det er jo i hvert fald sådan, så vi kan lønne mig og min partner i første omgang. Øhm og der er lang vej endnu (...) Så det er det der med at sige til sig selv ‘Okay, nu er vi i begyndelse af år tre. Måske vi kan begynde at komme ud af det i år fem, altså begynde at få noget løn selv i år fem” (Josefine, 28:03)

Andre udtrykker i forlængelse heraf, hvordan virksomheden gerne må forblive stabil i den forstand, at de fortsat kan gøre det, de gør den dag i dag (Camilla, 22:40; Michala, 36:28). Heri bliver vækst også langsom og inkrementel, og heri består succesen også: “Ah, men det helt store succeskriterie det er, at vi kan blive ved med at gøre, det vi gør. At det bliver en forretning, som løber rundt” (Camilla, 22:40). Enkelte beskriver økonomisk overskud som en “bonus” og dermed sekundært til det at være glad for det, man laver (Emilie, 36:27; Sofie, 38:30). Herom fortæller Emilie, at “det er da kun fedt og kun en bonus, hvis det kan lade sig gøre” (Emilie, 36:27).

Succes er få men velvalgte medarbejdere

Således taler kvinderne altså ikke ind i en makroøkonomisk vækstforståelse, der hhv. handler om omsætning og skabelsen af arbejdspladser (Schultz, 2018). Når det kommer til skabelsen af arbejdspladser, forholder flere af kvinderne sig relativt ydmygt til dette. Langt de fleste fremlægger det som et mål i sig selv, at deres virksomheder ikke omfatter mere end 5-20 medarbejdere, som forekommer som en ideel størrelse (Sofie, 38:30; Camilla, 20:38; Michala, 36:28). For nogle er der et decideret ønske om at fastholde virksomheden i dens nuværende størrelse og i stedet tilpasse udbuddet til efterspørgslen gennem konsulent- og projektansættelser. Camilla fortæller:

“Jamen drømmen er, at virksomheden i sig selv ikke bliver voldsomt stor. Et sted måske omkring fem ansatte, men at mange af de opgaver, der skal løses, at der bruger vi konsulenter. Så det er ikke virksomheden i sig selv, der bliver så stor, men at vi har folk tilknyttet, som hjælper os, når det giver mening” (Camilla, 20:38)

På samme måde driver Michala sin virksomhed gennem projektansættelser: “Vi arbejder projektmæssigt, og så kører der et halvt års projekt her, det er jo så heldigvis noget vi siger til vores medarbejdere, de bliver hyret ind på projektansættelser” (Michala, 44:39) og netop denne måde at strukturere arbejdet på, er noget hun ønsker at fastholde: “Visionen for Ballast er, at det skal blive en, altså fortsætte med at være den her produkt-projektvirksomhed, som den netop voksede ind i at være” (Michala, 30:44).

Således taler ingen af respondenterne ind i en økonomisk vækstforståelse, hvor økonomisk overskud er drivkraften. Kvinderne udtrykker snarere et ønske om langsom og inkrementel vækst, hvor hovedfokus er at sikre en indkomst, der skaber stabilitet og gør disse kvinder i stand til at fortsætte det, de hidtil har gjort. Stabilitet bliver således et gode i sig selv, der kan eliminere den barriere, der er forbundet med de økonomisk usikre aspekter af iværksætteri. Økonomi spiller en funktionel rolle som en nødvendighed for at overleve. Dette står i direkte kontrast til det, vi tidligere i dette kapitel har lært om disse kvinders billede på den typiske iværksætter, der netop er drevet af profitorientering og ønsket om at tjene “mange millioner”.

Succes er at gøre en forskel

Udover en ydmyg omend økonomisk fortælling om vækst, er der også en anden vækstfortælling at identificere hos kvinderne, når vi spørger ind til deres succeskriterier. Denne vækstfortælling tager form af en mere socialøkonomisk⁹ forståelse af vækst, idet den handler om at gøre en forskel for flest muligt mennesker. Der er bred enighed om, at de virksomheder, kvinderne iværksætter, er en succes, når de gør en social eller miljømæssig forskel i verden (Emilie, 34:46; Alruna, 30:38; Emma, 25:12; Marie, 26:48; Sofie, 16:34; Marie L., 30:41; Lizanne, 11:03; Camilla, 06:47). På dette område har kvinderne langt fra ydmyge ambitioner. Camilla drømmer om at kunne løfte hele audiopædagogikfaget ved at øge omfanget af de mennesker, hun kan hjælpe med sit iværksætteri: “Når man sidder i en kommune, så er der de der 60 børn man nu sidder med, man gør en forskel for, hvor her der er det jo drømmen om at kunne løfte hele faget” (Camilla, 06:47). Marie drømmer ligeledes om at gøre en forskel på industriniveau: “Visionen er jo at revolutionere, det lyder virkelig dramatisk og super-iværksætter-agtigt, men windsurfing industrien, på den måde, at vi gør windsurf tilgængeligt for de mindste børn” (Marie, 26:48). Michala forholder sig også til socialøkonomisk vækst gennem de ambitioner, hun har for sin virksomhed, der laver simulationsbriller til pårørende til mennesker med synsnedsættelse:

“Ambitionen er, at Ballast skal vokse. Ballast skal også vokse, ved at det har rum til at have medarbejdere, der er svagtseende selv, som kan være med til at køre nogle af de her projekter, og måske netop også brede sig ud på andre handicaps” (Michala, 37:18).

Kvindernes fortællinger om denne socialøkonomiske vækst peger ofte tilbage på deres egen identitetsforståelse. En kongstanke i den narrative praksis er, at vi som mennesker har håb, drømme og ønsker for livet der gør, at vi bestræber os på at levendegøre vores foretrukne værdier (Schnoor, 2012:

⁹Den danske regerings definition på socialøkonomiske virksomheder: “En privat virksomhed, der driver erhverv med det formål - gennem sit virke og indtjening - at fremme særlige sociale og samfundsgavnligt formål” (Social Virksomhed, 2015)

36). Således får vores ønsker og drømme for i morgen altså indflydelse på vores handlinger i dag. Dette illustreres tydeligt i dette citatuddrag fra den potentielle iværksætter Emilie, der fortæller om, hvad hendes virksomhed skulle kunne, for at være en succes:

“Den [virksomheden] skal uden tvivl kunne hjælpe nogle andre mennesker (...) Jeg tror den der kombination af, at min mor hun er sygeplejerske og er virkelig inden for et fag, hvor omsorg og det med at kunne hjælpe andre, det betyder sindssygt meget, og det er jeg jo også vokset op med, så det betyder også meget for mig selv (...) Den der omsorg og at ‘tænke på andre mennesker’-tankegang, den har jeg totalt på ryggraden indboret i mig” (Emilie, 34:46)

De visioner Emilie har for sin virksomhed, er altså tæt knyttet med hendes selvfortælling. Lizannes fortæller ligeledes om, hvordan hendes livsværdier er styrende for den måde, hun ønsker at drive forretning på: “Altså jeg kunne aldrig nogensinde bare lave en forretning, fordi jeg ville tjene penge. Altså det ville jeg ikke gøre, for det ligger ikke til mig. Så klart, det skal jo være noget der har et overordnet formål, som passer til mine livsværdier og sådan noget” (Lizanne, 11.03). Lizannes identitetsforståelse er således tæt knyttet til hendes moralforståelse. Således tager kvindernes visioner og drømme om deres fremtidige virksomheder afsæt i nogle moralske forpligtelser, der er tæt knyttet til, hvem de gerne vil være, og hvad de gerne vil udrette. Kvindernes forståelser af succes udmønter sig i en ydmyg, langsom og inkrementel vækstforståelse, der minder om en socialøkonomisk vækstforståelse, der passer til kvindernes egne værdier. Succeskriterierne består mere konkret i, at kunne tjene en løn til sig selv, at kunne gøre en social forskel og at fastholde virksomheden i dens nuværende størrelse eller vækste til en størrelsesorden på 5-20 medarbejdere. Kvinderne konstruerer således en ny fortælling om succes og vækst for iværksætterier end de tidligere konstruerede om den typiske iværksætter.

Kapitel 2: Delkonklusion

I dette kapitel har vi besvaret spørgsmålet: *Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere iværksætteri og hvilke konsekvenser får dette for deres forståelse af dem selv som (potentielle) iværksættere?* Vi har indledningsvist fundet, at kvinderne forbinder iværksætteri med en væren, og dermed et spørgsmål om identitet, og punktuierer deres fortælling om iværksætteri i fortiden. Her fremhæves særligt barndommen og familieforhold som vigtige i konstruktionen af en iværksætteridentitet. Vi har ligeledes fundet, at respondenterne konstruerer fire diskursive fortællinger om iværksætteri:

- Iværksætteri er funderet i teknologi
- Iværksætteri udleves under barske forhold
- Iværksætteri er profitorienteret
- Iværksætteren har maskuline værdier

Kvinderne identificerer sig ikke med disse fortællinger og dermed ikke med det, de forstår som typisk iværksætteri. Således bliver konstruktionen af en iværksætteridentitet udfordrende for kvinderne, da de drømme og ønsker, kvinderne har for iværksætteri, ikke harmonerer med de tilgængelige, diskursive fortællinger om iværksætteri. I et narrativt perspektiv betyder dette, at kvindernes handlerum ift. at iværksætte mindskes, idet fortællingerne fordrer, at iværksætteriet skal gøres på en bestemt måde. Dog tjener de diskursive fortællinger alligevel et produktivt formål for kvinderne. Når kvinderne referer til diskurser omkring iværksætteri og iværksætteren, konstruerer de samtidig deres egen iværksætteridentitet, ved at tage afstand fra disse. Bl.a. ved at sætte personlige værdier såsom “medmenneskelighed” og “empati” i kontrast til de værdier, de netop har karakteriseret iværksætteren med, det vi kalder ‘identitetens intentionelle karakter’. Kvinderne konstruerer nemlig andre fortællinger om, hvem de gerne vil være som iværksættere. Dette udmønter sig i en ydmyg, langsom og inkrementel vækstforståelse, hvor succeskriterierne mere konkret består i at kunne tjene en løn til sig selv, at kunne gøre en social forskel og at fastholde virksomheden i dens nuværende størrelse eller vokse til en størrelsesorden på 5-20 medarbejdere.

Spørgsmålet bliver nu, om kvinderne så ikke bare kan fortælle disse, for dem, mere foretrukne fortællinger om iværksætteri og dermed identificere sig med iværksætteri på den måde? Ifølge narrativ praksis er det desværre ikke så nemt, da fortællinger skabes og vedligeholdes i social interaktion

(Schnoor, 2012). For at kvindernes iværksætteri anerkendes, må de have samtykke fra andre, der er i position til at vurdere iværksætteri. Derfor bliver det interessant at se nærmere på, hvordan den iværksætterpraksis, InnoFounder udgør, forstår, vurderer og praktiserer iværksætteri.

Analysedel 2: Praksisniveau

Analysens anden del opererer på praksisniveau og indeholder kapitlet: "Iværksætteri i praksis". I dette kapitel vender vi blikket mod det institutionelle niveau af iværksætteri med afsæt i den konkrete praksis, InnoFounder. Denne indsigt opnår vi gennem de tre respondenter, der repræsenterer InnoFounder. Det er i samtalerne med dem, at perspektiver på, hvordan InnoFounder som institution forstår og praktiserer iværksætteri, bliver tilgængelige. Repræsentanterne fra InnoFounder taler således på vegne af en iværksætterpraksis, men de taler også som individer, med holdninger, værdier og præferencer, i en større institutionel kontekst. Alligevel søger vi i dette afsnit at forstå mønstre i iværksætterforståelser, der går på tværs af repræsentanterne, for den måde at komme nærmere de kollektive forståelser af iværksætteri i InnoFounder.

6.3 Kapitel 3: Iværksætteri i praksis

Vi har i de foregående to kapitler peget på, hvordan kvindernes iværksættervirkelighed bl.a. udgøres af en række drivere og barrierer for iværksætteri, og at iværksætteri i høj grad hænger sammen med identitet. Dette kapitel vil stille skarpt på, hvordan InnoFounders repræsentanter forstår deres iværksætterpraksis, ved at fokusere på følgende kategorier: 1) Problematikken og antagelser herom 2) Formelle kriterier: Hvad er og hvad skal iværksætteri? 3) Uformelle ønsker for programmet. For at belyse disse temaer anvendes Csikszentmihalyis (1990) systemmodel, Kjærs (2000) perspektiv på institutioner og Thornton og Ocasios (2008) teori om institutionelle logikker. Disse teoretiske perspektiver aktiveres sideløbende.

Således besvarer dette kapitel analysespørgsmål 3, der lyder: *Hvordan forstår repræsentanterne fra InnoFounder iværksætteri og hvordan udmønter disse forståelser sig i deres praksis?*

6.3.1 Problematikken og antagelser herom

Det er indledningsvist fundet interessant at se nærmere på, hvordan fraværet af kvindelige ansøgere problematiseres i InnoFounder, da det i udgangspunktet er fonden selv, der har adresseret

problematikken. En af årsagerne, til at det problematiseres, er, at de mener, der eksisterer et uforløst innovationspotentiale i disse kvinder (Sidsel, 39:22). Motivationen for at få flere kvindelige iværksættere på programmet er således instrumentel og ikke et udtryk for en ligestillingsagenda. Ønsket om at få flere kvinder udtrykkes af Sidsel som:

“Det handler jo om at få mere og bedre innovation, kan du sige, det er jo sådan endemålet. Og hvad skal man sige, så kan kvinderne være et middel til at nå det mål, fordi de jo, ud fra en antagelse om at de måske har nogle andre kompetencer, som kan bidrage positivt til at skabe innovation” (Sidsel, 31:57)

Antagelser om problematikken

Repræsentanterne fra innovationsfonden, Sidsel, Jørgen og Annette, har forskellige bud på, hvorfor problematikken eksisterer. Programansvarlige Sidsel fremsætter en velkendt hypotese, der også er fremsat i specialets indledende litteraturreview, om at kvinder er mere risikoaverse end mænd:

“En gængs hypotese er jo den, at kvinder er mindre risikovillige end mænd er (...) Man kan også have en hypotese om, at kvinder i højere grad tænker langsigtet og tænker på at planlægge familie og sådan noget, og i den ligning passer iværksætteri måske ikke så godt ind” (Sidsel, 41:05).

