



Høgskulen  
på Vestlandet

## MASTEROPPGAVE

Kvinnelige gründere i teknologibransjen. Utfordringer,  
erfaringer og refleksjoner

Female tech-entrepreneurs. Challenges, experiences,  
and reflections

Lisa Simone Moum

INN 599 – Innovasjon og Entreprenørskap  
Mohnsenteret for innovasjon og regional utvikling  
Veileder: Inger Beate Pettersen  
10.06.2021

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. *Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet*, § 12-1.



## Forord

Med denne oppgaven avslutter jeg et to-årig mastergradsprogram i Innovasjon og entreprenørskap ved Høgskulen på Vestlandet (HVL) i Bergen. Hensikten bak arbeidet, gjennomført i en 5-måneders periode, våren 2021, har vært å belyse kvinnelige teknologientreprenørers erfaringer i en mannsdominert bransje, med fokus på nettverk, rollemodeller og fremskaffing av kapital, samt investorers holdninger til disse kvinnene.

Valget av tema kom veldig naturlig, da jeg selv jobber i en mannsdominert teknologibransje og er én av svært få kvinner. I tillegg var jeg interessert i å lære mer om kvinnelige entreprenører innenfor dette området. Arbeidet med oppgaven har vært en spennende og svært læringsrik prosess. Jeg har tilegnet meg mye kunnskap når det gjelder entreprenørskap generelt, og ikke minst har jeg fått praktisk erfaring i å lete etter svar på informasjon som er relativt utfordrende å finne. Det er i dag jeg med stolthet kan se tilbake på ett semester med hardt og dedikert arbeid, der det ferdige resultatet nå foreligger.

Jeg vil rette en stor takk til min veileder fra HVL, Inger Beate Pettersen, Førsteamanuensis ved Mohnsenteret for innovasjon og regional utvikling, for kontinuerlig oppfølging, god veiledning og ikke minst faglig støtte gjennom hele perioden. Det er satt stor pris på.

Følgelig vil jeg også rette en stor takk til alle informantene som var villige til å dele deres tid og erfaringer i en travel hverdag. Tillitten deres bidro til verdifulle data til studien, noe jeg er svært takknemlig for. Uten deres bidrag ville ikke gjennomføringen av min masteroppgave vært mulig.

Til slutt ønsker jeg å takke familie og venner for all støtte og motivasjon gjennom hele perioden.

Bergen, juni 2021

## Sammendrag

Nyere forskning viser at det i dag er en vesentlig forskjell i hvor mye som er investert i bedrifter startet av menn i forhold til bedrifter startet av kvinner. Undersøkelser oppgir at rundt en tredjedel av nye bedrifter blir startet av kvinner, men at de kun får to kroner av hver hundrelapp som blir investert (Dagens Perspektiv, 2019). Selv om kvinner oppgir like stort kapitalbehov, skaffer de altså betydelig mindre kapital for investering i bedriften sin enn menn. Denne forskjellen vedvarer ved kontroll av bransje, kapitalbehov og antall etablerere bedriften består av (Alsos, 2006). Følgene av dette fører til en generelt lavere vekst hos bedrifter startet av kvinner.

Formålet med denne studien har vært å innhente kunnskap rundt hvorfor dette er tilfellet. Det har vært ønskelig å belyse hvilke barrierer norske kvinnelige teknologigründere opplever i den mannsdominerte bransjen, med fokus på fremskaffing av kapital. Erfaringer og refleksjoner fra dybdeintervju utført med 5 kvinnelige gründere og én investor, er blitt hovedgrunnlaget for besvarelsen på denne studien. Studiens problemstillinger er følgende:

*Hvilke utfordringer opplever kvinnelige gründere i den mannsdominerte teknologibransjen?*

*Hvilke erfaringer har de med tilgang til rollemodeller, nettverk og kapital?*

Gjennom intervjuene gjorde studien flere interessante funn. Det er ingen tvil om at teknologibransjen hovedsakelig består av menn og er sterkt preget av en maskulin kultur. Dette har medført at kvinnelige gründere i bransjen opplever utfordringer tilknyttet sitt kjønn – en konsekvens av fordommer basert på tradisjonelle, sosiale rolleforventninger og underrepresentering av kvinner i media og forskning.

Likevel virker ikke dette å skremme gründerne i denne studien, og de fremstår som selvsikre, målbevisste og tilpasningsdyktige. De ser på det å være minoritet som en spennende utfordring, og kan til og med i flere sammenhenger benytte det til sin fordel, blant annet i form av å få økt oppmerksomhet.

Det vil videre bli spennende om det skjer endringer i bransjen, spesielt siden inkludering og likestilling er høyt vektlagt i det norske samfunnet.

## Abstract

Research shows that there is a significant difference in how much capital is invested in companies started by men compared to companies started by women. Surveys state that around a third of new developed companies in Norway are started by women, but that they only get 2 percent of the investment capital (Dagens Perspektiv, 2019). Even though women require the same amount of capital, they get significantly less than men. This difference persists when controlling industry, capital requirements and the number of the company's founders (Alsos, 2006). The consequences of this leads to a generally lower growth in companies started by women.

The purpose of this study has been to gather knowledge about why this is the case. It has been desirable to acquire information on the barriers Norwegian female tech-entrepreneurs experience in the male-dominated industry, with a focus on raising capital. Experiences and reflections from in-depth interviews conducted with 5 female entrepreneurs and one investor, have become the answers to the following question:

*What challenges do female entrepreneurs experience in the male dominated tech-industry?*

*What experience do they have regarding role models, network and investor funds?*

Through the interviews, there were several interesting findings. There is no doubt that the technology industry consists mainly of men and is strongly characterized by a masculine culture. Female entrepreneurs within the industry are therefore experiencing challenges related to their gender – a consequence of prejudice based on traditional social role expectations and underrepresentation of women in media and in research.

However, this does not seem to frighten the female entrepreneurs in this study. They appear confident, purposeful, and adaptable, and they even see it as an exciting challenge being a minority. In several contexts, they use this to their advantage, mainly by getting increased attention.

Furthermore, it will be exciting to see whether changes in the industry will occur over time, as diversity and inclusion are highly focused topics in today's society.

## Innholdsfortegnelse

Forord .....	i
Sammendrag .....	ii
Abstract .....	iii
1. Innledning.....	1
1.1 Problemstilling .....	1
1.2 Oppbygging av oppgaven.....	2
2. Teori .....	3
2.1 Kvinnelig entreprenørskap i Norge og tilgang til finansiering.....	3
2.2 Utdfordringer innen entreprenørskap .....	4
2.2.1 Innhenting av kapital og investormidler i oppstartsfasen .....	5
2.3 Investorers kognitive biaser.....	6
2.3.1 Likhets-effekten .....	7
2.4 Kjønn, entreprenørskap og teknologi .....	7
2.4.1 Kjønn og kjønnsroller i et historisk perspektiv .....	8
2.4.2 Kvinner, entreprenørskap og teknologi .....	8
2.4.3 Entreprenørskap og fokus på kjønn .....	9
2.4.4 Sosial rolleteori og kapitalinnhenting.....	10
2.4.5 Kjønn og pitching for investorer .....	11
3. Forskningsdesign og Metode.....	12
3.1 Valg av forskningsdesign og metode .....	12
3.2 Metode for datainnsamling.....	13
3.2.1 Fordeler og svakheter ved valgte metode.....	13
3.3 Populasjon, utvalg og rekruttering .....	14
3.3.1 Utvalgskriterier.....	14
3.3.2 Gründer- og investorprofiler.....	15
3.4 Gjennomføring av intervjuene.....	17
3.4.1 Utforming av intervjuguiden .....	17
3.4.2 Gjennomføring av intervjuene.....	19
3.5 Analyse av data .....	20
3.6 Studiens troverdighet, pålitelighet og overførbarhet .....	21
3.6.1 Troverdighet .....	21
3.6.2 Pålitelighet.....	21
3.6.3 Overførbarhet .....	22
3.6.4 Feilkilder og oppgavens svakheter .....	22
4. Resultat og analyse.....	23
4.1 Gründernes bakgrunn og rollemodeller.....	24

4.1.1 Bakgrunn og ambisjoner.....	24
4.1.2 Rollemodeller .....	24
4.2 Erfaringer som kvinnelig gründer .....	25
4.2.1 Oppfatningen av og erfaringer med teknologibransjen .....	25
4.2.2 Erfaringer som kvinnelig gründer i hverdagen.....	26
4.2.3 Betydninger og erfaringer med nettverksbygging .....	28
4.2.3 Erfaringer fra fremskaffing av kapital .....	29
4.2.4 Utfordringer med finansieringsgapet for kvinnelige gründere generelt– refleksjoner .....	31
4.3 En investors erfaringer .....	33
5. Drøfting .....	37
5.1 Gründernes bakgrunn .....	37
5.2 Oppfatning av teknologibransjen, hverdagen og nettverk.....	38
5.3 Innhenting av kapital .....	39
5.4 Troen på seg selv.....	40
5.5 Kultur, holdninger og rollemodeller.....	41
5.6 Likhets-effekten.....	42
6. Konklusjon .....	42
6.1 Konklusjon .....	42
6.2 Praktiske implikasjoner .....	44
6.3 Forslag til videre forskning .....	45
7. Referanseliste .....	46
8. Appendiks	

## Tabell-liste

Tabell 1: Gründer- og investorprofiler.....	15
---------------------------------------------	----

# 1. Innledning

Norge skiller seg ut fra det meste av Europa med hensyn til likestilling. Det sies at landet har en såkalt feminin kultur og blir ansett som et av verdens beste land å bo i for kvinner. Landet har kommet langt når det gjelder likestilling da dette tilrettelegges gjennom landets velferdssystem (U.S. News, 2020). Blant annet styres landet av en kvinnelig statsminister med en regjering hvor halvparten består av kvinner (Regjeringen, 2018), og majoriteten av studenter innen høyere utdanning er unge kvinner (SSB, 2018). Dette tilsier at Norge er kommet langt når det gjelder likestilling.