Annette mener i stedet, at manglen på kvinder kan skyldes at kvinderne vælger iværksætteriet fra, fordi de ikke vil, eller har lyst (Annette, 48:17). Jørgen mener ikke nødvendigvis, at kvinder er mindre tilbøjelige til at blive iværksættere end mænd, men refererer i stedet til branche-præferencer, og dermed også den type projekter, kvinderne typisk arbejder med: “Jeg tror bl.a. det skyldes, at iværksætteri historisk set har været præget en del ud fra teknologiske muligheder, og der er også en skævhed i teknologi, mænd/kvinder, og det smitter så af på hvor mange, der bliver iværksættere” (Jørgen, 32:04). Sidsel mener ligeledes, at kvinderne iværksætter andre projekter, og dette nok faktisk er grunden til den frasortering af kvinder, der foregår i InnoFounder: “Vi frasorterer nogle kvinder i selektionsprocessen. Og det gør vi jo ikke for at frasortere kvinder, men det handler nok om den type projekter, de søger på baggrund af” (Sidsel, 24:58). Da vi spørger ind til denne frasortering, fortæller Sidsel, at de brancher, kvinderne vælger at innovere i, operer på nogle andre betingelser:

“Hvis man skal sige noget, så er det måske også et spørgsmål om, at der er rigtigt meget konkurrence på de felter, hvor kvinderne søger, altså de søger meget inden for, hvad skal man sige, så er der en del fødevareting, børnetøj, altså hvor kan man sige innovationshøjden er ikke super høj, og hvor der er ret meget konkurrence allerede” (Sidsel, 27:38)

Problematikken forstås altså enten som et udtryk for nogle livsstils-præferencer hos kvinderne, såsom familieliv og sikkerhed, eller nogle branche-præferencer hos kvinderne, såsom service- eller detailbranchen. Disse forståelser er ikke langt fra de fortællinger, vi identificerede hos kvinderne i kapitel 2. Fælles for disse forståelser i InnoFounder er dog, at de placerer problemet hos kvinderne selv. Når Sidsel eksempelvis forklarer, at kvinder tænker langsigtet om familieliv og herefter siger; ‘i den ligning passer iværksætteri måske ikke så godt ind’, italesættes der allerede en dissonans mellem kvindernes præferencer og iværksætteri generelt. Således ekskluderes kvinderne allerede i etableringen af problemet fra InnoFounders forståelse af iværksætteri. Her bliver Csikszentmihalyis (1990, 2014) perspektiver på kreativitet, som en sociokulturel konstruktion, relevant. Han beretter herom:

“The common belief is that if creativity is rare, it is because of supply-side limitations; in other words, because there are few geniuses. The truth seems to be that the limits to creativity lie on the demand-side.

If there is too little creativity, it is because both individually and collectively we cannot change our cognitive structures rapidly enough to recognize and adopt new ideas” (Csikszentmihalyi, 2014: 106).

Som citatet fra Csikszentmihalyi indikerer, bør fokus altså flyttes til efterspørgselssiden af innovation for at forstå mangel på kreativt potentiale. Dette gør det nærliggende at se nærmere på, hvordan Innovationsfonden som praksis forstår og vurderer innovation. I et institutionelt perspektiv handler det således om, hvordan InnoFounder som felt er med til at definere et legitimt handlerum for iværksætteri.

6.3.2 Formelle kriterier: Hvad er og skal iværksætteri?

Vi har bedt repræsentanterne fra InnoFounder fortælle om deres udvælgelsespraksis, og hvordan de vurderer og udvælger iværksætteridéer på programmet. Her bringer repræsentanterne særligt to af programmets seks udvælgelseskriterier i spil, hvorfor disse bliver et centralt omdrejningspunkt for analysen. I dette afsnit forstår vi InnoFounder både som en aktør i en bredere institutionel kontekst, der skaber spilleregler for iværksætteri, men som også selv er en institution, der skaber og reproducerer disse. Således er formålet med dette kapitel at undersøge, hvordan disse spilleregler tager sig ud i praksis og hvilke konsekvenser, de får.

En udvælgelsespraksis

Csikszentmihalyi (1997) foreslår, at kreativitet og innovation først bliver til, når det anerkendes af et felt af eksperter, såkaldte gatekeepers. At noget er innovativt ligger altså i høj grad i interaktionen med det felt, der er i position til at træffe beslutninger omkring innovationen. InnoFounder består i tråd med

dette af et ekspertpanel bestående af syv erhvervsfolk, hvis opgave er at vurdere den innovation, der skabes af nyuddannede i Danmark. InnoFounder-panelet kan analyseres som et felt, idet paneldeltagerne er en gruppe eksperter, 'whose job involves passing judgment on performance in that domain' (Csikszentmihalyi 1997: 42). Med afsæt i Csikszentmihalyi's systemteori finder vi det derfor givtigt at se nærmere på den udvælgelsespraksis, der finder sted i InnoFounder, idet InnoFounder fungerer som gatekeepers for, hvilken iværksætter, der betragtes som gyldig.

InnoFounder og det tilhørende ekspertpanel vurderer iværksætteri ud fra seks overordnede udvælgelseskriterier (Bilag 2, side 7). Hvordan disse udvælgelseskriterier forstås og omsættes til praksis, har vi fundet særligt interessant for at forstå, hvordan InnoFounder forstår iværksætteri. Repræsentanterne placerer i deres fortællinger især to kriterier, som centrale for panelets udvælgelse:

1. **Nyhedsværdi og innovationshøjde:** Er det klart, hvordan iværksætteridéen bygger på ny viden eller ny anvendelse af eksisterende viden?
2. **Værdiskabelse:** Har iværksætteridéen potentiale til at bidrage til vækst og beskæftigelse i Danmark og/eller til at løse konkrete samfundsudfordringer? Er det klart, at iværksætteridéen kan realiseres i form af et skalérbart produkt eller ydelse?

Disse to kriterier læser nærværende forfattere som svarene på to spørgsmål: 1) Hvad *er* innovation og iværksætteri 2) Hvad *skal* innovation og iværksætteri? Vi vil i følgende dykke ned i, hvad svarene på disse spørgsmål, ifølge repræsentanterne, er, med afsæt i et kognitivt perspektiv på institutioner. Ligeledes vil vi se på, hvilke konsekvenser kriterierne får for panelets udvælgelse af iværksætterideer. Afslutningsvis vil vi pege på en uformel lokal logik, der står i skyggen af, men også udfordrer de formelle udvælgelseskriterier.

Innovationshøjde: Hvad er iværksætteri?

Som Innovationsfond må man alt andet lige abonnere på en innovationsforståelse, og dermed hvad innovation *er*. I hvert fald forholder alle repræsentanterne sig gentagne gange til det, de kalder "innovationshøjden" i idéerne. Dette udforsker vi nærmere i samtalerne med repræsentanterne for InnoFounder, for at blive klogere på, hvad de forstår ved innovation, som synes at være uadskilleligt fra iværksætteri. I fortællingerne, om hvad innovation og dermed iværksætteri er, bliver en række elementer

centrale. Repræsentanterne understreger bl.a. vigtigheden af, at innovationen bygger på viden jf. fondens fundats (Sidsel, 11:32; Jørgen, 20:55) og samtidig demonstrerer noget nyt (Jørgen, 28:27; Annette, 18:17). Disse forståelser læner sig op ad den generelle definition af innovation, jf. Amabile (1997), og forekommer derfor relativt brede. Det er imidlertid interessant, hvordan samtalerne faktisk ender med at centrere sig meget om en bestemt type innovation: teknologisk innovation. Vi har derfor valgt af udfolde dette element i det nedenstående.

En teknologisk "arv", en teknologisk kontekst og teknologisk erfaring

I refleksionsprocessen over iværksætteri og innovationshøjde forekommer teknologi som et uundgåeligt omdrejningspunkt for innovationsforståelsen. Teknologi synes at gennemsyre meget af den viden, der er i fonden, og den innovation de støtter. Det skyldes, ifølge Sidsel, Innovationsfondens ophav:

"Vi er jo også født, vi er en sammenlægning af Højteknologifonden, Det strategiske forskningsråd og Råd for teknologi og innovation, så man kan sige, i kraft af vores ophav, har vi jo også haft meget fokus på teknologi og særligt Højteknologifonden har været dominerende og har haft meget fokus på teknologi. Så vi har også ligesom en arv" (Sidsel, 18:22)

Foruden den teknologiske arv, spiller politiske faktorer også ind på overvægten af teknologi i fonden. Innovationsfondens bevilling bestemmes nemlig på Finansloven: "Hvis vi kigger på de temaer, der bliver besluttet på finansloven, så er der helt klar en overvægt mod noget, mod noget teknisk videnskab. Så hvis vi kigger på Innovationsfonden udefra, så er der også på den måde, ret meget tech" (Sidsel, 18:22). Således er dette fokus på teknologi ikke opstået ud af ingenting, men er opstået på baggrund af den kontekst, som InnoFounders omgivende institutioner udgør. Dette både i form af den institution, teknologi som faglighed udgør, men også som et resultat af staten som institution, der udøver magt ved at definere teknologi som legitimt og foretrukket innovationsområde.

Innovationsforståelsen i praksis

Ovennævnte institutionelle kræfter får konsekvenser for den hverdagspraksis, som InnoFounder udgør, idet denne forståelse reproduceres i praksis. Sidsel fortæller herom:

"Der er mange, der kommer udefra og tænker, at vi kun er for tech-virksomheder og tech spiller en stor komponent. Altså vi er slet ikke tematisk begrænset, vi har heller ikke noget krav om, at der skal være tech i alt, og vi funder også en masse ting, eller i hvert fald en del, hvor der ikke er tech i. Men man kan

sige, tech er i rigtigt mange ting i dag, og tech er også en ting, der kan være med til at skalere. Så derfor har vi meget tech, i det vi funder, men egentlig har vi et ret bredt innovationsbegreb” (Sidsel, 16:57).

Dette peger på, at InnoFounders omverden opfatter programmet som begrænset til teknologisk innovation, hvilket Sidsel afviser. Alligevel bliver teknologi centralt i det, de støtter, fordi det gennemsyrrer “rigtig mange ting i dag”. Sidsel bekræfter tilmed i det ovenstående citat-uddrag, at disse teknologiløsninger trives godt inden for kriterierne om værdiskabelse, når hun siger “tech er også en ting, der kan være med til at skalere”. Dette indikerer, at det de omgivende institutionelle kræfter har etableret som legitim innovation, internaliseres i programmets innovationsforståelse, hvori teknologi opfattes som et yndet middel til at skabe skalérbare virksomheder. Den teknologiske arv synes også at få synlige effekter i den samlede sum af idéer, programmet modtager og dermed også de idéer, det støtter. Herom fortæller Annette:

“I starten gav vi jo mange apps, fordi der var mange apps, der var en overvægt og så er det jo klart, så må noget af det jo komme igennem ik’, men selvfølgelig inden for alle mulige ting. Og så var der også dem med dronerne, der var også voldsomt mange på et tidspunkt” (Annette, 23:33)

Her understreger Annette, at det teknologiske fokus gang på gang reetableres i programmet og får selvforstærkende effekter. I Csikszentmihalyis (1990) begrebsramme synes det domæne, InnoFounder henvender sig til, derfor at indsnævre sig til teknologisk innovation. Jørgen bekræfter disse pointer og fortæller, at teknologi også er det domæne, han primært har erfaring med og udvælger idéer inden for:

“Ja, de fleste har været på et eller andet teknisk, noget som jeg synes havde den faglighed, jeg kunne være med på. Men det er sådan bredt, altså der er nogen der har været platform til at søge software til små og mellem virksomheder, nogle laver små strømforsyninger (...) der både kan lade PC’er og tablets og telefoner, og nogle af dem laver virtuelle kreditkort, så det er sådan relativt bredt. Det er ikke super teknisk det hele“ (Jørgen, 22:45)

Selvom Jørgen vurderer, at det programmet støtter, er “relativt bredt”, synes de eksempler, han fremhæver, at begrænse sig til teknologisk innovation, selvom de varierer fra hardware til software. Dette kan hænge sammen med Jørgens professionelle og faglige baggrund inden for IT. Csikszentmihalyis (1990) pointerer, i tråd med ovenstående, at eksperter med erfaring inden for et domæne internaliserer domænets symboler og spilleregler og vurderer innovation ud fra disse.

Det er således noget, der tyder på, at forståelser af innovation, der i udgangspunktet er etableret af større institutioner som teknologi og staten, eller via praktisk erfaring inden for et domæne, reproduceres og senere internaliseres i repræsentanternes udmøntning og vurdering af iværksætteri. Således kan innovation, som teknologisk funderet, betragtes som en *institutionel logik*, som former og guider panelets vurdering af iværksætteri, der i yderste instans er med til at producere og reproducere en bestemt forståelse af iværksætteri (Thornton og Ocasio, 2008). Dermed er InnoFounder-repræsentanterne gennem brugen af denne institutionelle logik med til at reproducere en bestemt forståelse af innovation som værende teknologisk funderet. Denne logik kan, sat på spidsen, formuleres således:

Institutionel logik

Iværksætteri er teknologisk innovation

Selvom både Sidsel og Jørgen begge i det ovenstående vurderer, at InnoFounder har et relativt bredt innovationsbegreb, får det skærpede fokus på teknologi, innovationsbegrebet til at fremstå mere snævert, end det fremlægges. Der forekommer altså en dissonans mellem InnoFounders forståelse af eget innovationsbegreb og det teknologifokus, ovenstående peger på. Csikszentmihalyi (1997) argumenterer for, at feltet bidrager til det kreative system “by choosing a broad or narrow filter to select novelty” (44). Således kan der argumenteres for, at InnoFounder bidrager til den generelle forståelse af iværksætteri ved at anvende et snævert filter til at vurdere selv samme. Når InnoFounder udtrykker, at de idéer, der støttes, forekommer homogene, spiller panelet, efter Csikszentmihalyis teori, selv en rolle i denne problematik. Når innovationsbegrebet er snævert, vil de ideer, der modtages og udvælges, alt andet lige ligne hinanden. I institutionelle termer betyder den snævre innovationsforståelse, at kun nogle former for innovation og iværksætteri legitimeres, hvormed andre ekskluderes (Kjær, 2000).

Værdiskabelse: Hvad skal iværksætteri?

Vi har ovenfor peget på, at innovationsforståelsen i InnoFounder i høj grad er præget af deres institutionelle kontekst, en teknologisk arv og erfaring med teknologi. Den institutionelle logik “iværksætteri er teknologisk innovation” præger således, hvad man i programmet vurderer iværksætteri *er*. Vi vil nu se nærmere på, hvordan man i programmet vurderer, hvad iværksætteri *skal*. I interviewet beder vi Sidsel uddybe, hvad det er, iværksætteri skal kunne:

Interviewer, 13:21: “Hvad så med sådan noget som iværksætteri eller entreprenørskab, hvordan ser i på det? Hvad kan det?”

Sidsel, 13:30: “Jamen det kan jo, igen, tilbage til formålet, det kan jo skabe vækst og beskæftigelse”

Ligeledes står der i beskrivelsen af InnoFounder-programmet, at fonden søger iværksættere med skalérbare iværksætteridéer med vækstpotentiale (Innovationsfonden, 2018b). Således er der altså i fondens optik en tæt forbindelse mellem iværksætteri-begrebet og vækstbegrebet. Derfor beder vi repræsentanterne uddybe deres forståelse af begrebet ‘vækst’ og yderligere deres forståelse af succesfuldt iværksætteri, der også her synes at hænge sammen med deres vækstbegreb.