Likevel er det kun én prosent av alle gründere, daglige ledere og styreledere i Norske teknologiselskaper i dag som er kvinner (Investinor, 2015). I tillegg vises det ut ifra nyere forskning om investeringer i oppstartsbedrifter, at rundt en tredjedel av nye bedrifter blir startet av kvinner, men at de kun får to kroner av hver hundrelapp som blir investert (Dagens Perspektiv, 2019). Videre forteller en studie gjennomført av OECD i 2019 at bedrifter med minst én kvinne i gründerteamet får betydelig mindre kapital enn andre, og at sannsynligheten for at virksomheten blir kjøpt opp eller børsnotert også er mindre.

*«Vi har ikke råd til å holde 50% av befolkningen utenfor investerings- og gründerverdenen. Vi trenger kompetansen kvinner har. Forskning viser at mange kvinner har høy utdanning, tar gode risikovurderinger og er opptatt av bærekraft. Dette trenger næringslivet i Norge ...»*  
(Venstrekvinnelaget, 2020).

## 1.1 Problemstilling

Innovasjon og entreprenørskap er viktige drivere for sysselsetting og økonomisk vekst, og er områder som får mye støtte fra samfunnet i dag. Et annet område som får mye støtte fra samfunnet, og som det i nyere tid har blitt gjort mange studier på, er utfordringer knyttet til kjønnsforskjeller i næringslivet.

I en artikkel publisert av Forskning.no, trekkes det frem at maskuline egenskaper fremheves som viktige, mens kvinner derimot, fremstår som ressursvake og at de har mangel på kompetanse. Deres egenskaper er gjennom alle år underrepresentert ved å nærmest bli usynliggjort i media og i studier som omhandler entreprenørskap (Ljunggren et al., 2010).

Videre er det mange studier på at det finnes langt flere mannlige gründere og investorer enn kvinnelige, samt at mannlige gründere får langt mer kapital enn kvinnelige. Kapital er en



avgjørende faktor for at et selskap skal kunne vokse. Dersom kvinner har dårligere tilgang til kapital enn menn, vil de også ha dårligere forutsetninger for å lykkes.

På bakgrunn av dette, er formålet i denne studien å gå dypere inn i kjønnsforskjellene og undersøke hvilke barrierer kvinnelige teknologigründere i Norge opplever ved å være minoriteten i bransjen.

Følgende problemstillinger er valgt:

*Hvilke utfordringer opplever kvinnelige gründere i den mannsdominerte teknologibransjen?*

*Hvilke erfaringer har de med tilgang til rollemodeller, nettverk og kapital?*

Studiens rammeverk inkluderer følgende punkter:

- Gründernes bakgrunn, ambisjoner og rollemodeller
- Generelle erfaringer som kvinnelig gründer, inkluderende oppfatninger av teknologibransjen, hverdagen som kvinnelig teknologigründer, nettverk og fremskaffing av kapital
- En investors erfaringer med kvinnelige gründere

Gjennom innsikten oppnådd i denne studien og ved å frembringe mer kunnskap om kvinner i teknologibransjer, samt å undersøke kjønnsbarrierer og forventninger kvinnene står ovenfor innen entreprenørskap, er målet å opparbeide bevissthet til hva som fører til denne ubalansen. Videre ønskes det med denne studien å bidra med informasjon som kan være til nytte for å legge bedre til rette gjennom både utdanning og karriereløp.

## 1.2 Oppbygging av oppgaven

Masteroppgaven er delt inn i 6 hovedkapitler: innledning, teori, forskningsdesign og metode, resultat og analyse, drøfting, og til slutt konklusjon, praktiske implikasjoner og forslag til videre studier.

Til å starte med introduseres problemstillingene, studiens teoretiske rammeverk, samt bakgrunnen og formålet med studien. Deretter beskrives studiens teori i kapittel 2.

Videre i kapittel 3 redegjøres det for studiens metodevalg, herunder valg av teknikk for datainnsamling, forskningsdesign og utvalg av data. Utvalgsriterier til informantene beskrives, og de forskjellige profilene presenteres. Til slutt tar kapittelet for seg hvordan

gjennomføringen av datainnsamlingen ble gjort og hvordan data analyseres, samt studiens troverdighet, pålitelighet og overførbarhet.

I kapittel 4 presenteres analysen og resultater.

Kapittel 5 knytter teori opp mot funnene gjort i analysen, i en drøfting.

Avslutningsvis presenteres oppgavens konklusjon, praktiske implikasjoner, samt anbefalinger til videre forskning i kapittel 6.

## 2. Teori

I dette kapittelet vil det trekkes frem relevant litteratur knyttet opp mot problemstillingen.

Teori om kvinner og entreprenørskap, samt påvirkningsfaktorer som politikk, teknologi og tilgang til kapital vil beskrives.

### 2.1 Kvinnelig entreprenørskap i Norge og tilgang til finansiering

Det finnes en rik forskningslitteratur som tilsier at bedrifter startet av kvinner vokser mindre enn bedrifter startet av menn. Årsakene til forskjellene i vekst er vanskelig å finne, men det er spesielt én årsak som er bevist å ha stor betydning, nemlig tilgang på kapital i oppstartsfasen (Alsos & Ljunggren, 2006). Ifølge den amerikanske forskningsgruppen, Diana, hevdes det å være et finansieringsgap mellom bedrifter ledet av kvinner og menn som hindrer vekst. Også i flere andre land som Tyskland, Australia og Storbritannia har forskere vist at underkapitalisering er en betydelig faktor som resulterer i lavere vekst i bedrifter eid av kvinner (Brush, et al., 2017).

I en norsk studie av oppstartsbedrifter (Alsos & Ljunggren, 2006) ble sammenhengen mellom kjønn, atferd og holdninger i forbindelse med finansiering, tilgang til kapital og vekst i bedriftene undersøkt. Resultatene tilsa at holdningene var de samme og fremgangsmåten i fremskaffing av kapital var stort sett like mellom menn og kvinner. Studien viser at kvinner er like aktive som menn når det kommer til å søke lån og finansiering av egenkapital, samt at opplevelsene de hadde vedrørende krav stilt av banker og egenkapitaltilbydere var de samme. Videre viste det seg å ikke være forskjeller i forhold til kvinners kapitalbehov for å etablere og utvikle bedriften. På tross av dette, presenterer studien at det er en vesentlig ubalanse i hvor mye som er investert i bedriftene startet av menn i forhold til kvinner. Selv om kvinner oppgir like stort kapitalbehov, skaffer de altså betydelig mindre kapital for investering i

bedriften enn menn. Denne forskjellen vedvarte ved kontroll av bransje, kapitalbehov og antall etablerere bedriften besto av (Alsos, 2006).

I 2008 lanserte regjeringen en handlingsplan for å fremme kvinnelig entreprenørskap og tilrettelegge for at flere kvinner velger å bli selvstendig næringsdrivende. Planen innebar et mål om å nå et antall kvinnelige gründere på 40 prosent innen 2013 (Handlingsplan, 2008). «Fin» er denne visjonen, mener forskere ved Nordlandsforskning, men urealistisk (Ljunggren et al., 2010). Evalueringer som ble gjort i 2011, viser at flere organisasjoner, blant annet Innovasjon Norge og Forskningsrådet har fulgt opp tiltakene på en god måte (Spilling et al., 2011). Likevel vises det i en DNB-rapport, skrevet i 2015, at antallet enkeltmannsforetak og aksjeselskap startet av kvinner var i underkant av 30 prosent (Strzelecki, 2018). Videre beskriver rapporten at Innovasjon Norge tildeler mesteparten av midlene deres til mannlige entreprenører, og at deres støtte til kvinnefremmende prosjekter har blitt redusert de siste årene (Eriksen, 2018).

## 2.2 utfordringer innen entreprenørskap

Entreprenørskap er per definisjon en prosess hvor man, enten alene eller i samarbeid med andre, går fra å ha en idé til å starte en virksomhet gjennom å etablere et offisielt registrert selskap. Denne prosessen dreier seg som regel om å kommersialisere idéer og utvikle forretningsmessige tjenester eller produkter for å oppnå profitt. En person eller gruppe som begir seg inn på entreprenørskap, omtales som en entreprenør eller gründer (Ørstavik, 2019).

Evnen og viljen til å ta risiko, er et viktig element innen entreprenørskap. Dette, da det dreier seg om nyskaping, hvor det å håndtere usikkerhet er en avgjørende egenskap. Som gründer er man selvstendig næringsdrivende og sin egen arbeidsgiver, og det er ingen garanti for at det kommer penger inn på konto hver måned. Ikke alle gründere klarer å skape en bærekraftig kommersiell virksomhet og lykkes med sitt entreprenørskap (Mamabolo et al., 2020). SSB sin statistikk over overlevelse og vekst av nyetablerte selskap viser at av virksomhetene etablert i 2017, var det kun 44,1% som overlevde det første året (SSB, 2020). Dette har skapt en stor frykt for flere i å tørre å starte en gründerreise. I forskning utført av Lefkowitz (2000) beskrives viktigheten av rollemodeller for å overgå denne frykten. Forskeren mener at frykt reduseres ved å ha gode rollemodeller man kan se opp til. Videre presiserer Innovasjon Norge at landet trenger flere kvinnelige rollemodeller innen entreprenørskap for å øke andelen kvinnelige gründere og investorer (2015).

I en markedsøkonomi handler gründerrollen hovedsakelig om å gjennomføre innovasjoner i en verden preget av risiko og usikkerhet. Gründeren må ofte følge egne spekulasjoner om hvordan fremtiden kan komme til å se ut. Det å tilføre markedet økt kundeopplevd verdi på måter som stadig blir mer effektive er viktige elementer innen entreprenørskap for å vinne i markedets harde konkurranse. Det å holde seg oppdatert og finne de rette kundene gjennom markedsundersøkelser er dermed viktige oppgaver hos gründeren (Mamabolo et al., 2020). Markedsføring av produktet eller tjenesten, samt det å skape et godt rykte gjennom god kundeservice og gode kundeopplevelser er også essensielt for at bedriften skal kunne overleve (Løkke, 2019).

Når man snakker om vekst, spiller nettverk en stor rolle. Forskning viser at gründerens nettverk er en viktig ressurs for bedriften, og det er bevist at størrelsen på en bedrifts nettverk i stor grad påvirker deres vekst. Sannsynligheten for å overleve som selskap og for å vokse avhenger av entreprenørens evne i å opprettholde og utvide sitt nettverk (Lechner, et al. 2003). En annen viktig faktor når det gjelder vekst, er tilgang til kapital (Investinor, 2015).

### 2.2.1 Innhenting av kapital og investormidler i oppstartsfasen

Det finnes mange måter for innhenting av kapital. I denne studien skilles det mellom to; offentlig finansiering og investorkapital.

#### Offentlig finansiering og støtteordninger

Norge er blant verdens beste når det gjelder støtteordninger for både oppstartsselskaper og etablert næringsliv, og det skal være mulig å innhente store mengder offentlig finansiering med en god idé og et godt team (Entrepedia, 2021).

- Innovasjon Norge  
Den viktigste og største offentlige støttespilleren for norske oppstartsselskaper, er Innovasjon Norge. De tilbyr norske gründere finansiering og andre tilbud i form av lån, tilskudd, internasjonalt nettverk og rådgivning (Innovasjon Norge, 2021)
- Forskningsrådet  
Forskningsrådet gir ut mange milliarder kroner årlig til innovasjon og forskning. Det meste av midlene går til forskningsprosjekter i høyskoler, universiteter og forskningsinstitutter. Prosjekter innen global utvikling og internasjonale relasjoner, hav, helse, petroleum, velferd og klima er blant porteføljen deres (Forskningsrådet, 2021). For oppstartsselskap yngre enn tre år er SkatteFUNN den viktigste ordningen

Forskningsrådet tilbyr. Ordningen gjelder for godkjente og skattepliktige bedrifter som er yngre enn tre år. Det er mulig å søke om støtte opp til 25 millioner kroner på prosjekter med inntil 3 års varighet, hvor store deler av prosjektkostnadene dekkes, samt timesats for egen forskning på inntil 700 kr (Skattefunn, 2021).

- Kundebetalt utvikling

Muligheten for kundebetalt utvikling er kanskje den beste måten å få finansiering på, men også gjerne den vanskeligste. Denne formen for finansiering går ut på at kundene finansierer produktutviklingen eller betaler for tjenesten på forhånd (Entrepedia, 2021).

- Folkefinansiering

Folkefinansiering, på engelsk kalt crowdfunding, vil si når enkeltpersoner sammen går om å støtte et prosjekt. Støtten innebærer enten penger eller andre ressurser (Entrepedia, 2021).

### Investorkapital

Det finnes flere typer investorer, her skilles det mellom private og profesjonelle investorer. Private investorer, ofte kalt «engleinvestorer», er interesserte i å investere i lokalt næringsliv. De har gjerne erfaring fra bransjen gründeren ønsker å satse på, og vil kunne bidra positivt ut over det å kun still med kapital (Teague, et al., 2019). En privat investor investerer typisk rundt 100 000 – 300 000 NOK, og vil ofte kreve en styreplass i selskapet (Altinn, 2021).

Venture kapital er profesjonelle investorer med mye kapital, og som regel sjeldent investerer mindre enn 5 millioner kroner i selskaper (Altinn, 2021). De har gjerne flere års forretningserfaring og investerer i bransjer de kjenner godt. Det viktigste for venture kapital selskaper når det gjelder investeringer, er selskapets skalerbarhet, vekstpotensial og menneskene bak (Teague, et al., 2019).

### 2.3 Investorers kognitive biaser

Å investere i en start-up vil si å investere i personen eller teamet bak selskapet. Rune Røsten, daglig leder i investeringsselskapet Schibsted, forteller i et intervju med Shifter (2017):

*«Vi investerer ikke i ideer, men i team». Videre forteller han: «Vårt poeng er at det ikke er ideer som er motoren i startups, men sterke team med gode investorer i ryggen».*

Videre i intervjuet forteller han at gründeren og teamet bak en idé er minst like viktig som selve ideen, da et dårlig team kan ødelegge en god idé.

Den sosiale interaksjonen mellom gründerne og investorer kan føre til feil i investorens beslutningstaking. Likhets-effekten er et eksempel på en kognitiv bias en investor bør være bevisst på, slik at det sosiale samspillet ikke påvirker investorens beslutning (Nordvik & Langvik, 2011).

### 2.3.1 Likhets-effekten

Det finnes forskning som refererer til prinsippet om likhet som hevder at det er lettere å godta forespørsler fra mennesker som ligner oss selv. Cialdini (2011) mener dette er noe vi gjør uten å engang være bevisst over det. Derfor kan det være rimelig å anta at dersom en gründer skal gjøre forhandlinger med en investor, vil hun eller han ha større sannsynlighet for å få gjennomslag hvis personen har likhetstrekk med den det forhandles med.

Espen Skorstad (2015) underbygger denne teorien ved å hevde at av de mest fremkommende fallgruvene hos intervjueren i en ansettelsesprosess, er at man foretrekker kandidaten som er mest lik seg selv. Dette fenomenet kalles likhets-effekten, og kan overføres til forhandlingssituasjoner hvor en gründer søker investormidler. Skorstad påpeker blant annet at kjønn og alder har innvirkning på likhets-effekten, og at dette fenomenet vil kunne føre til diskriminering og urettferdig behandling. Dette gir dermed god grunn til å anta at de mannlige gründerne vil ha en fordel i slike forhandlinger da majoriteten av deres forhandlingsmotpart, investorene, er av samme kjønn.

## 2.4 Kjønn, entreprenørskap og teknologi

Interessen for kvinner og entreprenørskap har vokst de siste ti årene, likevel er mesteparten av forskningen gjort i forbindelse med entreprenørskap og menn. Kvinners erfaringer derimot, er delvis glemt (Martin et al., 2015). I media og i forskning blir begrepet entreprenørskap knyttet til «maskuline» egenskaper da entreprenøren utnevnes egenskaper som blant annet risikosøkende, individualistisk, heroisk, hensynsløs og aggressiv - beskrivelser som i liten grad assosieres med kvinner (Hamilton, 2013).