Vækst, arbejdspladser og omsætning

Vækstbegrebet etableres af repræsentanterne inden for en økonomisk forståelse af selv samme, hvor særligt genereringen af arbejdspladser og omsætning er centrale elementer i InnoFounders vækstforståelse. Herom fortæller Program Officer, Sidsel:

“Jamen det er jo sådan meget relateret til vækst, der skal kunne være potentiale til at skabe en virksomhed med ja, selvfølgelig til dels stor omsætning, men vi fokuserer også meget på arbejdspladser, fordi det er det, vi er sat i verden for at skabe i Danmark. Noget omsætning og nogle arbejdspladser”

(Sidsel, 09:04)

Således bliver forståelsen af iværksætteri instrumentel, idet iværksætteri tjener et klart og snævert formål, nemlig at skabe vækst via omsætning og arbejdspladser i Danmark. I citatet etableres desuden, at denne forståelse bunder i programmets overordnede formål, og det InnoFounder er “sat i verden for”. Dette peger igen tilbage på den institutionelle kontekst, InnoFounder agerer i, hvor fokus på at skabe vækst og arbejdspladser reproducere i den hverdagspraksis, InnoFounder udgør. Ligeledes refererer Jørgen til makroøkonomien, som en samfundsmæssig institution, der har etableret denne tætte forbindelse mellem iværksætteri og vækst: “Det er fordi, at makroøkonomisk, så er iværksætteri tilsyneladende en af de bedste netto-jobskabere, der findes” (Jørgen, 45:55). Således lader dette økonomiske vækstfokus heller ikke til at være opstået af sig selv, men som et produkt af den institutionelle kontekst og de iværksætteriforståelser, der er tilgængelige for InnoFounder repræsentanterne.

Vækstforståelsen i praksis

Denne forståelse, af hvad iværksætteri *skal*, får igen konsekvenser for, hvordan iværksætteri praktiseres i InnoFounder. Vi spørger Sidsel om hendes eget syn på, hvornår en iværksætteridé er en succes:

Interviewer, 07:02: “Og hvornår er en iværksætteridé, eller en iværksætterrejse, en succes i dine øjne? Kan du komme med et eksempel på det?”

Sidsel, 07:28: “Jamen det er de jo, når de bliver til en vækstvirksomhed, kan du sige, Innovationsfonden er sat i verden for at skabe vækst og beskæftigelse i Danmark (...) Det er selvfølgelig ambitionen at skabe store vækstvirksomheder”

Dette demonstrerer, at den ovenfor etablerede forståelse af, hvad InnoFounder er sat i verden for, og dermed hvad iværksætteri skal, internaliseres som en iboende holdning til iværksættersucces. Denne internalisering forstærkes af det faktum, at Jørgen og Sidsel nævner selvsamme virksomhed, der i øvrigt er en teknologisk virksomhed, som et eksempel på en succeshistorie for InnoFounder (Sidsel, 14:50; Jørgen, 15:12). Sidsel fortæller om begrundelsen herfor: “De er jo et godt eksempel på, altså det er jo stadigvæk ikke en kæmpe stor virksomhed, fordi de er jo stadigvæk ret unge ikke, men de er vokset markant i løbet af den tid, vi har kendt dem” (Sidsel, 14:50). Således bliver det meget tydeligt, at iværksættersucces er lig med vækst. Hvad der mere præcis ligger i at være en vækstvirksomhed, uddyber panelformand, Jørgen, der jævnfør programmets eksistensgrundlag, refererer til jobskabelse. Således hænger succes også sammen med vækst for ham:

“Det er rigtig, rigtig svært at lave en virksomhed, der bliver 1000 mand. Og så kan man så sige ‘okay, det bliver de der start-ups, der har været igennem InnoFounder sgu da aldrig, men sådan kan man ikke sige det. Det kan godt være, der bliver en enkelt af dem, der en dag bliver 1000 mand. Og det bliver man nødt til at satse på, og hvis de bliver 500, er det også fint. Så har de skabt 500 nye jobs, men de er netto-jobskabende” (Jørgen, 45:55)

Succesen ligger altså i den ene InnoFounder-virksomhed, der måske bliver 500-1000 mand, og ikke i de resterende, der måske skaber betydeligt færre arbejdspladser, men skaber værdi på andre områder. Her sætter Jørgen desuden tal på, hvad han betragter som vækstvirksomheder. Bemærkelsesværdigt er det, at panelmedlem, Annette, der selv har startet og i dag driver egen virksomhed, udtrykker samme vækstbehov, som vi så det blandt kvinderne i kapitel 2. Herom fortæller Annette, at

“Den har været meget sådan op og ned, min virksomhed, antalsmæssigt (...) Ofte så bliver vækst jo målt på, om virksomheden går fra at være fra 1-2-8-10, og det har aldrig været et mål i sig selv for mig at

vokse. Det har simpelthen været, helt plat banalt, været målet at lave nogle fede opgaver, der gav mening” (Annette, 03:14)

Her udtrykker Annette, at det aldrig har været målet om vækst i sig selv, der har drevet hende. Dette fremstår desuden kontrasterende til den økonomiske vækstforståelse, de to andre repræsentanter fra InnoFounder har givet udtryk for. Annette uddyber yderligere sin egen erfaring som (kvindelig) iværksætter og fortæller, at hun i sin egen virksomhed aldrig har haft mere end fem medarbejdere, hvilket heller ikke er ønskværdigt for hende (Annette, 06:33). Der er altså en dissonans mellem Annettes personlige succesopfattelse og de forståelser, man producerer og reproducerer i InnoFounder. Empirien indikerer dog ikke, at man i InnoFounder læner sig op ad den forståelse, Annette udtrykker, i vurderingen af iværksætteridéer. Opsamlende virker det derfor til, at en dominerende institutionel logik i InnoFounder er, at iværksætteri skal skabe vækst. Hvad vækst er, synes yderligere at indsnævres til skabelsen af omsætning og arbejdspladser i stor skala. Denne logik kan, sat på spidsen, formuleres således:

Institutionel logik

Iværksætteri skal skabe vækst via omsætning og arbejdspladser

Institutionalisering

Der er således især to institutionelle logikker, der synes at præge de forståelser, der hersker blandt repræsentanterne i InnoFounder: 1) Iværksætteri *er* teknologisk innovation og 2) Iværksætteri *skal* skabe vækst i form af arbejdspladser og omsætning. Dette efterlader os med en snæver innovations- og vækstforståelse. Sidsel tager faktisk lige præcis udgangspunkt i disse to logikker, når hun fortæller os, hvorfor hun tror, der er få kvinder på InnoFounderprogrammet:

“Vi har tidligere haft sådan lidt en fornemmelse af, at noget af det har handlet lidt om noget skalerbarhed og det ligesom har været det, der har været barrieren for at kunne optage nogle flere kvinder, fordi at, det har været nogle sådan lidt nogle koncepter, som ikke har været helt så nemme at skalere, hvor innovationshøjden måske heller ikke har været helt så høj” (Sidsel, 25:23)

De institutionaliserede logikker bliver altså til årsagsforklarende sandheder, der bl.a. udmønter sig i forklaringen på, hvorfor InnoFounder mangler kvindelige iværksættere. De får yderligere reelle konsekvenser for InnoFounders udvælgelsespraksis, der kommer til at bære præg af teknologiske løsninger. På baggrund af ovenstående analyse virker det således ikke til, at InnoFounder forskelsbehandler på baggrund af køn, men i højere grad på baggrund af domæne. Udvælgelsespraksissen i InnoFounder og den adresserede problematik er måske slet ikke en mand/kvinde diskussion, men mere et spørgsmål om forståelser af, hvad iværksætteri *er* og *skal*.

Analysen indikerer, at InnoFounders udvælgelsespraksis, og de tilhørende beslutningsprocesser, er blevet institutionaliseret, idet praksissen afspejler de dominerende institutioner i InnoFounders omgivelser, der udsætter praksissen og dens medlemmer for et pres i retning af bestemte typer adfærd (Kjær, 2000). I et institutionelt perspektiv kan dette betragtes som kognitive strukturer, der former bestemte verdensbilleder, der med stor kraft beskriver, hvad der er den mest "fornuftige" handling (Kjær, 2000). I nærværende tilfælde hersker der i InnoFounder en fælles forestilling om, at forståelsen af iværksætteri, som et middel til at skabe vækst og arbejdspladser i Danmark, er det mest "fornuftige".

Med denne institutionelle forståelse in mente kan vi nu forstå InnoFounder som et ekspertfelt, der agerer på baggrund af institutionelle logikker, etableret i domænet iværksætteri, som de repræsenterer. En væsentlig pointe, der går igen hos Csikszentmihalyi, er, at eksperterne i et felt ikke besidder en fuldstændig ekstern, objektiv standard at vurdere kreative ideer ud fra: "Thus whether an idea or product is creative or not does not depend on its own qualities, but on the effect it is able to produce in others who are exposed to it" (Csikszentmihalyi, 2014: 102). Helt centralt er det, at man som iværksætter, i kontrast til de fleste andre "erhverv", er afhængige af feltets accept, da iværksætteri ikke er en beskyttet titel som tidligere etableret. Ovenstående analyse åbner op for, at iværksætteri ikke er en på forhånd givet objektiv størrelse, men i høj grad samskabes af både institutioner og individer. Hvis vi husker tilbage på Schnoors (2012) perspektiv på positionering og magt, bliver InnoFounders magtposition væsentlig at kommentere på. De iværksætterforståelser og fortællinger, InnoFounder reproducerer igennem deres udvælgelsespraksis, får virkelige effekter i den sociale verden, idet de positionerer bestemte typer af iværksætteri i mere magtfulde positioner end andre.

6.3.3 En uformel lokal logik

Vi har ovenfor peget på, at især to af InnoFounders formelle kriterier fylder meget i repræsentanternes forståelse af, hvad iværksætteri er og skal. Der viser sig dog en alternativ forståelse undervejs i

interviewene. Når repræsentanterne reflekterer over InnoFounders formål, fremlægges nemlig en mere uformel lokal logik, der ikke kan spores tilbage til et formelt kriterium. Dette afsnit vil derfor bidrage til en ny vinkel på svaret til analysespørgsmål 3 ved at gøre plads til flere nuancer af InnoFounders forståelse af iværksætteri og formål med deres praksis.

Et bredere og oplysende bidrag

Tidligere fremgik det, at repræsentanterne for InnoFounder særligt refererer til et økonomisk vækstbegreb, når de skal beskrive det, de er “sat i verden for”. Dog tyder det på, at hvad der fremstår som en formel forståelse af programmet, ikke ræsonnerer i repræsentanternes senere udlæg af, hvad de ønsker, programmet bidrager til. Heri er idéer om, at “bidrage til at flere går iværksættervejen” (Sidsel, 06:44), at “skabe innovation, der ellers ikke ville være skabt” (Sidsel, 13:03) og at “lære frem for at lykkedes” (Jørgen, 44:38), der særligt fylder. Netop denne forståelse opsummerer Jørgen glimrende i det nedenstående:

“Jeg synes også, det er vigtigt at understrege, at det er jo ikke nødvendigvis er programmets succeskriterie, at dem der kommer ind i programmet, bliver succesfulde iværksættere. Det er programmets mere brede succeskriterie, at mange flere unge begynder at overveje muligheden”
(Jørgen, 44:38)

Her er det som om, at alle krav om vækst, omsætning og arbejdspladser bliver sekundære, og formålet bliver snarere oplysende og udforskende. Yderligere uddyber Sidsel, at programmet kan bidrage til at skabe flere rollemodeller for iværksætteri: “Jeg ønsker jo, at det bidrager til, at der er flere der tør at gå iværksættervejen blandt folk med en videregående uddannelse, for at der bliver skabt nogle rollemodeller, som kan være med til, at give endnu flere lyst og mod på at blive iværksætter” (Sidsel, 06:44). Sidst men ikke mindst udgør iværksætteriet også, ifølge Jørgen, en unik mulighed for at lære – om det lykkedes eller ej: “Vi har haft nogen, der er gået hen og blevet sådan okay virksomheder i dag. Så er det jo en succes. Men jeg tror også det er farligt at sige, at det kun er en succes. Jeg tror faktisk, alle unge har glæde af at prøve at være iværksætter” (Jørgen, 13:25). Han følger op: “Ja, måske endda specielt hvis det ikke er lykkedes, for de lærer simpelthen en værktøjskasse at kende” (Jørgen, 13:58).

I repræsentanternes udlægning af, hvad de opfatter som InnoFounders største bidrag, taler de *ikke* ind i en snæver, økonomisk vækstforståelse, hvor formålet er at skabe omsætning og arbejdspladser. De taler snarere ind i et større formål, hvor programmet fungerer mere oplysende og inspirerende snarere end omsætnings- og jobskabende.

Kapitel 3: Delkonklusion

I dette kapitel har vi besvaret analysespørgsmål 3: *Hvordan forstår repræsentanterne fra InnoFounder iværksætteri og hvordan udmønter disse forståelser sig i deres praksis?* Vi har indledningsvist i dette kapitel peget på, at manglende kvinder på InnoFounder programmet problematiseres, fordi man har en forventning om, at der eksisterer et uforløst potentiale i kvinderne, der betragtes som et middel til at skabe mere og bedre innovation. I udforskningen af problemet har vi identificeret nogle antagelser om problemets rod. Her peger repræsentanterne på, at manglen på kvindelige iværksættere skyldes deres livsstils- og branchepræferencer. Således placeres problemet i kvinderne selv. Vi karakteriserer i forlængelse heraf InnoFounder som et ekspertfelt, der vurderer og dermed definerer, hvad iværksætteri er og skal. To udvælgelseskriterier bliver centrale for at forstå InnoFounders praksis; Innovationshøjde og værdiskabelse. Disse kriterier udmøntes i to institutionelle logikker, der reproduceres i praksis: 1) Iværksætteri *er* teknologisk innovation og 2) Iværksætteri *skal* skabe vækst i form af arbejdspladser og omsætning. Dette indikerer, at InnoFounders udvælgelsespraksis er blevet institutionaliseret. Desuden peger vi i analysen på, at disse institutionelle logikker sandsynliggør, at InnoFounder ikke forskelsbehandler på baggrund af køn, men på baggrund af domæne. Afslutningsvist finder vi, at der også eksisterer en uformel, lokal logik i InnoFounder, hvori der stedet udtrykkes et ønske om, at programmet bidrager på et bredere og mere oplysende grundlag ved at inspirere til at flere går iværksættervejen.

Analysedel 3: Komparativt niveau

I kapitel et og to pegede vi på de kvindelige iværksætteres motivation for, forståelse af og identificering med iværksætteri. I kapitel tre pegede vi på, hvilke forståelser der i InnoFounder er af, hvad iværksætteri er og skal i et institutionelt perspektiv. I dette kapitel vil vi sammenholde kvindernes iværksættervirkelighed og InnoFounders iværksætterpraksis, for at forstå, hvordan disse virker sammen og eventuelt modvirker hinanden, ud fra en antagelse om at forskellige forståelser af iværksætteri vanskeliggør handlingskoordinering. Således vil vi på dette niveau trække på de indsigter hhv. individ- og praksisniveauet har tilvejebragt. Ved at opnå indsigt i kvindernes iværksættervirkelighed i relation til egen iværksætterpraksis, kan InnoFounder bedre tilrettelægge deres praksis med henblik på at gøre iværksætteri attraktivt for flere kvinder. Desuden vil dette kapitel bidrage til, at InnoFounder bliver mere bevidste om, hvordan deres forståelse af iværksætteri påvirker og i nogle henseender begrænser kvindernes, og deres egne, forståelser og handlerum.