*«Den generelle kartleggingen av entreprenøren i forskningen viser at kvinner har blitt underrepresentert, og i stor grad usynliggjort i studier som omhandler entreprenørskap og innovasjon» (Rosseland & Lillebostad, 2018).*

De følgende delkapitlene beskriver kjønn og kjønnsroller i et historisk perspektiv, samt kjønn i forhold til teknologi og entreprenørskap. Sosial rolleteori og dens påvirkning på kapital vil også trekkes frem.

#### 2.4.1 Kjønn og kjønnsroller i et historisk perspektiv

West og Zimmermann (2002) beskriver kjønn som en biologisk bestemmelse, og at det ut ifra anatomi- og fysiologirelaterte ulikheter skilles mellom hankjønn og hunkjønn. Ifølge sosiologien er kjønn også et sosialt konstruert fenomen, noe som innebærer at det eksisterer etiske retningslinjer ut ifra hvilket kjønn man har. Disse retningslinjene skal forsikre at vår væremåte i sosiale interaksjoner kan sammenlignes med vårt biologiske kjønn (West og Zimmermann 2002). Dette betyr altså at det er skapt forventninger til menn og kvinner i dagens samfunn om hvordan man som menneske skal opptre ut ifra hvilket kjønn man har. Disse kjønnsforventningene opprettholdes og ulikhetene reproduseres ved at menn og kvinner ofte streber etter å leve opp til de forskjellige kjønnsidealene. I følge Bem (1981) tilegnes kjønn maskuline og feminine egenskaper, hvor menn assosieres med det maskuline, og refereres blant annet som ledere, dominerende, selvstendig, påståelig, fremoverlent og risikovillig. Kvinner tilegnes feminine egenskaper, som for eksempel følsom, kjærlig, sympatisk og mild i sin fremtreden.

Sett i et historisk perspektiv, har kvinner i Norge vært hjemmeværende husmødre med ansvar for hus og barn. I norsk historie gjaldt dette spesielt i etterkrigstiden frem til 1960. I løpet av 1960-årene tok stadig flere kvinner utdanning og gikk ut i arbeidslivet (Lønnå, 2020). Menn derimot, har i alle år vært familiens forsørger, noe som har ført til underrepresentering av kvinners deltagelse yrkeslivet. Det er lett å forstå at tilnærmingen til forskere hovedsakelig påvirkes av menn og maskuline egenskaper, nettopp da disse tilknyttet den gruppen arbeidstagere som er overrepresentert (Bem, 1981).

#### 2.4.2 Kvinner, entreprenørskap og teknologi

Når det gjelder kvinnelige teknologistudenter i EU, har antallet økt enormt de siste årene. I dag viser det seg at om lag 44 prosent av dem som velger høyere utdanning innen teknologiske fagområder som matematikk og naturfag er kvinner. Ser man bort fra kvinner som velger å bli lege, tannlege eller veterinær, ligger kvinneandelen på kun 25 prosent (forskning.no, 2020).

Når det gjelder kvinner som er ansatt innenfor teknologiske bransjer, er prosentandelen i underkant av 15 prosent. Det er altså stor en ubalanse mellom antall kvinner som velger studier med teknologisk retning og antallet kvinner ansatt i teknologibransjen. Ubalansen er enda større når det gjelder antall kvinnelige og mannlige gründere i bransjen. En studie utført av Investinor viste at av 1620 teknologibedrifter, var det i underkant av én prosent eid eller ledet av kvinner (Investinor, 2015).

Studien fra OECD (2019) beskrevet i innledningen har imidlertid funnet ett viktig unntak når det gjelder at kvinnelige gründere får mindre kapital enn mannlige; det gjelder ikke dersom den kvinnelige gründeren har tidligere erfaring som daglig leder eller har eid patenter.

Studien hevder også at det muligens er enda viktigere for kvinner å ha dokumenterbare kvalifikasjoner når de blir gründere enn menn, på bakgrunn av at de utfordringene de ellers opplever med å skaffe kapital. Erfaring og utdanning viser seg nemlig å gi viktige signal til potensielle investorer.

#### 2.4.3 Entreprenørskap og fokus på kjønn

Forskningen som blir gjort på mannlige og kvinnelige gründere i dag skilles hovedsakelig ved at studiene som omhandler kvinnelige gründere inkluderer uttalelser om kjønn. I tillegg til å presentere gründeren som kvinne, kombineres dette med for eksempel tradisjonelle kjønnsroller og utfordringer knyttet til blant annet det å både være mor og gründer. For menn derimot, er dette annerledes. Da gründerrollen fremstilles som en maskulin aktivitet, er det ikke nødvendig med diskusjon eller annerkjennelse når det gjelder kjønn. Kvinnelige gründere avviker fra den normale fremstillingen av en entreprenør, og det er gjerne derfor kjønn blir spesifisert (Hamilton, 2013).

I media omtales gründere med egenskaper som er så maskuline at mange menn ikke føler seg «hjemme» i dem (Ljunggren, 2003).

Ved at kjønnene ikke likestilles i forskning eller i media, maskuliniseres derfor feltet videre. Et eksempel som ble gjort i en studie av Anderson og Nicholson (2005) av entreprenørskap i media i et 11-års perspektiv før 2000, viser at kvinner kun ble nevnt 13 ganger totalt i et utvalg av 470 artikler som inneholdte medias representasjon av entreprenørskap. I en annen studie foretatt av Alsos og Ljunggren (2006) ble dette undersøkt videre, med hensikt i å oppdage om det var ulikheter i hvordan mannlige og kvinnelige gründere, ledere og investorer ble presentert i mediebildet. Det ble gjennomgått 117 utgaver fra Dagens Næringsliv på en



periode over 5 måneder som viste at kvinner ble nevnt i langt mindre grad enn menn. Av totalt 276 oppslag var det kun 25 som presenterte kvinner. Resten omhandlet menn.

I de få artiklene som omhandlet kvinner var det tydelig at fremstillingen av dem var på en langt «mykere» og mer feminin måte enn sine mannlige kolleger. Den maskuline fremstillingen av gründere i media og forskning påvirker samfunnets oppfatning, og støtter opp gründeres identitet med begreper som er maskuline (Alsos & Ljunggren, 2006).

#### 2.4.4 Sosial rolleteori og kapitalinnhenting

Det at man som mann og kvinne ofte streber etter å leve opp til de ulike kjønnsidealene gir en grunn til å tro at kjønn vil ha en betydning i individuelle forhandlinger når det gjelder kapitalsøking – ikke på grunnlag av biologiske ulikheter, men derimot de forskjellige forventningene vi har når det gjelder fremtreden til kvinner kontra menn.

Ut ifra en analyse skrevet av Mazei og kollegaer (2015) kan det tenke seg at grunnen til at menn i gjennomsnitt oppnår bedre resultater enn kvinner når det kommer til forhandlinger med investorer, kan forklares med sosial rolleteori. Denne teorien går ut på at kjønnsroller er satt sammen av felles oppfatninger av hva som er forventet atferd av menn og kvinner (Eagly & Wood, 2012). Mazei og kollegaer (2015) mente at relasjonsorientering, imøtekommenhet og altruisme gjerne er forventninger den kvinnelige rollen består av. Den mannlige rollen derimot, er vanligvis preget av profitorientering og påståelighet. Poenget til forskerne er at effektive forhandlinger med gode individuelle resultat som mål, har i større grad fellestrekk med maskuline verdier enn feminine.

Ifølge sosial rolleteori kan det oppfattes uheldig av andre dersom man ikke opptrer i henhold til rolleforventningene. Dersom en kvinne oppfører seg «maskulint», for eksempel påståelig, vil dette typisk bli oppfattet som mer negativt enn dersom en mann hadde oppført seg tilsvarende. Dette kan også knyttes sterkt opp mot stereotypier, altså generaliseringen av en bestemt gruppe mennesker; i all hovedsak består det dominerende bildet av en suksessfull forhandler av maskuline trekk (Kray, Thompson & Galinsky, 2001). Alt i alt: forventninger til atferd i forhandlinger synes generelt sett å favorisere menn.

Videre viser Mazei og kollegaer (2015) at man kan redusere forskjeller på bakgrunn av kjønn i stor grad ved å gi kvinner trening i forhandlinger. Menn synes nemlig generelt å oppnå litt bedre resultater når man forhandler på vegne av en selv og ens bedrift. Likevel reverseres dette når situasjonen samsvarer bedre med grunnleggende kvinnelige rolleverdier, for

eksempel dersom en forhandler på vegne av andre. Problemet ligger i psykologiske barrierer og frykt kvinner har som hindrer dem i å forhandle heller enn at de er «dårlige» i forhandlinger. Kroppsspråk, formidlingsevne og håndtering av følelser er noe som kan trenes på for å oppnå best mulige resultater.

En annen viktig faktor forskerne beskriver er at bevissthet rundt sosiale rolleforventninger og stereotypier kan medføre at kvinner i mindre grad lar seg påvirke av dette. I tillegg vil det kunne bidra til at menn unngår å bruke disse til sin fordel og egen vinning. Når man opplever aksept og trygghet i sine roller vil man både som kvinne eller mann i større grad utforske mulighetsrom og skape verdier, og det vil dermed gagne begge kjønn.

#### 2.4.5 Kjønn og pitching for investorer

I en studie gjennomført av forskere fra Harvard, MIT og Wharton School forteller at det er vanskeligere for kvinner å presentere forretningsideen sin for investorer enn det er for menn. Selv med identiske idéer og presentasjoner, er det mer sannsynlig at investorene investerer pengene sine i de mannlige gründerne (Brooks et al., 2014).

Studien ble delt inn i to hoveddeler. Den første så på amerikanske pitche konkurranser på en tidsperiode over tre år. De oppdaget at mannlige gründerne hadde 60% større sannsynlighet å oppnå suksess enn kvinnelige gründerne. Den andre delen isolerte kjønn med ønsket om å finne svar på om resultatene kom utelukkende fra at mennene hadde bedre ideer enn kvinnene.

I denne delen ble kun presentasjonen av pitchen vist, ikke selve gründeren. I tillegg hørte de en fiktiv stemme av enten en mann eller kvinne som presenterte. Dette tillot forskerne å bytte ut den eksakt samme presentasjonen med en mannsstemme og en kvinnestemme. Da investorer ble bedt om å velge et prosjekt, valgte 68 prosent av dem å finansiere i presentasjonen utført av en mannsstemme. Bare 31 prosent valgte de som ble uttalt av kvinner.

En annen del av studien fant også ut at attraktive menn syntes å være favorisert i enda større grad. Forskerne konkluderte:

*“Investors prefer pitches presented by male entrepreneurs compared with pitches made by female entrepreneurs, even when the content of the pitch is the same. This effect is moderated by male physical attractiveness: attractive males were particularly persuasive, whereas physical attractiveness did not matter among female entrepreneurs.”*

### 3. Forskningsdesign og Metode

Valg av metode vil ha en stor innvirkning i resultatene av en studie. Det som bestemmer valg av metode, er studiens formål og problemstilling. Avgjørende for om man velger kvantitativ eller kvalitativ data, er om studien er ute etter tallrike data som kan kvantifiseres og forteller «hvor mye», eller dersom det er ønskelig på svar som forteller noe om «hvorfor» eller «hvordan». Kvantitativ metode fokuserer altså hovedsakelig på tall og objektiv data som er realistiske og målbare, mens kvalitativ metode søker materiale som består av subjektive svar og meninger (Easterby-Smith et al., 2018).

I dette kapittelet vil det redegjøres for forskningsdesign og metoder benyttet i studien.

#### 3.1 Valg av forskningsdesign og metode

På bakgrunn av forskningsspørsmålene valgt for denne studien, vil det være naturlig å velge kvalitativ metode. Det er ønskelig å innhente informasjon gjennom intervjubasert dialog med informantene. Kvalitative intervjuer har den egenskapen at man går i dybden for å forstå komplekse sammenhenger. På denne måten vil det altså være mulig å få svar som er mer komplekse med dybdekunnskap om blant annet hendelser, meninger, vurderinger, holdninger og beslutninger fra både investorer og kvinnelige entreprenører. I tillegg vil det være mulig å få en innsikt i opplevelser de har hatt og hva de erfarer (Gripsrud et al., 2016).

Det vil dermed være hensiktsmessig å hente inn data i form av individuelle dybdeintervju med utgangspunkt i en semistrukturert intervjuguide. Denne fremgangsmåten vil egne seg godt for å tilegne seg kunnskap gjennom en mer åpen samtale om personlige erfaringer, refleksjoner, oppfatninger, holdninger og annet som informantene mener er relevant å dele. Dette fører til en dypere innsikt ved fenomenet det ønskes å forske på sett gjennom informantenes øyne (Easterby-Smith et al., 2018).

Ifølge Shah og Corley (2006) trekkes det frem et vesentlig poeng når det gjelder dybdeintervju; det primære målet er ikke å gjenskape eller teste teorier, men å videreformidle det respondentene forteller. Det er nettopp dette som gjør kvalitativ metode til fortrinn i denne studien, da det i større grad tillater å gå i dybden på hva som må til for kvinnelige gründere for å oppnå høyere kapital.

## 3.2 Metode for datainnsamling

Metoden benyttet for innsamling av data vil være semistrukturerte individuelle dybdeintervju. Denne formen for intervju har en tendens til å være mer utforskende og benytter dermed åpne spørsmål og svar. Selv om alle spørsmålene gjerne ikke er forhåndsbestemte, er likevel problemstillingen det. Dybdeintervju egner seg altså bra dersom forskeren har behov for å en dypere forståelse om blant annet komplekse sammenhenger mellom fenomen, og når disse sammenhengene ikke er så godt forklart i litteraturen (Easterby-Smith et al., 2018). Denne studien vil derfor basere seg på allerede eksisterende litteratur og teori for å utvikle problemstillinger og en intervjuguide for å kunne oppnå mest mulig kunnskap om temaet.

Et dybdeintervju foregår vanligvis mellom to personer; forskeren og intervjuobjektet. Når det kun er to mennesker til stede, skaper dette en trygg atmosfære hvor respondenten lettere åpner seg og gir ærlige og fullstendige svar (Easterby-Smith et al., 2018). Som intervjuer er det viktig å ha forberedt seg nok til intervjuet for å unngå forhold som kan påvirke svarene. Dette kan blant annet være valg av sted hvor intervjuet skal foregå. Det vil for eksempel i noen tilfeller være lettere å sitte et rom hvor ingen andre er til stede, og for å unngå «støy» (Yin, 2018).

Et semistrukturert intervju er utarbeidet av en forholdsvis detaljert intervjuguide som fungerer som en overordnet plan for samtalen. Spørsmålene vil være åpne og legge til rette for en samtale styrt av intervjuobjektet, men likevel ha en viss form for struktur over interesseområdene som intervjueren forsker på. En fordel ved å ha struktur på intervjuet, er at formålet ved intervjuet blir tydeliggjort på en hensiktsmessig måte. I tillegg vil samtalen bli mer uformell, men likevel hjelpe med å skape en atmosfære av seriøsitet og tillit (Yin, 2018). Semistrukturerte dybdeintervju vil i tillegg gi forskeren friheten og fleksibiliteten til å stille respondenten oppfølgingsspørsmål, noe som bidrar til en god flyt gjennom hele intervjuet. I etterkant vil dette bidra til å lette jobben i analyseprosessen, da denne type struktur gir et større grunnlag for sammenligning av data enn hva etnografiske, ustrukturerte intervju gir rom for (Easterby-Smith et al., 2018).

### 3.2.1 Fordeler og svakheter ved valgte metode

Fordelen med den valgte metoden er at man sikrer en helhetsforståelse i datamateriale ved å forstå fenomenet gjennom respondentenes øyne. Dette vil kunne føre til fyldigere og mer beskrivende data, noe som vil være en fordel på fenomener det er lite forsket på fra før.

Svakheter ved denne metoden er at funnene vanskelig lar seg generalisere og at de må tolkes ut ifra sammenhengen og konteksten de er hentet fra (Yin, 2018). En annen utfordring med metoden er at den tilrettelegger for personlig tolkning i analyseprosessen. Det sies at menneskers virkelighetsforståelse kontinuerlig blir formet av opplevelser man har, situasjoner man befinner seg i og er knyttet til hvem man kommuniserer med. Studiens resultat vil bygge på kunnskapsforståelsen til en forsker, altså på forskerens forståelse av virkeligheten, deres ontologiske posisjon. Dette innebærer at innhentet data må behandles med forsiktighet, for å unngå at forskerens egne meninger og holdninger påvirker. Slik Easterby-Smith sier;

“When collecting data, researchers need to think about their role and the way they affect the research process” (Easterby-Smith et al., s.228).

Det er altså viktig for forskeren å reflektere rundt sin rolle og posisjon som forsker for å ikke miste sin «analytiske evne» og evnen til å stille kritiske spørsmål.

### 3.3 Populasjon, utvalg og rekruttering

I følgende delkapitler beskrives utvalgskriteriene for intervjuobjektene, videre presenteres de utvalgte gründer- og investorprofilene.

#### 3.3.1 Utvalgskriterier

*Antall informanter som rekrutteres er avhengig av problemstillingen, og det studien ønsker å finne svar på. Utvelgingsprosessen er viktig og påvirker dataanalysen, da utvalget i stor grad bestemmer hvilken informasjon som samles inn (sitert fra Jacobsen, 2005).*

Målet med studien er å belyse utfordringer kvinnelige teknologigründere opplever i den mannsdominerte bransjen, samt erfaringer når det gjelder rollemodeller, nettverk og innhenting av kapital. Det har derfor blitt sett på som hensiktsmessig å rekruttere kvinnelige gründere innen teknologi for å undersøke og forstå deres reise som gründere. Det var også ønskelig å intervjuere investorer for å høre om deres erfaringer i å investere i gründere i denne kategorien, dette for å få et helhetlig perspektiv. På grunn av begrenset tid, ble kun én investor intervjuet.