6.4 Kapitel 4: Sammenligning af forståelser af iværksætteri

I dette analysekapitel vil vi besvare spørgsmålet: *Hvilke ligheder og forskelle er der mellem kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri og hvilken virkning får disse?* Dette spørgsmål besvarer vi primært med afsæt i indsigterne fra de tre foregående kapitler. Disse indsigter munder ud i en sammenligning af kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri på fire overordnede parametre: 1) Formål med iværksætteri 2) Forståelse af iværksætteri 3) Succeskriterier 4) Vækstforståelser, der illustreres i en komplet oversigt. I et afsluttende afsnit viser vi, hvordan InnoFounders iværksætterpraksis direkte og indirekte påvirker kvindernes forståelser og handlerum. Her inddrages Klaus Weber & Ann Glynn's (2006) perspektiv på institutionel meningsskabelse. Her inddrages relevante, nye synspunkter fra de kvindelige iværksættere, der har været i kontakt med fonden.

6.4.1 Formål med iværksætteri

Først virker det nærliggende at konkludere, at InnoFounder udgør en præmis, som er vigtig for kvinderne, da programmet virker til at være svaret på en stor barriere nemlig den om økonomisk sikkerhed. På den måde virker programmet særligt godt sammen med kvindernes udtrykte behov. Yderligere at iværksætteri for både kvinderne og InnoFounder er et middel til et mål. Således tjener iværksætteri, i en vis grad, en instrumentel funktion for begge parter. Målet er dog ikke det samme. For kvinderne er iværksætteri et *middel til en livsstil* og dermed en mulighed for livsdesign, der, i første

omgang, er gavnlig på individniveau. Dog er iværksætteri også drevet af indre motivationsfaktorer, hvor selve det at iværksætte er en drivkraft uafhængigt af dets output. Dernæst er kvindernes formål med iværksætteri at gøre en forskel, typisk socialt, på samfundsniveau. For InnoFounder er iværksætteri et *middel til makroøkonomisk vækst* som er gavnligt på samfundsniveau. Der forekommer altså en helt grundlæggende dissonans mellem kvindernes og InnoFounders udtrykte formål med iværksætteri. Dog udtrykker InnoFounder også et uformelt formål med programmet, der skaber en sprække i de ellers snævre og instrumentelle forståelser af, hvad iværksætteri i InnoFounder er og skal.

6.4.2 Forståelse af iværksætteri

For kvinderne er iværksætteri en mulighed for et frit og fleksibelt liv. Ligeledes forbindes iværksætteri med en *væren*, og er således tæt knyttet til identitet. Når kvinderne beskriver, hvad de forbinder med iværksætteri, gør de det ved at understrege, hvordan fænomenet er forskelligt fra dem selv og i denne fortællende aktivitet anvendes dominerende iværksætterdiskurser. Kvinderne konstruerer fire diskursive fortællinger, om den typiske iværksætter; 1) Iværksætteri er funderet i teknologi 2) Iværksætteri udleveres under barske forhold 3) Iværksætteri er profitorienteret 4) Iværksætteren har maskuline værdier. InnoFounder forstår iværksætteri ud fra to institutionelle logikker: 1) Iværksætteri er teknologisk innovation 2) Iværksætteri skal skabe vækst i form af arbejdspladser og omsætning. Disse logikker fremgår af InnoFounders udvælgelsespraksis. Dette indikerer det, at iværksætteri i højere grad forbindes med en *gøren*. Det bliver her tydeligt, hvordan den typiske iværksætterfortælling kvinderne tager afstand fra, har mange fællestræk med den forståelse, der reproduceres i InnoFounder.

6.4.3 Succeskriterier

Kvinderne definerer succes i termer af personlige forventninger, evner og aspirationer. Her er det især drømmen om at kunne tjene sin egen løn, der står tydeligt frem. Ligeledes er det et succeskriterium, at kunne gøre en social forskel for en gruppe af mennesker. I kontrast til kvinderne definerer InnoFounder succes i termer af objektive, finansielle mål som vækst, omsætning og arbejdspladser. Dette står i stor kontrast til kvinderne, specielt de nuværende iværksættere, der faktisk allerede betragter deres virksomheder som succes'er, selvom mange hverken har ansatte eller trækker løn ud til sig selv.

6.4.4 Vækstforståelser

Kvindernes har ambitioner om at starte mindre virksomheder, der vokser langsomt og inkrementelt. De forsøger nemlig at forene professionelle ambitioner, personlige værdier og livsstilsønsker gennem iværksætteri, som kommer før en aggressiv profitjagt og vækst. Når kvinderne taler i 'antal arbejdspladser', er det i størrelsesordenen 5-20 arbejdspladser. På samfundsniveau drømmer kvinderne

ligeledes om, at deres iværksætteri bliver gavnlig i en socialøkonomisk optik: de vil gøre en ambitiøs, social forskel og hjælpe flest mulige mennesker. InnoFounders vækstforståelse måles i omsætning og arbejdspladser i størrelsesordenen: jo mere des bedre. Således er en virksomhed med mange ansatte bedre end en med få eller ingen ansatte. Her er størrelsesordenen på en succesfuld virksomhed i 'antal skabte arbejdspladser' 500-1000. Dette står i skarp kontrast til den størrelsesorden, kvinderne har udtrykt.

Ovenstående sammenligning betragtes som et centralt fund i specialet, og er demonstreret i nedenstående figur:

	Kvinderne i studiet	InnoFounder
Formål med iværksætteri	Iværksætteri er et middel til et mål: En mulighed for "livsdesign" på individniveau og muligheden for at gøre en social forskel på samfundsniveau.	Iværksætteri er et middel til et mål: Et makroøkonomisk værktøj til at skabe vækst og arbejdspladser i Danmark.
Forståelse af iværksætteri	Iværksætteri er en væren: Iværksætteri er tæt knyttet til identitet og kan bidrage til et frit og fleksibelt liv.	Iværksætteri er en gøren: Iværksætteri er teknologisk, skabbar innovation.
Succes-kriterier	Succes er baseret på subjektive forventninger, evner og aspirationer: egen løn, at gøre en social forskel.	Succes er baseret på objektive, finansielle mål: vækst, omsætning, arbejdspladser.
Vækst-forståelse	Langsom, inkrementel vækst i størrelsesordenen 5-20 medarbejdere. En socialøkonomisk vækstforståelse.	Hurtig, eksponentiel vækst i størrelsesordenen 500-1000 arbejdspladser. En makroøkonomisk vækstforståelse.

Figur 6: Sammenligning af iværksætterforståelser.

Virkingen af forskellige forståelser af iværksætteri

I forrige kapitel etablerede vi, at InnoFounder er et magtfuldt felt ift. at definere og legitimere iværksætteri. Når kvindernes forståelse af og formål med iværksætteri er uoverensstemmende med InnoFounders formelle kriterier, kan kvinderne og deres respektive iværksætterideer ikke hente legitimitet og anerkendelse i den gældende forståelse af iværksætteri i InnoFounder. Dermed bliver kvindernes iværksætteri en afvigelse fra normalen. Kvinderne vil eksempelvis, når det kommer til kriteriet om vækst, være bagud på point allerede fra start ved den gældende udvælgelsespraksis i InnoFounder. Her står programmets egne kriterier altså i vejen for at optage flere kvindelige ansøgere.

Praksissen synes på samme tid at ignorere de elementer, der er vigtige for kvinderne, herunder de personlige, sociale og kontekstuelle. Vi vil desuden argumentere for, at disse modstridende forståelser af iværksætteri indebærer en risiko for, at kvinderne i endnu højere grad afkobles fra iværksætteridentiteten og føler sig utilstrækkelige i den gældende iværksætterdiskurs. En klar effekt, vi i kapitel 2 ser, er, at kvinderne ikke identificerer sig med den forståelse af typisk iværksætteri, de selv producerer, og som ligeledes synes at reproducere i InnoFounder. I et narrativt perspektiv kan der være en risiko for, at kvinderne ender med at drage negative identitetskonklusioner om, at de eksempelvis ikke er gode eller rigtige iværksættere (Schnoor, 2012). Dette peger igen tilbage på, at identiteten skabes og vedligeholdes i social interaktion. At fastholde en identitet, her iværksætteridentiteten, kræver nemlig andres anerkendelse af denne (Schnoor, 2012). Således spiller InnoFounder som felt, en væsentlig rolle ift. at bestemme, hvad iværksætteri er, og dermed hvorvidt kvinderne er iværksættere.

For at understrege InnoFounders afgørende rolle ift. at definere iværksætteri, finder vi det relevant at inddrage Weber og Glynn's (2006) perspektiv på institutioner. Weber & Glynn argumenterer for, at institutionerne er en vigtig del af den meningsskabelsesproces, der finder sted på individniveau. Vi har derfor fundet det relevant kort at inddrage et perspektiv fra tre af de InnoFounder-ansøgere, der har fået afslag på deres ansøgninger, for at forstå den mere direkte effekt, InnoFounders kriterier har på de kvindelige iværksættere. Maya fortæller bl.a. om en oplevelse, da hun ringer til Væksthuset, som Innovationsfonden henviser til for rådgivning, før hun sender sin ansøgning:

“Jeg ringede til ham og spurgte, om det her ikke var en god ide (...) og han sagde, at ‘Ah, men hvis jeg skulle gøre det rigtig godt, så skulle det være en app’. Nej, jeg vil ikke lave en app, hvorfor skulle jeg lave en app? Der er tusinde apps. Ja op ad bakke” (Maya, 33:02).

Denne telefonsamtale får tydelige konsekvenser for Mayas opfattelse af InnoFounders innovationsforståelse: “Jeg havde lidt på fornemmelsen, at det var de apps der, de gik efter og det skulle være sådan noget IT et eller andet” (Maya, 35:23). Ligeledes ræsonnerer de andre afviste ansøgere, at det nok var kriteriet om ‘Værdiskabelse og forretningsmæssigt potentiale’ herunder skalerbarhed og markedsstørrelse, der gjorde udslaget (Josefine, 36:34; Michala, 51:47; Maya, 35:01). Michala forklarer:

“Jamen det var simpelthen markedsstørrelsen, der ikke virkede stor nok, sådan husker jeg det (...) at det gav måske meget god mening for dem, hvis de gik efter noget der, er mere sådan.. lidt mere kommercielt” (Michala, 51:47).

Maya forklarer ligeledes: “Det var ikke skalerbart nok eller sådan noget. Forståeligt og på den anden side.. det forstår jeg faktisk ikke helt” (Maya, 35:01). En potentiel iværksætter fortæller ligeledes om sit online møde med fonden: “Jeg har faktisk været inde på den der hjemmeside fordi mig og min anden veninde, som var ved at starte en virksomhed, vi sad og researchede. Jeg blev lidt skræmt af, at det så ud som om, at det var meget sådan scaleable tech” (Marie L., 34:52).

Således får mødet med InnoFounder altså reelle konsekvenser for kvinderne og deres forståelse af deres eget iværksætteri. Disse oplevelser og de efterfølgende fortællinger er en indikation på, at InnoFounders iværksætterforståelser virker tilbage på kvinderne og i nogen grad underkender deres egne iværksætterforståelser. Dermed kan InnoFounder, som iværksætter-institution, betragtes som en indirekte omend vigtig del af den meningsskabelsesproces, der finder sted i kvinderne omkring iværksætteri.

Kapitel 4: Delkonklusion

Dette kapitel har svaret på spørgsmålet: *Hvilke ligheder og forskelle er der mellem kvindernes og InnoFounders forståelser af iværksætteri og hvilken virkning får disse?* I kapitlet finder vi, at der er en væsentlig lighed mellem den måde kvinderne forstår den typiske iværksætter og den iværksætterforståelse, InnoFounder praktiserer, særligt med hensyn til teknologi og profitorientering. Dog identificerer kvinderne sig ikke med denne forståelse. Yderligere synes der primært at være udtalte forskelle på kvindernes og InnoFounders iværksætterforståelser på fire parametre:

- Formål med iværksætteri
- Forståelse af iværksætteri
- Succeskriterier
- Vækstforståelser

Disse forskellige forståelser får den virkning, at kvindernes formål med iværksætteri af begge parter opfattes som en afvigelse fra normalen. Ligeledes viser vi, hvordan InnoFounder som iværksætterinstitution, spiller en afgørende rolle i at påvirke kvindernes meningsskabelse omkring deres eget iværksætteri. De udledte ligheder og forskelle er relevante at forstå, for bedre at kunne tilrettelægge anbefalinger til InnoFounder, ud fra et argument om, at InnoFounder må forstå den målgruppe, de efterspørger.

7. anbefalinger

Analysen har vist, at der er en dissonans mellem InnoFounders formelle vurderingskriterier om iværksætteri, der står i kontrast til kvindernes iværksættervirkelighed, og det mere uformelle bidrag, repræsentanterne ser programmet skabe. Derfor har vi fundet det relevant at klarlægge, hvilken rolle InnoFounder ønsker at have fremadrettet i den adresserede problematik. Med afsæt i de tilvejebragte indsigter afholdes et møde med InnoFounder, hvor resultaterne af analysen fremlægges. Mødet får ligeledes implikationer for specialets kommende anbefalinger.

7.1 Innovationsfondens rolle: Mæcen, katalysator eller reformator?

7.1.1 Præsentation og validering af analysens resultater

Præsentationen af analysens indsigter fra kapitel et og to overrasker og oplyser særligt InnoFounder på en række af kapitlernes nedslagspunkter: 1) At iværksætteri for kvinderne er et middel til et frit og fleksibelt liv og samtidig er et fravalg at et almindeligt arbejde 2) At iværksætteri for kvinderne hænger tæt sammen med identitet 3) At kvinderne i så høj grad tager afstand fra 'den typiske iværksætter'. Dette indikerer, at vores analyse har skabt ny og brugbar viden for InnoFounder. Yderligere får vi på mødet bekræftet, at InnoFounder genkender sig selv og egen praksis i de indsigter, kapitel tre har tilvejebragt. Kapitlet overrasker og oplyser særligt på nedslagspunkterne: 1) Implikationerne af deres snævre vækst- og innovationsforståelse 2) Hvor central en rolle de som felt spiller i at definere, hvad iværksætteri er og skal. InnoFounder fortæller, at de netop er i gang med at udarbejde en ny iværksætterstrategi på tværs af fonden, og vores indsigter vil udgøre et væsentligt element i dette arbejde. Dette indikerer, at indsigterne er forståelige, brugbare og handlingsanvisende.

Fra 'best practice' til 'next practice'

Foruden at præsentere og validere analysens resultater, tjener mødet det formål at diskutere og afklare to centrale spørgsmål, der opstår i arbejdet med problematikken:

1. *På et praktisk niveau, ønsker InnoFounder at få flere kvindelige iværksættere per se, eller er ambitionen at få flere kvindelige iværksættere, der passer ind i den eksisterende praksis?*

2. *På et strategisk niveau*, ønsker Innovationsfonden, at InnoFounder-programmet indtage rollen som ‘mæcen’¹⁰, der fortsat støtter jobskabende vækstvirksomheder, eller ønsker Innovationsfonden i højere grad at indtage rollen som ‘katalysator’ for problemstillingen?