Målet for rekrutteringsprosessen var å nå et utvalg av norske kvinnelige gründere og investorer innen høyteknologi på mellom 6 og 8 kandidater.

Jeg fikk informasjon om disse kvinnelige gründerne gjennom veileder og eget nettverk. Investoren som ble intervjuet, ble jeg kjent med gjennom deltagelse på et entreprenørskapsseminar organisert av DnB. Deltagelse på dette seminaret ga meg en mulighet til å lære om viktigheten av nettverksbygging.

Utvalgsriteriene var følgende:

- Kvinnelige gründerne i teknologibransjen, som har etablert og vært drivere i teknologiutviklingen, nettverksbygging og med å skaffe kapital til sine selskap. Både noviser og seriegründerne er rekruttert med det formål å studere utfordringer både for de med lite erfaring og de med lang erfaring
- Investor med interesse for kvinnelige gründerne og som har bred erfaring som investor, erfaring med både kvinnelige og mannlige gründerne.

### 3.3.2 Gründer- og investorprofiler

Utvalget bestod av fem kvinnelige teknologigründerne, og én investor, som alle tilfredsstilte utvalgsriteriene. En presentasjon av de forskjellige profilene med deres bakgrunn og bedrift, følger under hvor informant 1-5 er kvinnelige teknologigründerne og informant 6 er investor. Av hensyn til konfidensialitet og personvern blir ikke informantenes ekte navn presentert, og deres virksomheter blir beskrevet på en relativt diskret måte. Informasjonen er moderert i de tilfellene hvor bakgrunnsvariablene kan identifisere personen.

Tabell 1: Gründer- og investorprofiler

#### Informant 1 – Mia

Mia er i 40-årene, er flerbarnsmor og gründer av et teknologiselskap innenfor kvalitetssikring. Overgangen fra et «vanlig» arbeidsliv til å bli gründer gikk veldig organisk. Det var aldri en plan eller et ønske om å bli gründer, før hun merket en mangel i bransjen hun jobbet i. Hun tok derfor saken i egne hender, og etablerte en virksomhet innen dette feltet. Hun hadde på dette tidspunktet opparbeidet seg mye nyttig kunnskap og fått et stort nettverk. Allerede første året i drift hadde hun en omsetning på et par millioner. Hun har flere ganger vunnet priser for bedriften og fått støtte fra det offentlige. I ettertid har hun startet to andre bedrifter i tillegg til et nettverk for kvinnelige ledere.

#### Informant 2 – Ida

Ida er i 20-årene, og har vært i jobblivet siden tidlig tenårene. Hun har alltid hatt en forretningsdrevet tankegang, og krevet lønn i form av provisjon. Hennes bakgrunn og oppvekst har gjort henne hardtarbeidende og selvstendig. For henne har det alltid vært en drøm å starte for seg selv. Drømmen gikk i oppfyllelse tidlig i 20-årene hvor hun startet sitt første selskap. Hun hadde positiv omsetning fra start frem til hun valgte å selge selskapet. Hun har allerede vært gjennom flere gründerreiser og pivoter, og driver i dag et selskap med sin co-partner. For henne er frihet, selvrealisering og selvstendighet nøkkelfaktorer som hun strever etter.

#### Informant 3 – Anne

Anne er i 20-årene, og er gründer av et teknologiselskap som selger softwareløsning til forbrukermarkedet. Hun har utdanning både innenfor IT og innovasjon og forretningsutvikling. Med lidenskapen hun har for teknologi, og en drøm om å være selvstendig næringsdrivende, klarte hun å slå to fluer i en smekk da hun etter endt masterstudie startet et teknologiselskap sammen med en medgründer. Hun har nå, sammen med sin partner, drevet selskapet i et par år.

#### Informant 4 – Kari

Kari er i 30-årene, og er medgründer av et teknologiselskap som ble startet da hun var i 20-årene. Informanten har fra liten av vært glad i teknologi og kunsten med å koble komponenter sammen. Gleden av teknologi forsvant ikke i senere alder, da hun valgte å studere til å bli ingeniør. Det var under selve masteroppgaven gründerideen ble til. Informanten jobber helst i team, og det var etter et par år at hun, sammen med to medgründere, brakte gründerideen til live og etablerte sin første bedrift. Med lønn fra start, har det gitt dem muligheten til å gå «all in», og har fra tidlig av omsatt for flere millioner årlig.

#### Informant 5 – Tone

Tone er i 20-årene og er medgründer og CEO av et teknologiselskap som leverer bærekraftige løsninger til mennesker i en travel hverdag. Hun har fått mye medieoppmerksomhet og har allerede innen ett år blitt utvalgt som kandidat til kvinnelige ledere under 30. Tone og hennes medgründer har klart å innhente over én millioner kroner i offentlig støtte, samt støtte fra private investorer.

#### Informant 6 – Vibeke, Investor

Vibeke er i 40 -årene, og er medeier i et investeringsselskap som fokuserer på investeringer innenfor hav og helse. Gjennom selskapet deres ønsker de å fremme mangfold i

næringslivet, blant annet ved å kreve minst én kvinne i teamet til bedriften de investerer i. Informanten og medeier investerer i dag i 41 selskaper. De driver hovedsakelig i co-investeringer, som vil si at de investerer sammen med andre investorbedrifter gjennom nettverket sitt. De bidrar i forskjellige roller når det gjelder investeringer; enten er de deal lead, som vil si at de sørger for at selskaper får andre investorer enn seg selv, eller så bidrar de i form av kompetanse og nettverk.

### 3.4 Gjennomføring av intervjuene

Fem individuelle dybdeintervju og ett gruppeintervju ble gjennomført med to med-gründere. Fire av de individuelle intervjuene var med kvinnelige teknologigründere, mens ett ble gjennomført med en investor.. Nedenfor i de kommende delkapitlene begrunnes og utdypes utformingen av intervjuguiden, samt gjennomføringen av intervjuene.

#### 3.4.1 Utforming av intervjuguiden

Som beskrevet i foregående kapitler, vil åpenhet under intervjuet være av fordel for å få frem viktig informasjon som ellers ville blitt oversett. På bakgrunn av dette var det viktig for studien at informantene skulle få snakke fritt gjennom intervjuene, og dele det de selv mente var relevant i forhold til tema. Det ble utarbeidet to intervjuguider (se appendiks), en til gründerne og en til investorene, som henholdsvis ble inndelt i seks og fem hoveddeler. Spørsmålene var åpne og brede, slik at informantene kunne trekke inn faktorer de selv mente var relevante. Likevel inneholdt intervjuguiden oppfølgingsspørsmål for å ha en viss struktur og for å komme «i dybden» på fakta som var betydningsfull for studien. Spørsmål som «hvordan, på hvilken måte, eller «kan du utdype ...» ble brukt bevisst for at informanten skulle komme med utfyllende svar.

#### Intervjuguide for kvinnelige gründere

Del 1 ble brukt som en form for oppvarming før selve intervjuet. Denne delen ble utarbeidet med et mål om å etablere en trygg og åpen atmosfære. Her ble det stilt åpne spørsmål for å bli kjent med informanten. Spørsmål om bakgrunnsinformasjon, som for eksempel utdannelse, arbeidserfaring, og inspirasjon eller motivasjon til å bli gründer ble stilt. Informanten sto her fritt til å dele det de selv ønsket og var komfortabel med, i tillegg til det de mente var relevant.



Del 2 omhandlet sentral informasjon om informantens bedrift. Det ble stilt spørsmål om forretningsideen, informantens rolle i bedriftens utvikling, og til slutt om teamet, deres kompetanse og teamets oppbygging. I denne delen var det ønskelig å bli enda bedre kjent med informanten, samt å høre deres meninger og, om relevant, refleksjoner om det å ha menn på teamet sitt.

Del 3 gikk dypere inn i gründerens erfaringer og nettverk. I denne delen var målet å avdekke generelle erfaringer og utfordringene med å være kvinne i en mannsdominert bransje. Det var også ønskelig å finne svar på hvilken rolle gründerens nettverk spilte, hvordan hun hadde skaffet de «riktige» kontaktene, og litt tanker bak denne prosessen.

Del 4 tok for seg tilgang til kapital og investorer. Her søktes det svar på erfaringer gründerne hadde i prosessen ved innhenting av kapital, om de hadde fått den finansielle støtten de hadde etterspurt, og til slutt om ambisjonene deres for bedriften.

Del 5 handlet om informantenes tanker om spesifikke problemstillinger. Målet for denne delen var å la informanten tenke høyt og fortelle hennes meninger, gjerne fra egne erfaringer. Ut ifra dette kunne det stilles fordypende spørsmål og komme frem til interessante funn som kunne forskes videre på.

Del 6 var den siste delen av intervjuet, og ble brukt avslutningsvis hvor informantene kunne legge til eller utdype noe, eller de selv kunne stille spørsmål dersom det var noe de lurte på.

#### Intervjuguide for investorer

Del 1 ble her, på lik linje som med gründerne, brukt som en form for oppvarming hvor det ble stilt åpne spørsmål for å bli kjent med informanten, og igjen, for å skape en trygg atmosfære. Det stilles spørsmål om reisen informanten hadde som investor, hvordan den startet, og om de tidligere hadde hatt erfaring som gründer.

Del 2 tok for seg investeringsprofil, hvor målet var å finne ut om det var vesentlige forskjell i hvem informanten investerte i, samt hvilke faktorer og kriterier som skulle til for å investere i forskjellige bedrifter. I tillegg var det ønskelig å finne ut hvordan informanten finner interessante investeringsprosjekter.

Del 3 omhandlet erfaringer fra investorforum og gründerarrangementer. Her var målet å finne ut om det var forskjeller på hvordan kvinner og menn presenterer seg, og om informanten hadde noen erfaringer og meninger rundt dette.

Del 4 omhandlet, slik som i intervjuguiden til gründerne, informantens tanker angående spesifikke temaer. Her var det ønskelig å gå i dybden i informantens tanker og meninger rundt hva som er spesielt viktig for kvinnelige gründere ved søking av kapital.

Del 5 var avslutningsdelen hvor informanten selv kunne stille spørsmål eller legge noe til avslutningsvis. Ved å avslutte på denne måten, var det ønsket at informanten kunne gå fra intervjuet og føle at de hadde fått sagt alt, samt få svar på eventuelle spørsmål rundt intervjuet eller studien. Dette førte også til en naturlig «slutt» på intervjuet.

### 3.4.2 Gjennomføring av intervjuene

Som tidligere nevnt, ble det totalt gjennomført 6 intervju i løpet av perioden mars og april. Ved innkalling til intervju, ble informantene gitt valget om hvor intervjuet skulle finne sted. Det var ønskelig å kunne legge til rette for en rolig og avslappet atmosfære hvor informanten kunne føle seg trygg. Dette, da omgivelsene kan ha stor påvirkning på selve intervjuet.

I en periode preget av covid-19, var det naturlig at informantene ønsket å gjennomføre intervjuene digitalt. Dette gjorde at informantene var mer fleksible på når intervjuet kunne finne sted. De ble alle gjennomført på Zoom som er ende-til-ende kryptert, og hadde en varighet på mellom 60 til 90 minutter på de individuelle intervjuene, og i overkant av 2 timer på gruppeintervjuet.

I forkant av intervjuene ble tilgjengelig bakgrunnsinformasjon om informanten undersøkt. Dette ble ansett som nyttig for ha en god forutsetning til å kunne stille relevante oppfølgingsspørsmål, samt for å få tilgang på ny informasjon og ikke bruke for mye tid på allerede eksisterende informasjon.

Før intervjuet ble satt i gang, introduserte jeg meg selv og min bakgrunn, samt studien og dens formål. Videre ble informanten spurt om hun hadde noen spørsmål før intervjuet startet, og om det var i orden å benytte lydopptaker. På denne måten kunne jeg være trygg på å få med meg alt som ble sagt og vie min fulle oppmerksomhet til informanten, i tillegg til å holde en god flyt gjennom hele samtalen.

De fleste informantene var åpne og snakket relativt fritt, hvor de dekket mesteparten av temaene på eget initiativ gjennom utfyllende svar. Intervjuguiden ble derfor brukt som en slags sjekkliste og for å sørge for at det ble en god flyt gjennom hele samtalen. Det ble fulgt opp med tilleggsspørsmål dersom det kunne tilføre studien interessant informasjon. Selv om

informantene kunne snakke fritt, ble det etterstrebet med å holde den avsatte tiden, da de fleste hadde en travel hverdag.

Det å gjennomføre intervjuene digitalt gikk overraskende bra. Teknologien viste seg å være på både informantens og min side, da ingen opplevde vanskeligheter eller dårlig dekning, dette på tross av at vi befant oss på forskjellige deler av landet. Video ble brukt i alle intervjuene utenom ett, hvor informanten ikke hadde tilgang til kamera. I starten opplevdes dette som litt vanskelig da personens reaksjoner ikke kunne observeres. Heldigvis var informanten svært pratsom og åpen i måten hun uttrykte seg på verbalt, at dette ikke påvirket intervjuet i negativ grad.

Vanligvis er øyekontakt, det å se personens reaksjoner og lese kroppsspråk viktig for å kunne forstå den dypere meningen bak det som blir kommunisert verbalt. Gjennom ord og kroppsspråk kan man unngå misforståelser mellom det formidlende budskapet (Thagaard, 2009).

### 3.5 Analyse av data

Fenomenologisk innholdsanalyse er analysemetoden benyttet i denne oppgaven. Metoden innebærer at man først bryter ned datamaterialet, før man, ved bruk av kategorisering og koding, samt identifisering av sammenhenger og mønstre, fortolker det. Hensikten med metoden er å oppnå en dyp forståelse av innholdet i informantenes informasjon og fortellinger (Smith et al., 2006). Analysemetoden deles inn i fire faser; helhetsinntrykk, koding og kategorisering, kondensering og rekontekstualisering (Johannessen et al., 2011).

Da fenomenologisk innholdsanalyse skal gi bred forståelse og god innsikt av et datamateriale, virket det hensiktsmessig å benytte seg av denne metoden.

Grunnlaget for analysen ble dannet fra transkripter overført fra lydfiler av intervjuene. Like etter gjennomførte intervju ble nemlig lydfilet transkribert. Dette ga, som nevnt ovenfor, et helhetsinntrykk av informantene, og allerede på dette tidspunktet kunne likhetstrekk og forskjeller mellom de ulike datasettene avdekkes. Analyseprosessen startet dermed umiddelbart etter endt intervju.

For å systematisere datamateriale på en effektiv måte, ble det utarbeidet en stegvis teknikk som kunne benyttes gjennom de ulike datasettene. Første steg var å markere og kategorisere informasjon av relevant betydning med ulike fargekoder. Neste steg var kondenseringen av materialet, som ble gjort ved å trekke ut fargekodet data og samle dem i egne dokumenter.

Deretter ble det gjort en grundig gjennomgang av de kategoriserte funnene for å avdekke mønstre og sammenhenger.

### 3.6 Studiens troverdighet, pålitelighet og overførbarhet

Hvordan informasjon innhentes og bearbeides, og hvor nøyaktig datasettet er, påvirker ikke bare studiens troverdighet, men også dens pålitelighet og overførbarhet. I de kommende delkapitlene beskrives dette nærmere.

#### 3.6.1 Troverdighet

I kvalitative studier handler troverdigheten om hvorvidt virkeligheten og studiens formål er en refleksjon av forskerens fremgangsmåte og funn (Johannessen et al., 2011).

Ettersom studien hadde som mål å undersøke kvinnelige teknologigründere i Norge, ble det bestemt at utvalget skulle være relativt homogent, altså at variasjonen mellom informantene skulle være liten basert på sentrale karaktertrekk.

Når utvalget er homogent, gir det bedre forutsetninger til å studere likheter og forskjeller ved en gruppe mennesker (Johannessen et al., 2011). Utvalget i denne studien ble delt i to grupper; kvinnelige teknologigründere og investorer. Hovedutvalget, gründerene, var homogent på bakgrunn av at alle hadde erfaringer med å etablere en bedrift innen teknologibransjen, som i dag er svært mannsdominert. De hadde i tillegg likhetstrekkene ved å være idehaver og/eller medgründer i bedriften.

#### 3.6.2 Pålitelighet

At studien er basert på sikker og pålitelig kunnskap, og bygget på høy validitet og reliabilitet, er av stor betydning. Ved høy validitet i en undersøkelse er det stort samsvar mellom det teoretiske og det operasjonelle, altså at det forskeren har til hensikt å forske på og det som faktisk ble undersøkt. Videre er det viktig å behandle funnene med forsiktighet, og at de samsvarer med det reelle virkelighetsbildet (Johannessen et al., 2011). At funnene er av høy reliabilitet og lar seg etterprøve, og at forskeren har lagt til grunn om det finnes svakheter i datamaterialet er også av viktig betydning, og styrker studiens pålitelighet (Yin, 2018). I denne studien er dette etterstrebet ved å ha utarbeidet et godt forskningsdesign og en gjennomført, lettfattelig og relevant intervjuguide, bygget på et teoretisk rammeverk og

forskningslitteratur. Dette for å ikke gape over for store forskningsområder, men å holde seg innenfor rammeverket og skaffe relevant data for studien. Videre er det etter beste evne forsøkt å kontrollere hvert steg i prosessen for eventuelle feilkilder. Disse, i tillegg til andre svakheter studien består av, er beskrevet i et eget underkapittel (se kapittel 3.6.4).