Til det første spørgsmål svarer InnoFounder, at de gerne ser, at flere kvinder fra forskellige baggrunde søger programmet. De understreger, at det ikke er ønskværdigt, blot at få flere kvinder fra det teknologiske domæne, der i forvejen præger feltet. Det skaber nemlig ikke det resultat, de ønsker: mere og bedre innovation. Dette åbner op for, at det på programmet er muligt og man er villig til at ændre på den eksisterende praksis, for at nå dette mål. Dette giver mandat til de anbefalinger, der følger i næste afsnit.

Til det andet spørgsmål udtrykker InnoFounder et ønske om at udfordre den gældende iværksætterpraksis og indtage, hvad de selv omformulerer til en “reformatorrolle”. De mener, at reformator er mere rammende, for hvad de ønsker: at forandre det eksisterende for at forbedre det. De forklarer herom, at hvis en innovationsfond skal være innovativ, skal den bl.a. udfordre opad for eksempel ift. de Finanslovsbestemte uddelinger. Med dette sagt betyder det dog ikke, at InnoFounder ønsker at afkoble sig helt fra den gængse iværksætterforståelse og det, de selv kalder ‘best practice’, men at de *også* ønsker at give plads til ‘next practice’ specielt på InnoFounder-programmet. Vender vi tilbage til Csikszentmihalyi, definerer han netop en af feltets vigtigste opgaver, som udvikling af domæner (Csikszentmihalyi, 1990). Felter varierer dog ift. deres grad af autonomi til at gøre dette og hvor modtagelige de er for at ændre sig selv. Nogle felter kan vurdere kreativitet uafhængigt af det samfund, de er en del af, hvor andre blot er formidlere af den offentlige mening (Csikszentmihalyi, 2014). InnoFounder kan placeres et sted i midten af et sådant spektrum, da de i udgangspunktet er en offentlig fond, der skal fordele offentlige midler, men samtidigt ønsker og har mandat til at tænke nyt om domænet iværksætteri. I forlængelse heraf formulerer InnoFounder selv, at dette spørgsmål faktisk bør være et “kernestrategisk spørgsmål” ift. den nye iværksætterstrategi, hvilket også afspejles i vores første strategiske anbefaling til InnoFounder.

7.2 Strategiske og praktiske anbefalinger

Ovenstående møde har givet anledning til at udarbejde en række anbefalinger på hhv. strategisk og praktisk niveau i InnoFounder.

¹⁰En person der yder økonomisk støtte til et bestemt projekt, en organisation el.lign (Ordnet, 2018).

7.2.1 Strategisk anbefaling

Ønsker InnoFounder at gå forrest for flere kvindelige iværksættere og dermed reformere den danske iværksætterpraksis, skal de handle herefter. Vi anbefaler derfor, at InnoFounder gør eksisterende praksisser, forståelser og udvælgelseskriterier til genstand for debat, da disse i øjeblikket ikke medfører flere kvindelige iværksættere. Dette kan eksempelvis inkludere en udvidet forståelse af, hvad iværksætteri er og skal, heri hvordan vækstbegrebet udmønter sig i praksis. Dette betyder ligeledes, at InnoFounder skal gøre sig tanker om, hvordan man igangsætter institutionel forandring. Kjær (2000) påpeger, at det ikke er ligetil at forandre institutioner, da det kræver, at de opfattelser, vi altid har haft, ændres. Dog påpeger Thornton & Ocasio (2008), at man gennem eksempelvis retoriske strategier, kan gøre implicite antagelser til eksplicite, og dermed påvirke og genfortolke de dominerende praksisser. Vi foreslår derfor, at InnoFounder i udarbejdelsen af deres nye iværksætterstrategi, og med udgangspunkt i deres nuværende udvælgelseskriterier, tager deres iværksætterforståelser op til revision. I denne proces bør ekspertpanelet, som udøvere af selv samme, inddrages. En ny strategi kan virke tilbage på kvinderne, da InnoFounder ikke kun er en begrænsning for kvindernes meningsskabelse, men derimod også den kontekst, der kan udfordre deres viden og forståelser, og dermed igangsætte nye meningsskabende processer (Weber & Glynn, 2006).

7.2.2 Praktiske anbefalinger

Vil vi i den nedenstående uddybe fire praktiske anbefalinger, der lyder: “Kommunikér målrettet”, “Fortæl hvad iværksætteri også er”, “Skab et pre-InnoFounder iværksætterværksted” og “Fokusér InnoFounder i to domænespecifikke spor”.

Kommunikér målrettet

Vi opfordrer InnoFounder til at kommunikere mere målrettet til de drivere og barrierer, der er afgørende for kvinderne. På baggrund af hvad vi i kapitel et lærte om, hvad der driver og hindrer kvinderne i at iværksætte, bør InnoFounder i første omgang kommunikere tydeligere, at de er svaret på det, der synes at være en stor barriere for kvinderne: økonomi. Kvinderne drives af frihed, fleksibilitet og det at gøre en forskel, og disse faktorer bør fremhæves i kommunikationen.

Fortæl hvad iværksætteri også er

På baggrund af hvad vi i kapitel 2 lærte om, at kvinderne på nuværende tidspunkt ikke identificerer sig med ‘den typiske iværksætter’, anbefaler vi, at InnoFounder bidrager med nyt diskursivt materiale, der kan gøre en ellers tynd fortælling om iværksætteri mere righoldig (Schnoor, 2012). Dette kan i første

omgang gøres ved at udnytte de sprækker, der allerede er i disse fortællinger, såsom at iværksætteri ikke behøver at være døgndriftsarbejde og at innovation godt kan være andet end teknologi. Vi anbefaler på baggrund heraf, at InnoFounder skaber nogle rollemodeller via tidligere InnoFounder ambassadører, der kan kommunikere dette. Her finder vi det oplagt bl.a. at inddrage de kvinder, der har bidraget til nærværende speciale ved at fremhæve deres 'iværksætterrejse' i ærlige og inspirerende fortællinger om, hvad iværksætteri *også* er. Disse fortællinger bør distribueres via hjemmeside, sociale medier og på uddannelsesinstitutioner, hvor målgruppen befinder sig. En væsentlig pointe er her, at det ikke nødvendigvis er hensigtsmæssigt at fremhæve det faktum, at de er kvinder, da dette kan bidrage til at reproducere kvindernes afvigelse fra normalen (Lewis, 2006). InnoFounder bør i stedet fokusere på det, der gør disse kvinder til iværksættere: deres drive, idéer, fiaskoer, succeser og bekymringer.

Skab et 'Pre-InnoFounder' iværksætterværksted

I analysens første kapitel identificerer vi, at en væsentlig indre barriere hos kvinderne, nemlig den usikkerhed, eller manglende self-efficacy, der kan være forbundet med egne evner som iværksætter og det at udvælge den rigtige idé. Med afsæt i denne indsigt opfordrer vi InnoFounder til to gange årligt, som optakt til de to ansøgningsrunder, at skabe et 'pre-InnoFounder' iværksætterværksted, hvor man som potentiel ansøger har mulighed for at kvalificere, prototype og videreudvikle ens idé og pitche denne for interne repræsentanter fra fonden. Her kunne der også være mulighed for at møde tidligere InnoFounder-deltagere. Ifølge Mauer et al. (2017) er positive oplevelser, såkaldte mastery experiences, med iværksætteri væsentlige for at opnå self-efficacy, der ligeledes kan øge motivationen for iværksætteri.

Fokusér InnoFounder i to domænespecifikke spor

Hvis InnoFounder vil have flere kvinder, må de acceptere den måde, kvinder driver iværksætteri på. Vi lægger op til, at man i InnoFounder forholder sig til, om mere domænespecifikke udvælgelsespraksisser er brugbare. Vi anbefaler f.eks., at man på programmet introducerer to eller flere spor, der i højere grad er domænespecifikke. Analysen har især givet anledning til to spor: 1) InnoFounder Tech: Ét spor, der i endnu højere grad fokuserer på teknologiske og vækstgearede idéer 2) InnoFounder Social: Ét spor, der i højere grad fokuserer på social innovation, der løser sociale og miljømæssige problemer og skaber en anden form for vækst Danmark, fx ved at mindske ulighed. Disse spor bør have separate udvælgelseskriterier og mindre, men mere domænespecifikke, ekspertpaneler, der vurderer idéernes relevans ud fra de forskellige spors formål. Alternativt kan disse spor i højere grad fokusere på områder såsom teknologi, produkt eller service, hvis de ovenstående spor bliver for ekskluderende for helt andre typer iværksætteri. En væsentlig pointe er ligeledes her, at det ikke er hensigtsmæssigt at lave

kønsspecifikke spor, da såkaldt 'positiv sexisme' i lige så høj grad kan fastholde kvinders underordnethed (Ahl, 2006).

Afslutningsvis synes det væsentligt at påpege, at InnoFounder kun er en mindre brik i et stort, institutionelt puslespil. Det anerkendes, at det er svært at ændre et helt system og at statslige, uddannelsesmæssige, og akademiske institutioner, for blot at nævne et par stykker, alle spiller en afgørende rolle for iværksætteriforståelsen i Danmark. Dog er vi af den overbevisning, at InnoFounder er i position til at spille indflydelsesrig rolle for at udvide forståelsen af iværksætteri i Danmark.

8. Diskussion

I dette afsnit af specialet vil vi kritisk forholde os til de anvendte metoder samt diskutere analysens resultater. Vi finder det yderligere relevant at diskutere specialets anbefalinger, ved at kaste lys over begrebet vækst i en større samfundsmæssig kontekst. For hvad er vækst et udtryk for? Hvorfor stræber vi efter det? Og giver det overhovedet mening, på et samfundsmæssigt niveau, at støtte disse kvindelige iværksættere i at starte virksomhed, hvis vækst ikke er formålet? Til denne diskussion vil vi inddrage hhv. John M. Keynes (1936) og Tim Jacksons (2009) perspektiver på vækst.

8.1 Kritisk refleksion over anvendte metoder

Vi har indledningsvis til dette speciale udført det, vi har valgt at begrebsliggøre som ‘deep hanging out’ med henblik på at grounde vores forståelse af problemfeltet. Dette har været hjælpsomt i den forstand, at det tidligt har givet indblik i den undersøgte virkelighed. Man kan dog diskutere om disse møder, især mødet med de to kvindelige iværksættere, kan have formet vores videre undersøgelse uhensigtsmæssigt meget. Eksempelvis spørger vi de tidligere og potentielle InnoFounder-ansøgere ind til deres interaktioner med diverse institutioner. Dette fordi, vi mere eller mindre ubevidst forventer diskriminerende oplevelser, som et resultat af, at de to kvindelige iværksættere fra ‘deep hanging out’ har flere eksempler på oplevelser af en sådan diskrimination. Dog bliver kønnets virksomhed i institutionelle sammenhænge ikke et tema i de resterende interviews. Dermed bliver det heller ikke en central kategori i analysen. Dog kan dette være en konsekvens af, at vi i en efterfølgende refleksion over mødet beslutter ikke at eksplicitere køn i de formelle interviews, da vi har en oplevelse af, at vi spørger uhensigtsmæssigt meget ind til kønnets betydning i ‘deep hanging out’. Således har denne metode bidraget til at rammesætte vores videre undersøgelse af iværksætteri i praksis, men vi vurderer ikke, at det har været overdeterminerende for vores forståelse, der hele tiden er blevet udvidet, udfordret og nuanceret af hver respondent.

Værdien i at inddrage 12 kvindelige respondenter og på en og samme tid behandle hver historie i dybden og samtidig identificere tendenser på tværs, kan diskuteres. De 12 interviews har nemlig medført en stor mængde data, der har krævet en klar afgrænsning af, hvilke nuancer og detaljer, der er inkluderet i den endelige analyse. At vi behandler dem som en samlet gruppe skal dog ikke misforstås som en reduktion af deres individuelle livshistorier. Det er ej heller et forsøg på at reducere kvindelige iværksættere til en homogen gruppe. Vi har snarere haft som mål at forstå kvinderne som en heterogen gruppe, med individuelle historier, der dog indeholder mange af de samme elementer. Disse elementer

har vi fundet mest brugbare for InnoFounder at forstå. Alternativt kunne vi have valgt at gå i dybden med færre af kvindernes historier, og dermed mere direkte anvendt livshistorier som metode. Dette havde givet mere personspecifikke og dybdegående analyser af individers iværksætterrejser. I den anden grøft kunne vi have valgt kvantitativt, via spørgeskemaer, at undersøge især den potentielle gruppe af kvindelige iværksættere. Dette havde bidraget med et bredere og mere generaliserbart resultat på tværs af alle de videregående uddannelser, InnoFounder henvender sig til. Med afsæt i det indledende litteraturreview har vi dog fundet det mest brugbart for InnoFounder kvalitativt at forstå, hvordan disse kvinder på tværs forstår og meningstillægger iværksætteri.

At vi metodisk har gjort, som vi har gjort, har stillet krav til os som forskere i vores udvælgelse og behandling af data. Vi har således i høj grad påvirket, hvilke historier og hvilke elementer i disse, vi har valgt at fremhæve og inkludere. I denne proces har vi uundgåeligt måttet vælge nogle fortællinger fra, og denne udvælgelse vil altid være subjektiv. Dermed er der ingen garanti for, at det vi har udvalgt og analyseret, er nøjagtigt afvejet, men det er vores overbevisning, at det giver et plausibelt billede på den iværksættervirkelighed, både kvinderne og InnoFounder står i lige nu.

8.2 Diskussion af resultater

Igennem hele studiet har iværksætteri været den linse, vi har set verden igennem. Dette har haft betydning for vores indsamling af viden, hvor vi, især med kvinderne, kan have iscenesat en situation, hvor iværksætteri ophøjes og dermed bliver ønskværdigt. Vi taler således selv ind i en diskurs, der ønsker flere kvindelige iværksættere. Dette kan have påvirket respondenternes svar, hvori respondenterne spejler det, vi udtrykker. Således er der ikke i lige så høj grad skabt rum for alternative fortællinger såsom ønsket om det 'almindelige arbejde' eller fortællingen om, at man arbejder for at leve og ikke lever for at arbejde, hvor missionen om at gøre en forskel måske i mindre grad er afgørende. Havde vi i situationen i højere grad været opmærksomme på vores egen position, kunne der måske være skabt endnu flere nuancer i fortællingerne. Vi vurderer dog, at empirien trods alt har givet indsigt i, hvordan iværksætteri i lige så høj grad er et fravalg at et almindeligt arbejde, og at iværksætteri ligeledes er et middel til en ønsket livsstil. Således har vi alligevel formået at nå ind til nogle af de historier, hvor iværksætteri ikke er en ophøjet samfundsgestus, men i høj grad et instrumentelt middel til mere menneskelige ønsker og behov. Dog er den fortællende aktivitet, i Schnoors (2012) terminologi, altid en tilblivelsesproces, hvori vi fremstiller en bestemt version af os selv. Derfor er det en kunst at få adgang til de mere uperfekte og illegitime ønsker, drifter og behov, der altid er en del af, hvem vi er, og hvad vi gør. Og det ville være naivt at tro, at vi mestrer denne kunst til fulde. Vi stiller os snarere ydmygt over

for den sociale bevidstheds magt og fejrer den. Den er nemlig en lige så vigtig del af den interaktionistiske forståelse af det sociale, der præger nærværende speciale.

Analysen afsluttes med en sammenligning af, hvordan hhv. kvinderne, som en samlet gruppe, og InnoFounder forstår og forholder sig til iværksætteri. Det er nemlig her, at empirien giver anledning til størst variation. Det kan dog diskuteres, om denne sammenligning er for simplificerende formidling af en ellers kompleks størrelse. Desuden har fokus i sammenligning været på at understrege den relativt markante forskel på en række parametre. Derfor har mindre kontrastfyldte elementer også fået mindre plads, bl.a. det faktum, at InnoFounder i høj grad er svaret på den økonomiske barriere, som er afgørende for kvinderne. Dette kan have karikeret de forskellige forståelser. Dog vurderer vi, at denne sammenligning finder sin styrke i det karikerede, da det gør det let tilgængeligt for læser og modtager. Man kan desuden diskutere sammenligningsgrundlaget. Som vi i metodologien peger på, er den type data, interviewene med repræsentanterne fra InnoFounder medfører, anderledes fra den, vi gennem kvinderne tilvejebringer. Skarpt trukket op bidrager den ene type af data med indsigt i individuelle holdninger, hvor den anden type af data bidrager med indsigt i institutionelle formål. Således kan der argumenteres for, at forskellen i nogen grad er naturgiven. Og kan de to typer data så overhovedet sammenlignes? Vi vurderer, at svaret er ja, så længe man holder formålet med sammenligningen for øje: Hvordan virker kvindernes iværksættervirkelighed og InnoFounders iværksætterpraksis sammen, og hvilke konsekvenser får dette for både kvinderne og praksis. De forskellige forståelser af iværksætteri er måske en del af svaret på, hvorfor InnoFounder oplever den procentvise fordeling af køn, som de gør.

8.3 Diskussion af begrebet vækst

Et centralt tema for analysen og specialets anbefalinger er temaet vækst. Dette gør det nærliggende, at se nærmere på vækst som et makroøkonomisk fænomen, og hvordan vækst er tæt knyttet til vores samfundsmæssige idé om velstand med afsæt i John M. Keynes (1936) rationaler. Dette vil vi diskutere op imod specialets anbefalinger, om at InnoFounder skal ændre deres vækstforståelse for at få flere kvindelige iværksættere, for kritisk at vurdere, om det overhovedet giver mening at opfordre til iværksætteri uden vækstincitament. Dernæst vil vi diskutere rationalerne bag den gængse velstandsforståelse med afsæt i Tim Jacksons (2009) kritik af selvsamme. Således vil dette perspektiv nuancere besvarelsen af analysespørgsmål 3, om hvordan InnoFounder forstår deres iværksætterpraksis.

8.3.1 Makroøkonomiens vækstforståelse

Makroøkonomi er studiet af det økonomiske system som et hele med formålet at sikre det maksimale niveau af beskæftigelse og indkomst i et land (Schultz, 2018). I 1936 introducerer den britiske økonom, John M. Keynes, grundlaget for den moderne makroøkonomi, som vi kender den idag. Keynes udfordrer den klassiske økonomis idé om at markedsmekanismen fungerer effektivt nok til at løse 1930'ernes store arbejdsløshed, og mener i stedet at en aktiv statslig finanspolitik er nødvendig for at øge beskæftigelsen og stabilisere konjunkturerne. Den moderne makroøkonomi har bl.a. til formål at sikre økonomisk vækst. Dette fordi økonomisk vækst betragtes som et middel til at opnå samfundsmæssig velstand, der måles ved stigning i BNP, dvs. en forøgelse af samfundets produktion og indkomst (Keiding, 2018). I brede termer forstås højere indkomst nemlig som øgede valgmuligheder, rigere liv og øget livskvalitet (Jackson, 2009).

Makroøkonomiske modeller anvendes til stadighed ofte som grundlag for økonomisk politik (Schultz, 2018). I et makroøkonomisk perspektiv har iværksætteri som økonomisk aktivitet, ligesom alle andre makroøkonomiske aktiviteter, til formål at skabe økonomisk vækst for at sikre samfundsmæssig velstand (Knudsen, 2012). Her er tanken, som man bl.a. ser den hos Schumpeter (1934), i vores indledende litteraturreview, at den samfundsmæssige interesse for iværksætteren er givet ved, at iværksætteri bidrager mere til samfundsøkonomiens vækst end andre former for økonomisk aktivitet. Dette fordi iværksætteren gennemtvinger nye kombinationer af eksisterende ressourcer. At iværksætteri bidrager til den nationale økonomi og dermed samfundets velstand er også den primære grund til at iværksætteri er kommet på den politiske dagsorden i Danmark (Statsministeriet, 2010; Regeringen, 2018a). Det ligger i regeringens oplæg, at iværksætteri er en af de vigtigste kilder til økonomisk vækst og nye jobs i Danmark (Regeringen, 2018a). Vi er endda begyndt at betegne denne særlige og ønskværdige type iværksætter som 'vækstiværksættere' (Statsministeriet, 2006).

Med disse forhold in mente er det måske ikke overraskende, at InnoFounder praktiserer iværksætteri, som de gør; dvs. at de projekter, de støtter, skal bidrage til vækst og beskæftigelse i Danmark. Når vækstiværksætteri er så højt prioriteret på den politiske agenda og et så vigtigt element i vores samfundsøkonomiske velstand i det hele taget, er det måske helt legitimt at tænke i vækst på denne måde. I forlængelse heraf forekommer det måske en anelse irrationelt, at anbefale InnoFounder at udvide deres vækstforståelse og acceptere kvindernes måde at tænke og skabe virksomhed på. Vi har i specialets anbefalinger lagt op til, at InnoFounder skal ændre deres praksis, men kunne man i stedet argumentere for at, det i højere grad er kvinderne, der bør ændre sig? At kvinderne bør aspirere mod at

bidrage til det samfundsøkonomiske fællesskab? Dette er agendaen i Erhvervsstyrelsens rapport 'Kvinder kan - få succes med egen virksomhed' fra 2008. Her opfordres kvinder til at tænke i vækst, fordi Danmark har brug for flere vækstiværksættere. Dette kan kvinderne bl.a. gøre ved at sætte høje mål for virksomheden fra start, vælge andre brancher med større vækstpotentiale og låne de nødvendige penge, der skal til for at skalere (Erhvervsstyrelsen, 2008). Ud fra dette synspunkt burde InnoFounder nok i højere grad opfordre kvinderne til at tænke nyt om iværksætteri og ikke omvendt. Således ville det i højere grad være oplagt at fokusere på kvinder, der lever op til de eksisterende væstkriterier. Dette eksempelvis ved at fokusere rekrutteringen på de tekniske uddannelsesinstitutioner såsom DTU og ITU, hvor de teknologiske innovationer, der er kendt for at kunne skaleres og vokste, er i højsædet. Alternativt kunne InnoFounder fokusere på at uddanne kvinder, på tværs af uddannelsesinstitutioner, i at skabe skalérbare vækstvirksomheder.

Men bør vi uden videre acceptere denne forståelse af økonomisk vækst som altafgørende for samfundets velstand? Eller kan der sættes spørgsmålstejn ved denne makroøkonomiske forståelse af vækst? Dette gør Tim Jackson bl.a. i hans bog "Prosperity without growth" (2009).

8.3.2 Velstand uden vækst

Jackson (2009) sætter spørgsmålstejn ved antagelsen om, at samfundsmæssig velstand kun kan opnås gennem økonomisk vækst og fremsætter i stedet en række argumenter for, at den nutidige samfundsdiskurs om vækst bør gentænkes. Først og fremmest sætter han spørgsmålstejn ved, om den økonomiske vækstforståelse er bæredygtig og legitim i nutidens samfund:

"In a world of finite resources, constrained by strict environmental limits, still characterized by 'islands of property' are ever-increasing incomes for the already-rich really a legitimate focus for our continued hopes and expectations? Or is there perhaps some other path towards a more sustainable, a more equitable form of prosperity?" (Jackson, 2009: 4)

Hertil påpeger Jackson, at kloden har økologiske grænser. For Jackson er fokus i særdeleshed på klodens begrænsede ressourcer og den globale opvarmning, som eksempler på, at kloden ikke kan følge med de økonomiske vækstaktiviteter. Dernæst påpeges, at idéen omkring vækst, som værende indikator for velstand er en moderne konstruktion, og dermed ikke på forhånd givet. Velstand er ikke synonym med indkomst eller rigdom, da disse faktorer overser væsentlige menneskelige faktorer såsom glæde. Ligeledes viser flere studier, at mere ikke altid er bedre, hvilket den traditionelle økonomiske model antager. Jackson skriver herom:

“At the end of the day prosperity goes beyond material pleasure. It transcends material concerns. It resides in the quality of our lives and in the health and happiness of our families (...) It is evidenced by our satisfaction at work and our sense of shared meaning and purpose” (Jackson, 2009: 16).

Jackson peger på, at der eksisterer konkurrerende syn på velstand især fra psykologien og sociologien. Mange af disse perspektiver accepterer, at velstand har materielle dimensioner, men at disse i højere grad handler om de mest nødvendige materielle goder såsom mad, vand og sikkerhed. Disse psykologiske og sociale dimensioner betegnet Jackson som ‘muligheden for at trives’, eksempelvis udmøntet i friheden til at deltage i samfundet på egne præmisser. Dette stemmer godt overens på kvindernes ønsker for og formål med iværksætteri, et frit og fleksibelt liv, som vi etablerede i kapitel 1 og 2. Frihedsforståelsen bør dog, ifølge Jackson, ikke misbruges. Verden har nogle helt naturlige økologiske grænser, der gør bestemte former for frihed umulige eller umoralske. Dette eksempelvis i form af klodens begrænsede ressourcer eller det umoralske i at benytte sig af børnearbejde. Således skal frihed ikke forveksle med total autonomi. Det er snarere frihed under ansvar, der er Jacksons mantra. Der er således en uundgåelig moralsk dimension i ‘det gode liv’.

Jackson er dog meget bevidst om, at de økonomiske mekanismer er dybt rodfæstede i tidligere tiders måder at tænke om samfund, ressourcer og mennesker på, og dermed ikke er lige til at ændre. Jackson skriver, at “It would be foolish to think that it is easy to achieve (...) but it should not be given up lightly” (Jackson, 2009: 47). Han påpeger dog, at forpligtelsen til at skabe vækst, er blevet så stærk, at den underminerer de interesser, den oprindeligt er tiltænkt at tjene. Hvis vi skal skabe en ny mere bæredygtig form for velstand, må vi først og fremmest udvikle ny økonomisk makroøkonomi; en økologisk makroøkonomi. Dette kan bl.a. gøres ved at lave mere økologiske investeringer, hvor der investeres i bæredygtige initiativer og sociale formål, og derigennem skabe jobs inden for nye sektorer. Denne opgave er dog ikke tilstrækkelig. Vi må ligeledes skabe ændringer i værdier, livsstile og sociale strukturer indenfor samfundets grænser. Jacksons argument er således ikke, at vi bør forkaste tanken om vækst eller kapitalismen. Argumentet består snarere i, at vi også bør gøre plads til de andre ting, der også definerer velstand, såsom trivsel.

Vender vi tilbage til specialets anbefalinger til InnoFounder, og de indsigter analysen har tilvejebragt, er det måske alligevel ikke helt irrationelt at opfordre InnoFounder til at udvide deres vækstbegreb. Specielt fordi den måde, kvinderne tænker iværksætteri på, har stærke ligheder med Jacksons beskrivelser af, hvad velstand *også* er. Her tænker vi især på, at iværksætteri for kvinderne i højere grad

end materielle goder handler om personlig trivsel og at have et meningsfuldt formål med ens arbejde. Kvinderne i specialet har alle en klar forestilling om, at de er succesfulde og trives i iværksættertilværelsen, idet de får mulighed for at designe deres eget liv, samtidig med de bidrager til samfundet. Ligeledes harmonerer kvindernes målsætninger om at skabe social og bæredygtig innovation med Jacksons opfordringer til en økologisk makroøkonomi. Jackson (2009) skriver om iværksætteren: “We will need to call on the creativity of the entrepreneur in a different way from in the past. Social innovation is going to be vital in achieving change” (154). Nok er kvindernes ambitioner ikke at skabe hurtig vækst i form af ansatte og omsætning, men det betyder ikke, at de ikke er ambitiøse og i stand til at skabe anden samfundsmæssig vækst. Dette perspektiv lægger således i højere grad op til, at man netop rekrutterer flere kvinder, der udfordrer og udvider de eksisterende væstkriterier. Det bliver i forlængelse heraf væsentligt at påpege, at specialets forfattere af indlysende årsager ikke forventer, at InnoFounder kan ændre hele den makroøkonomiske forståelse af samfundsøkonomien. I tråd med en pointe fra Jackson, anerkender vi, at det i yderste instans er statens/staternes opgave at skabe de nødvendige ændringer. Det er heller ikke nødvendigvis forfatternes standpunkt, at hele makroøkonomien bør ændres. Vi finder blot Jacksons perspektiv på vækst brugbart til at skubbe lidt til det etablerede og måske skabe plads til et bredere vækstbegreb, når det kommer til iværksætteri i InnoFounder.

Og hvad kan disse to relativt ekstreme perspektiver på makroøkonomi hjælpe InnoFounder med? Perspektiverne ekspliciterer implicitte antagelser i vores samfundsøkonomi og åbner op for alternative forståelser. For InnoFounder kan dette måske åbne op for, hvordan et ensidigt fokus på ‘vækstiværksættere’ måske overser den værdi, andre typer iværksættere skaber, ikke blot for dem selv og deres nærmeste, men for hele samfundet. Ligeledes kan det bidrage til at pege på, at den lave repræsentation af kvinder bl.a. kan skyldes, at kvinderne ikke kan forlige sig med denne makroøkonomiske forståelse af iværksætteri.

9. Konklusion

Vi vil i nedenstående konklusion besvare specialets problemformulering: *Hvordan forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere deres iværksættervirkelighed? Og hvordan virker disse forståelser sammen med InnoFounders forståelse af deres iværksætterpraksis?*

I analysens første kapitel finder vi, at kvinderne forstår iværksætteri ud fra nogle faktorer, der driver dem til og afholder dem fra at iværksætte. Kvinderne drives både af indre motivationsfaktorer, såsom at gøre en forskel, at føle sig udfordret og at bestemme selv, og ydre motivationsfaktorer, såsom ønsket om et frit og fleksibelt liv. Således bliver iværksætteri delvist et middel til et mål og dermed muligheden for at designe det liv, kvinderne drømmer om. Ligeledes forstår kvinderne iværksætteri som et fravalg af et almindeligt arbejde, og hvad det fører med sig af strukturer og kompromiser. Yderligere har vi igennem analysen påpeget en række ydre og indre barrierer, der afholder kvinderne fra at iværksætte såsom økonomi, barsel og oplevet usikkerhed.

I analysens andet kapitel finder vi, at kvinderne forstår iværksætteri som en væren, og dermed som et spørgsmål om identitet. Foruden at punktuere konstruktionen af deres iværksætteridentitet med udgangspunkt i fortiden, skaber kvinderne mening om iværksætteri med udgangspunkt i fire diskursive fortællinger: 1) Iværksætteri er funderet i teknologi 2) Iværksætteri udledes under barske forhold 3) Iværksætteri er profitorienteret 4) Iværksætteren har maskuline værdier. Kvinderne identificerer sig ikke med disse fortællinger, hvilket udfordrer kvindernes forståelse af dem selv som iværksættere. Det er dog i afstandstagen fra disse, at kvinderne forstår deres egen iværksætteridentitet. Vi finder yderligere, at kvinderne i et fremadskuede perspektiv konstruerer andre forståelser af, hvad de ønsker med iværksætteri. Heri etableres en ydmyg og inkrementel vækstforståelse, hvor succes består i at kunne tjene en løn til sig selv og gøre en social forskel. Der etableres således en kontrast mellem den typiske iværksætter og kvindernes iværksætteridentitet.

I analysens tredje kapitel finder vi, at InnoFounder som ekspertfelt er med til at definere iværksætteri. Her finder vi, at InnoFounder forstår iværksætteri særligt ud fra to spørgsmål, der peger tilbage på deres udvælgelseskriterier: 1) Hvad er iværksætteri? 2) og Hvad skal iværksætteri? Vi finder, at svarene på disse spørgsmål er 1) Iværksætteri er teknologisk innovation og 2) Iværksætteri skal skabe vækst i form af arbejdspladser og omsætning. Vi finder således, at der i InnoFounder hersker to dominerende institutionelle logikker, der internaliseres af repræsentanter fra programmet og reproduceres i praksis.

Disse logikker får reelle konsekvenser for InnoFounders iværksætterpraksis, idet InnoFounder mere eller mindre ubevidst giver det teknologiske innovationsdomæne fortrinsret. Vi konkluderer på baggrund heraf, at InnoFounder har en snæver forståelse af, hvad iværksætteri er og skal. Således finder vi, at InnoFounder ikke forskelsbehandler på baggrund af køn, men på baggrund af domæne og vækstpotentiale.

I analysens fjerde kapitel finder vi, at der i udtalt grad er forskel på kvindernes og InnoFounders iværksætterforståelser på fire parametre: 1) Formål med iværksætteri 2) Forståelse af iværksætteri 3) Succeskriterier 4) Vækstforståelser. Det er særligt på disse fire parametre, kvindernes og InnoFounders forståelser modvirker hinanden, idet de begrænser det handlerum, begge parter opfatter som muligt. Når kvindernes iværksættervirkelighed baserer sig på andre værdier og formål end InnoFounders iværksætterpraksis, bliver kvindernes iværksætteri en afvigelse fra den gældende iværksætterpraksis i InnoFounder, både i deres egen og InnoFounders optik. Praksissen ignorerer på samme tid de elementer, der er vigtige for kvinderne, herunder de personlige, sociale og kontekstuelle.

Analysen munder ud i en række anbefalinger, hvor vi opfordrer InnoFounder til strategisk at forholde sig til deres rolle som fond. På et praktisk niveau fremlægges fire anbefalinger: at kommunikere målrettet til kvinderne, at fortælle hvad iværksætteri også er, at skabe et pre-InnoFounder iværksætterværksted og at fokusere InnoFounder i to domænespecifikke spor. I diskussionen peger vi på, at begrebet "vækst" er en social konstruktion, der peger tilbage på makroøkonomiske antagelser om velstand. Yderligere peger vi på, at vækstbegrebet kan udvides til også at inkludere andre former for velstand end økonomiske.

For at besvare ovenstående problemformulering forstår tidligere og potentielle kvindelige InnoFounder-ansøgere deres iværksættervirkelighed som en væren. Således *er* iværksætteri i høj grad et spørgsmål om identitet og moralske forpligtelser, og kan således ikke reduceres til en beskæftigelse. Endvidere *skal* iværksætteri skabe rammerne for et frit og fleksibelt liv og bidrage til at gøre en social eller bæredygtig forskel. I modsætning hertil forstår InnoFounder iværksætteri som et makroøkonomisk værktøj, hvor iværksætteri typisk *er* teknologisk innovation, der *skal* skabe vækst i form af beskæftigelse og omsætning. Således virker kvindernes iværksættervirkelighed og InnoFounders iværksætterpraksis ikke hensigtsmæssigt sammen med hensyn til deres forståelser af, hvad iværksætteri *er* og *skal*.

10. Bibliografi

- Ahl, H. J. (2002). *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. JIBS Dissertation Series No. 015. Jonkoping International Business School.
- Ahl, H. J. (2006). *Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 30, 595–621.
- Ahrens, T. & Chapman, C. S. (2006). *Doing Qualitative Field Research in Management Accounting: Positioning Data to Contribute to Theory*. Accounting, Organizations and Society 31, 819–841.
- Amabile, T. M. (1997). *Motivating Creativity in Organizations: On Doing What you Love and Loving What You Do*. California Management Review, VOL. 40. NO 1, Fall 1997
- Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Business Research Methods*. Third edition, Oxford University Press.
- Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial Personality. A Social Construction*. Routledge, Second edition.
- Christensen, P. R. (2018). *Entreprenør. I: Den Store Danske*, Gyldendal. Hentet den 17. marts 2018 fra: <http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=232292>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *The domain of creativity*. In M.A.Runco & R. S. Albert (Eds.), *Theories of Creativity* (pp. 190-212). Newbury Park, CA: SAGE Publications Incorporated.
- Csikszentmihalyi, M. (2014). *The Systems Model of Creativity. The Collected Works of Mihaly Csikszentmihalyi*. Springer, Dordrecht
- Danmarks Radio (2018). *Kejser: Kvinde, tør du springe ud som iværksætter?* Hentet den 29. februar 2018 fra: <https://www.dr.dk/radio/p1/kejser/kejser-2018-02-28>
- Dewey, J. (2005). *Erfaring og tænkning. I: Madsen, C., & Munch, P. (Red.), Demokrati og Uddannelse*. (s. 157-168) Århus N: Forlaget Klim.
- Egholm, L. (2014). *Videnskabsteori. Perspektiver på organisationer og samfund*. Hans Reitzels forlag
- Erhvervsministeriet (2017, april). *Regeringen nedsætter iværksætterpanel*. Hentet den 3. juni 2018 fra <http://em.dk/nyheder/2017/04-07-ivaeksaetterpanel>

- Erhvervsstyrelsen (2018). *Udvikling i CVR registreringer fordelt på køn*. Hentet den 3. juni 2018 fra:
<https://erhvervsstyrelsen.dk/udvikling-i-cvr-registreringer-fordelt-paa-koen>
- Erhvervsstyrelsen (2008, august). *Kvinder kan - få succes med egen virksomhed*. Hentet den 3. juni fra:
<https://erhvervsstyrelsen.dk/sites/default/files/kvinder-kan-faa-succes-med-egen-virksomhed.pdf>
- E-conomic (2018). *Iværksætter*. Hentet den 25. juni fra:
<https://www.e-conomic.dk/regnskabsprogram/ordbog/ivaerksaetter>
- Esterberg, K. G. (2002). *Making Sense of Data*. In *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill (s. 151-180).
- Flyvbjerg, B. (2006). *Five Misunderstandings About Case-Study Research*. *Qualitative Inquiry* Volume 12 Number 2 April 219-245, Sage Publications
- Gergen, K. J. (1994). *Self-Narration in Social Life*. I: Kenneth Gergen, "Realities and relationships: Soundings in Social Construction" pp. 185-209. Cambridge, Harvard University Press.
- Fonden for Entreprenørskab (2018, april). *Iværksætterindblikket*. Hentet den 3. juni 2018 fra
http://www.ffe-ye.dk/media/787346/ivaerksaetterindblikket_april-2018.pdf
- Hacking, I. (2003). *What is Social Construction. The teenage pregnancy example*. In G. Delanty & P. Strydom (eds.) *Philosophy of social science. The classic and contemporary readings*. Buckingham: Open University Press: pp 421-427.
- Hammer, S. & Høpner, J. (2014). *Meningsskabelse organisering og ledelse*. 1. udgave, 2. opslag. Samfundslitteratur.
- IDA (2018). *Iværksættere og selvstændige*. Hentet den 3. juni 2018 fra:
<https://ida.dk/content/ivaerksaettere-og-selvstaendige>
- Innovationsfonden (2018a). *Innovationsfonden*. Hentet den 14. marts fra:
<https://innovationsfonden.dk/da>
- Innovationsfonden (2018b). *InnoFounder*. Hentet den 14. marts 2018 fra:
<https://innovationsfonden.dk/da/investeringstype/innofounder>
- Innovationsfonden (2018c). *Ansøgningsprocessen*. Hentet den 14. marts 2018 fra:
<https://innovationsfonden.dk/da/ivaerksaetterpilot-ansoegningsprocessen>
- Innovationsfonden (2018d). *InnoFounder-panelet*. Hentet den 14. marts 2018 fra:
<https://innovationsfonden.dk/da/nyhed/innofounder-panelet>
- Jackson, T. (2008). *Prosperity without growth*. Earthscan, London, Sterling VA.
- Järvinen, M. & Mik-Meyer, N. (2017). *Kvalitativ analyse. Syv traditioner*. Kap. 8. Kapitlet er en

revideret udgave af Charmaz, K. (2016). Grounded Theory, i Smith, J. (red.). *Qualitative Psychology. A Guide to Research Methods*, 3. udg. London: Sage Publications, Hans Reitzels Forlag.

Keiding, H. (2018). *Økonomisk vækst*. I: Den Store Danske, Gyldendal. Hentet den 3. juli 2018 fra http://denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Økonomi/Produktion,_investering_og_økonomisk_vækst/økonomisk_vækst

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Macmillan Cambridge University Press, for Royal Economic Society.

Kjær, P. (2000): *Strategen i de Institutionelle Omgivelser – Institutionel Analyse*. I: C. Nygaard (red.) *Strategizing: Kontekstuel Virksomhedsteori*. København: Samfundslitteratur, pp. 175-193.

Knudsen, C. (2012). *Erhvervsøkonomi. Virksomheden i organisatorisk, økonomisk og strategisk belysning*. 1. udgave, 2. oplag. Samfundslitteratur.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. 3. udgave, Hans Reitzels Forlag.

Mallon, M. & Cohen, L. (2001). *Time for a Change? Women's Accounts of the Move from Organizational Careers to Self-Employment*. British Journal of Management, Vol. 12, 217–230.

Mauer, R., Neergaard, H. & Linstad, A. K. (2017). *Self-Efficacy: Conditioning the Entrepreneurial Mindset*. Kap. 19 i "Revisiting the Entrepreneurial Mind", Springer International Publishing Switzerland.

Mead, G. H. (1967). *Mind, Self and Society*. Chicago: The University of Chicago Press: pp 173-191.

Neergaard, H. (2011, oktober). *Kvinder skaber vækst på nye måder*. Politiken. Hentet den 28. februar 2018 fra:

<https://politiken.dk/debat/analyse/art5030926/Kvinder-skaber-vækst-på-nye-måder>

Ordnet (2018). *Mæcener*. Hentet den 20. juni 2018 fra:

<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=mæcener>

Regeringen (2018a). *Regeringens politik a-å*. Hentet den 3. juni 2018 fra:

<https://www.regeringen.dk/regeringens-politik-a-å/ivaerksaetteri/>

Regeringen (2018b). *Uddannelses- og forskningsminister, Tommy Ahlers*. Hentet den 3. juni fra:

<https://www.regeringen.dk/ministrene/uddannelses-og-forskningsminister-tommy-ahlers/>

Reynolds, P. D., Hay, M. & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999*. Hentet den 3.

Marts 2018 fra: <http://www.gemconsortium.org/report/47099>

- Ryan, R. M. og Deci, E. L. (2000a). *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. Contemporary Educational Psychology 25, 54–67.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000b). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being*. American Psychologist. Vol. 55, No. 1, 68-78.
- Sawyer, R. K. (2012). *Explaining Creativity. The science of human innovation*. Oxford: Oxford University Press. 2nd edition.
- Schein, E. (1999). *Process Consultation Revisited: Building the Helping Relationship*. Kap 1, Addison Wesley Longman.
- Schnoor, M. (2012): *Narrativ organisationsudvikling. At forme fælles mening og handling*. Dansk psykologisk forlag. 1. udgave, 5. opslag.
- Schultz, C. (2018). *Makroøkonomi*. I: Den Store Danske, Gyldendal. Hentet d. 3. juli 2018 fra http://denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Økonomi/Økonomisk_teorimakroøkonomi
- Schön, D. (2001). *Den reflekterende praktiker*. 1. udgave, 5. opslag. Forlaget KLIM.
- Smith, A. (1904). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Methuen.
- Social Virksomhed (2015): *Socialøkonomisk virksomhed*. Hentet den 20. juni 2018 fra <http://socialvirksomhed.dk/om/socialøkonomisk-virksomhed> .
- Statsministeriet (2010). *Danmark 2020: Viden, vækst, velstand. velfærd*. Hentet den 20. juni 2018 fra: http://www.statsministeriet.dk/publikationer/arbprog_10/Danmark%202020_viden_vækst_velstand_velfaerd_web.pdf
- Statsministeriet (2006, Januar). *Flere vækstiværksættere*. Hentet den 3. juni 2018 fra: http://www.stm.dk/_p_6723.html
- Staunæs, D. & Søndergaard, D. M. (2005). *Interview i en tangotid*. I Järvinen, M. & Mik-Meyer, N. (red.): Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv - interview, observationer og dokumenter (s. 49-72), Hans Reitzels Forlag.
- Svansø, V. L. (2017, september). *Sushi-dronning: Vi har for få kvindelige iværksættere*. Hentet den 25. februar 2018 fra: <https://www.business.dk/vaekst/sushi-dronning-vi-har-for-faa-kvindelige-ivaerksaettere>
- Talisse, Robert B. & Aikin, Scott F. (2010). *Introduction to The Pragmatism Reader*. The

Pragmatism reader. Princeton University Press.

Thornton, P. H., & Ocasio, W. (2008). *Institutional Logics*. In: R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby & K. Sahlin-Anderson (Eds.) *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 99-129.

Uddannelses- og Forskningsministeriet (2018). *Danmarks Innovationsfond*. Hentet den 3. Marts 2018 fra: <https://ufm.dk/forskning-og-innovation/rad-og-udvalg/andre-udvalg-og-fonde/danmarks-innovationsfond>

Weber, K. & Glynn, M. A. (2006). *Making Sense with Institutions: Context, Thought and Action in Karl Weick's Theory*. *Organization Studies*, Vol 27, Issue 11, pp. 1639 - 1660.

Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. California: Sage Publications, Inc.

White, M. (2007). *Kort over narrative landskaber*. Hans Reitzels Forlag, København.

10.1 Bibliografi - Litteraturreview

- Achtenhagen, L. & Tillmar, M. (2013). *Studies on women's entrepreneurship from Nordic countries and beyond*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 5 Issue: 1, pp. 4-16.
- Ahl, H. J. (2002). *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship*. JIBS Dissertation Series No. 015. Jonkoping International Business School.
- Ahl, H. J. (2006). *Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions*. Entrepreneurship Theory and Practice, 30, 595–621.
- Ahl, H. J. & Nelson, T. (2010). *Moving forward: institutional perspectives on gender and entrepreneurship*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 2 Issue: 1, pp.5-9.
- Balachandra, L., Briggs, A. R., Eddleston, K., & Brush, C. (2013). *Pitch like a man: Gender Stereotypes and Entrepreneurship Pitch Success*. Frontiers of Entrepreneurship Research. Vol. 33: Iss. 8, Article 2.
- Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). *Psychological characteristics associated with performance entrepreneurial firms and small business*. Journal of Business Venturing, 2, 79-93.
- Berglund, K., Johannisson, B., & Schwartz, B. (2012). *Societal entrepreneurship: Positioning, penetrating, promoting*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Bianco, M. E., Lombe, M. Bolis, M. (2017). *Challenging gender norms and practices through women's entrepreneurship*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 9 Issue: 4, pp.338-358.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., van Praag, M. & Verheul, I. (2011). *Entrepreneurship and Role Model*. Tinbergen Institute Discussion Paper.
- Brockhaus, R. H. (1980). *Risk taking propensity of entrepreneurs*. Academy of Management Journal, 2J(3). 509-520.
- Brockhaus, R. H. & Horwitz, P. S. (1986). *The psychology of the entrepreneur*. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.). The art and science of entrepreneurship. pp. 25-48.
- Brush, C. G. (1992). *Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions*. Entrepreneurship Theory and Practice. Vol 16, Issue 4, pp. 5-30.
- Brush, C. G., de Bruin, A. & Welter, F. (2009). *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 1 Issue: 1, pp.8-24

- Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Business Research Methods*. Third edition, Oxford University Press.
- Byrne, J. , Fattoum, S. & Diaz Garcia, M. C. (2018). *Role Models and Women Entrepreneurs: Entrepreneurial Superwoman Has Her Say*. Journal of Small Business Management.
- Carrier, C., Julien, P.A., & Menvielle, W. (2008). *Gender in entrepreneurship research: A critical look at the literature*. In I. Aaltio, P. Kryo, & E. Sundin (Eds.), *Women, entrepreneurship & social capital: A dialogue and construction* (pp. 39–66). Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Carter, S., Mwaura, S., Ram, M., Trehan, K. & Jones, T. (2015). *Barriers to ethnic minority and women's enterprise: Existing evidence, policy tensions and unsettled questions*. International Small Business Journal. Vol. 33(1) 49–69.
- Charness, G. & Gneezy, U. (2011). *Strong evidence for gender differences in risk taking*. Journal of Economic Behaviour and Organization, Vol. 83 No. 1, pp. 50-58.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). *Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?* Journal of Business Venturing, 13, 295–316.
- Colette, H., Foss, L. & Ahl, H. J. (2015). *Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches**. International Small Business Journal. 1-25.
- Cromie, S. (1987). *Motivations of aspiring male and female entrepreneurs*. Journal of Occupational Behavior 8:25 1-26.
- Dalborg, C., von Friedrichs, Y. & Wincent, J. (2013). *Risk perception matters: Why women's passion may not lead to a business start-up*. International Journal of Gender and Entrepreneurship. Vol 7. No. 1, pp. 87-104.
- DeCarlo, J.F., & Lyons, P.R. (1979). *A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs*. Journal of Small Business Management, 17, 22–30.
- Dempsey, D. & Jennings, J. (2014). *Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective*. International Journal of Gender and Entrepreneurship Vol. 6 No. 1, pp. 28-49.
- Eagly, A. H., & Wood, W. (1991). *Explaining sex differences in social behavior: A meta-analytic perspective*. Personality and Social Psychology Bulletin, 17, 306-315.
- Elam, A. & Terjesen, S. (2010). *Gendered Institutions and Cross-National Patterns of Business Creation for Men and Women*. European Journal of Development Research, Vol. 22, 3, 331–348.
- Fagenson, E. A., & Coleman, L. L. (1987). *What makes entrepreneurs tick: An investigation of*

- entrepreneurs' values*. In N. Churchill et al., eds., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Fleck, E., Hegarty, C., & Neergaard, H. (2011). *The politics of gendered growth*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3 Issue: 2, pp. 164-173.
- Garcia, M. C. D. & Welter, F. (2011). *Gender identities and practices: Interpreting women entrepreneurs' narratives*. *International Small Business Journal* 31(4) 384–404.
- Gartner, W. B (1988). *"Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question*. University of Baltimore. Educational Foundation.
- Gartner, W. B. (1989). *Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-37.
- Goffee, R., & Scase, R. (1983). *Business ownership and women's subordination: a preliminary study of female proprietors*. *The Sociological Review*, 31, 625-648.
- Gupta, V. K., Turban, D., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). *The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33 (2), 397-417.
- Hardies, K., Breesch, D., & Branson, J. (2012). *Gender differences in overconfidence and risk taking: Do self-selection and socialization matter?* *Economics Letters* 118 (2013) 442–444.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. (1984). *The woman entrepreneur: Management skills and business problems*. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.
- Hisrich, R. D., Langan-Fox, J. & Grant, S. (2007). *Entrepreneurship Research and Practice. A Call to Action for Psychology*. *American Psychologist* by the American Psychological Association. Vol. 62, No. 6, 575–589
- Hjorth, D., Holt, R., & Steyaert, C. (2015). *Entrepreneurship process studies*. *International Small Business Journal*, 33(6), 599–611.
- Hughes, K.D., Jennings, J.E., Brush, C.G., Carter, S., & Welter, F. (2012). *Extending women's entrepreneurship research in new directions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429–442.
- Hull, D. L., Bosley, J. J. & Udell, G. G. (1980). *Reviewing the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics*. *Journal of Small Business Management*, 18, 11-18.
- Hytti, U. (2003). *Stories of entrepreneurs: Narrative construction of identities*. Turku, Finland: School of Economics and Business, Turku University.
- James, A.E. (2012). *Conceptualizing 'woman' as an entrepreneurial advantage: A reflexive*

- approach*. In K.D. Hughes & J.E. Jennings (Eds.), *Global women's entrepreneurship research: Diverse settings, questions and approaches* (pp. 226–240). Cheltenham: Edward Elgar.
- Johnson, B. R. (1990). *Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur*. *Entrepreneurship Theory and Practice* 14(3), 39-54.
- Kelan, E.K. (2010). *Gender logic and (un)doing gender at work*. *Gender, Work Organization*, Vol. 17 No. 2, pp. 174-194.
- Kirkwood, J. (2009). *Is lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?* *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 2, 2009 pp. 118-133.
- Komives, J. L. (1972). *A preliminary study of the personal values of high technology entrepreneurs*. In A. C. Cooper & J. L. Komives (Eds.), *Technical entrepreneurship: A Symposium*. Milwaukee: Center for Venture Management, 231-242.
- Korsgaard, S. & Neergaard, H. (2007). *Mompreneurs mod strømmen. Om balance mellem familieliv og arbejdsliv i iværksætteri*. *Tidsskrift for arbejdsliv*, 9. årg. nr. 1.
- Kremel, A. & Yazdanfar, D. (2015). *Business advisory services and risk among start-ups and young companies: a gender perspective*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 7 Issue: 2, pp.168-190.
- Laviolette, E. M., Lefebvre, M. R. & Brunel, O. (2012). *The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 18 Issue: 6, pp.720-742.
- Lee, D., & Tsang, E., (2001). *The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth*. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583- 602.
- Lewis, P. (2006). *The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship*. *Gender, Work & Organization*, 13 (5) 453-469.
- Low, M. B.. & MacMillan. I. C. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. *Journal of Management*, 14(1), 139-161.
- MacNabb, A., McCoy, J., Weinreich, P., & Northover, M. (1993). *Using identity structure analysis (ISA) to investigate female entrepreneurship*. *Entrepreneurship & Regional Development*.
- Markussen, S. & Røed, K. (2017). *The gender gap in entrepreneurship – The role of peer effects*. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Volume 134, 2017, Pages 356-373, 5(4), 301–313.
- Marlow, S. (2014). *Exploring future research agendas in the field of gender and entrepreneurship*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 6 Issue: 2, pp.102-120.

- Masters, R., & Meier, R. (1988). *Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs*. Journal of Small Business Management, 26(1), 31-35.
- Martin, L., Wright, L., Beaven, Z. & Matlay, H. (2015). *An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 21 Issue: 4, pp.539-556
- Mauer, R., Neergaard, H. & Linstad, A.K. (2017). *Self-Efficacy: Conditioning the Entrepreneurial Mindset*. Springer International Publishing Switzerland.
- Max, S. & Ballereau, V. (2013). *Theorizing about gender and entrepreneurship: bridging the gap with social psychology*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 5 Issue: 1, pp.97-110.
- Meyer, V., Tegtmeier, S. & Pakura, S. (2017). *Revisited: how gender role stereotypes affect the image of entrepreneurs among young adults*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 9 Issue: 4, pp.319-337.
- Miner, J. B (1997). *The Expanded Horizon for Achieving Entrepreneurial Success*. Organizational Dynamics, Winter, 54-67.
- Neergaard, H. & Thrane, C. (2011). *The Nordic Welfare Model: barrier or facilitator of women's entrepreneurship in Denmark?* International Journal of Gender and Entrepreneurship, Vol. 3 Issue: 2, pp.88-104.
- Neider, L. (1987). *A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida*. Journal of Small Business Management, 25(3), 22-29.
- Nelson, J. A. (2015). *Are women really more risk-averse than men? A re-analysis of the literature using expanded methods*. Journal of Economic Surveys Vol. 29, No. 3, pp. 566–585.
- OECD/European Union (2017). *Policy Brief on Women's Entrepreneurship*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Hentet fra: <https://www.oecd.org/cfe/smes/Policy-Brief-on-Women-s-Entrepreneurship.pdf>
- Orlandi, L. B. (2017). *Am I an Entrepreneur? Identity Struggle in the Contemporary Women Entrepreneurship Discourse*. Contemporary Economics. Vol. 11 Issue 4 2017 487-498.
- Palmer, M. (1971). *The application of psychological testing to entrepreneurial potential*. California Management Review, /i(3), 32-39.
- Pellegrino, E.T., & Reece, B.L. (1982). *Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms*. Journal of Small Business Management, 20, 15–25.

- Schrier, J. W. (1975). *The female entrepreneur: A pilot study*. Milwaukee, WI: The Center for Venture Management.
- Schubert, R., Brown, M., Gysler, M. & Brachinger, W. (1999). *Financial Decision-Making: Are Women Really more Risk-Averse?* Gender and Economic Transactions, Vol. 89 No.2.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. (Reprint 1971 ed.). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Schwartz, E. B. (1976). *Entrepreneurship: A new female frontier*. Journal of Contemporary Business, Winter. 47-76.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1990). *Entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in genderrelated discrimination*. Journal of Business Venturing 5, 29-36.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1986). *Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers. entrepreneurship students and business students*. In R. Ronstadt, J. Hornaday, R. Peterson, and K. Vesper, eds., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Smith, A. (1904). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Methuen.
- Sundin, E. & Holmquist, C. (1989). *Kvinnor som företagare: Osynlighet, mångfald, anpassning (Women as Entrepreneurs: Invisibility, Diversity, Adjustment)*. Liber, Malmö.
- Sørensen, B. M. (2008). *Behold, I am making all things new: The entrepreneur as savior in the age of creativity*. Scandinavian Journal of Management, 24(2), 85–93.
- Tedmanson, D., Verduyn, K., Essers, C., & Gartner, W.B. (2012). *Critical perspectives in entrepreneurship research*. Organization, 19(5), 531–541.
- Thébaud, S. (2010). *Gender and Entrepreneurship as a Career Choice: Do Self-assessments of Ability Matter?* Social Psychology Quarterly, Vol. 73, No. 3 (September 2010), pp. 288-304.
- Wagner, J. (2007). *What a difference a Y makes: Female and male nascent entrepreneurs in Germany*. Small Business Economics, Vol. 28 No. 1, pp. 1-21.
- Warhuus, J., & Jones, S. (2016). *Gendered Language and Student Entrepreneurship Course Choice in Universities: A Cross-Cultural Analysis*. Paper præsenteret ved ISBE - The 39th Annual Conference of the Institute for Small Business and Entrepreneurship, Paris, Frankrig.
- Watson, J. & McNaughton, M. (2007). *Gender differences in risk aversion and expected retirement benefits*. Financial Analysts Journal, Vol. 63 No. 4, pp. 52-62.
- Wee, L. & Brooks, A. (2012). *Negotiating gendered subjectivity in the enterprise culture:*

metaphor and entrepreneurial discourses. Gender, Work & Organization, Vol. 19 No. 6, pp. 573-591.

Welsch, H., & Young, E. (1984). *Male and female entrepreneurial characteristics and behaviors: A profile of similarities and differences*. International Small Business Journal 2(4): 11-20.

Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B. & Gartner, W. B (2017). *Everyday Entrepreneurship - A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity*. Entrepreneurship theory and practice. May, 2017.

Wu, Z. & Chua, J.H. (2012). *Second-order gender effects: The case of U.S. small business borrowing cost*. Entrepreneurship Theory and Practice 36: 443–463.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. Journal of Applied Psychology, 90, 1265–1272.

Åstebro, T., Herz, H. & Nanda, R. (2014): *Seeking the Roots of Entrepreneurship: Insights from Behavioral Economics*. Journal of Economic Perspectives, Volume 28, Number 3, pp. 49–70.

11. Bilagsoversigt

- Bilag 1: InnoFounder statistik
- Bilag 2: Retningslinjer for InnoFounder
- Bilag 3: Interviewguide, Sidsel Hougaard
- Bilag 4: Interviewguide, Jørgen Bardenfleth
- Bilag 5: Interviewguide, Annette Krath Poulsen
- Bilag 6: Interviewguide, nuværende iværksættere
- Bilag 7: Interviewguide, potentielle iværksættere
- Bilag 8: Respondentbeskrivelser
- Bilag 9: Transskribering, Sidsel Hougaard, programansvarlig
- Bilag 10: Transskribering, Jørgen Bardenfleth, formand for InnoFounder-panelet
- Bilag 11: Transskribering, Annette Krath Poulsen, panelmedlem
- Bilag 12: Transskribering, Josefine, nuværende iværksætter
- Bilag 13: Transskribering, Michala, nuværende iværksætter
- Bilag 14: Transskribering, Maya, nuværende iværksætter
- Bilag 15: Transskribering, Lizanne, nuværende iværksætter
- Bilag 16: Transskribering, Marie, nuværende iværksætter
- Bilag 17: Transskribering, Camilla, nuværende iværksætter
- Bilag 18: Transskribering, Sofie, potentiel iværksætter
- Bilag 19: Transskribering, Malou, potentiel iværksætter
- Bilag 20: Transskribering, Alruna, potentiel iværksætter
- Bilag 21: Transskribering, Emilie, potentiel iværksætter
- Bilag 22: Transskribering, Marie L., potentiel iværksætter
- Bilag 23: Transskribering, Emma, potentiel iværksætter
- Bilag 24: Åben kodning
- Bilag 25: Fokuseret kodning
- Bilag 26: Idéer og virksomheder

Lydfiler

- Lydfil 1: Skypeinterview med professor på Institut for Virksomhedsledelse og forsker i kvindeligt iværksætteri, Helle Neergaard
- Lydfil 2: Interview med iværksættere, Trine og Sara

*Alle bilag er vedlagt på USB.