### 3.6.3 Overførbarhet

Funn gjort i forskningsbasert arbeid må evalueres om de kan være gjeldene for andre områder også. Ifølge Johannessen og kolleger (2011) innebærer ikke kvalitativ forskning nødvendigvis generalisering, men i stedet overføring av kunnskap til andre områder.

Ettersom studien omhandler barrierer kvinnelige teknologigründere opplever i en mannsdominert bransje, blant annet utfordringer ved nettverksbygging og innhenting av investormidler, kan funnene i en viss grad overføres til også andre kvinnelige gründere i samme bransje. Selv om det fokuseres på kvinnelige gründere i teknologibransjen, kan funnene også overføres til kvinnelige gründere i andre bransjer. Det vil også være mulig å overføre funn gjeldene kapitalinnhenting fra investorer til både kvinner og menn i alle bransjer.

### 3.6.4 Feilkilder og oppgavens svakheter

Studien innebærer svakheter, og tilnærmingen brukt til datainnsamlingen kan ha ført til flere feilkilder. Følgende punkter beskriver denne studiens svakheter og potensielle feilkilder:

#### Forskereffekt

Påvirkningen forskeren har på det som studeres, særlig ved drøfting av gyldigheten til studien (Fangen, 2015), og konteksteffekt er potensielle feilkilder. Ledene spørsmål under intervjuene og det å vinkle spørsmålene i en viss retning ble derfor unngått. Likevel vil egen oppfattelse av situasjoner og informasjon påvirke resultatene.

#### Kulturforskjeller

Flere av kildene brukt i denne studien er utført i andre land med andre kulturer og kulturforskjeller, spesielt med hensyn til kvinnelige roller i samfunnet. Det vil dermed medføre til potensielle feil da denne studien tar for seg norske kvinnelige teknologigründere i en norsk sosio-kulturell kontekst.

#### Få intervjuobjekt

Få intervjuobjekt påvirker studiens pålitelighet. Funnene i denne studien er basert på

erfaringene fra totalt 6 intervjuobjekter, noe som kan være en potensiell svakhet, og overførbarheten til andre i populasjonen kan være begrenset.

#### Forventningseffekter og kognitive biaser

Forventningseffekter og kognitive biaser vil ha en påvirkning i den forstand at man vil kunne lete seg frem til de svarene man tror er riktige ved at man ubevist søker etter påstander som stemmer overens med ens egne oppfatninger. Det er gjennom hele studien gjort ytterste forsøk på å være nøytral ved å være bevisst på dette ved gjennomgang eller søking av relevant litteratur og kilder.

## 4. Resultat og analyse

Funnene fra intervjuene beskrives i dette kapittelet ved å presentere informantenes historier og erfaringer. Hvert eneste intervju er tolket og analysert for å oppdage sammenhenger og ulikheter, og de mest unike fortellingene trekkes frem og siteres. Kapitlene er strukturert på en slik måte at de stemmer overens med rammeverket beskrevet i innledningen, og informantenes historier trekkes frem til passende tema. Ikke alle historiene vil beskrives i hvert delkapittel da intervjuene er basert på en narrativ tilnærming og at samtlige punkter derfor ikke ble besvart like detaljert fra alle informantene. Da intervjuguiden var forskjellig for gründerne og investoren, deles også resultatene deres inn i hver sine delkapitler. I hvert delkapittel vil funnene avslutningsvis beskrives i en liten oppsummering.

I kapittel 4.1 presenteres generell informasjon om gründernes bakgrunn, samt rollemodeller og mennesker som har vært viktige for dem.

I kapittel 4.2 presenteres erfaringer som kvinnelig teknologigründer. Først presenteres informantenes oppfatning av teknologibransjen, deretter trekkes det frem fortellinger om hverdagen, samt erfaringer innen å bygge nettverk og skaffe kapital. Til slutt presenteres gründernes refleksjoner rundt finansieringsgapet for kvinnelige gründerne.

I kapittel 4.3 presenteres investorens side. Egne tanker og erfaringer trekkes frem, samt refleksjoner rundt problemstillingene.

## 4.1 Gründernes bakgrunn og rollemodeller

### 4.1.1 Bakgrunn og ambisjoner

Måten gründerne fremstiller seg selv og bedriften de har startet varierer. Noen av dem har lang yrkeserfaring i bransjen, noen er seriegründere, mens andre er i oppstartsfasen og kommer rett fra studier. De med erfaring bak seg har blant annet vært gjennom risikohåndtering og har innhentet kapital og kjenner til den prosessen, mens de andre ikke har opparbeidet seg denne kompetansen og erfaringen enda. Likevel fremstår alle gründerne som selvsikre i måten de forteller om reisen sin som gründer og bedriften de har etablert. Et annet fellestrekk er deres motivasjon og stå på-vilje, samt evnen til å takle vanskelige situasjoner og motgang. Dersom Mia opplever noe utfordrende forteller hun alltid seg selv: *«hva hadde jeg gjort om jeg ikke var redd?»* Dette får henne til å gå ut av komfortsonen og satse selv om hun synes det er skremmende. Kari nevner: *«det er i motgang det går oppover»*.

Under intervjuene kommer det frem at flere av gründerne har skaleringsambisjoner. Noen av dem har allerede internasjonalisert bedriften, mens andre har et ønske om å gjøre det. De fleste er likevel litt forsiktig i ordbruken og hvordan de omtaler seg selv som gründer.

Oppsummert viser analysen at reisen som kvinnelig gründer i en mannsdominert bransje har gjort informantene sterkere. Flere av dem nevner at det har økt selvtilliten deres og troen på deres egne ferdigheter og evner. Videre viser den at gründerne har startet opp sin virksomhet på forskjellige grunnlag. Felles for dem er at de har grepet muligheten de selv har sett eller som andre har presentert for dem. Informantene med teknisk erfaring og utdanning, etablerte bedriften sin basert på kunnskapshull de oppdaget i bransjen. De med annen bakgrunn var oppmerksomme på mulighetsrom de oppdaget gjennom arbeidserfaring, reising og studier.

### 4.1.2 Rollemodeller

Informantene ble under intervjuet spurt om de hadde en rollemodell de så opp til, og hvorfor akkurat denne personen. Det var kun én av informantene som tydelig kunne svare på spørsmålet.

Kari hadde flere rollemodeller hun hadde sett opp til i flere år før hun ble gründer. Blant dem var det én kvinne. Disse rollemodellene hadde gitt henne motivasjonen til å gjennomføre prosjektene hennes og å bli gründer. Tone hadde ingen spesifikke rollemodeller, men nevner at Anita Kron Traaseth i dag er en stor inspirasjon for henne. *«Hun råder kvinner til å ta på seg lederstillinger, jobbe innen teknologi og støtte kvinnelige entreprenører ved å fortelle om*

egne erfaringer og gi tips. *Hvordan hun har klart å bli en av Norges beste ledere, skrive bøker og nå bli medlem av EU Innovation Council Board, samtidig som hun har familie er virkelig inspirerende*», forteller Tone. *«Hun er rett og slett et prakteksemplar på at det er mulig å både velge familie og karriere. Man kan altså ha begge deler»*, legger hun til.

Tone fortalte videre at hun selv hadde spurt mange bekjente, både menn og kvinner nesten det samme spørsmålet. *«Spørsmålet var om de kunne fortelle meg om de mest inspirerende kvinnelige entreprenørene de visste om, og vet du hva de fleste svarte? At de faktisk ikke kunne nevne en eneste en»*.

De resterende gründerne kunne ikke nevne noen rollemodeller de hadde sett opp til. Mia nevner likevel to personer som har hatt mye innflytelse i livet hennes, blant annet faren hennes. Han hadde aldri gjort forskjell på henne og søsknene hennes. Hun hadde vært med sin far på jakt og for å skifte bremsklosser forteller hun. Videre nevner hun at han hadde høy tillitt til henne, *«da jeg skulle ta billappen for eksempel, og jeg skulle gjøre noe vanskelig, kunne han bare plutselig bestemme seg for å gå ut av bilen og si: no får du no bare bestemme om du skal stå ute i veien her, eg går og sette på kaffien»*. Hun nevner at hun syntes det var *«drittskummelt»*, men at uten å være klar over det da, innså hun senere hvor viktig denne tilliten hadde vært for henne.

Oppsummert viser analysen at de fleste gründerne ikke har spesifikke rollemodeller, og at de rollemodellene eller inspirasjonskildene som ble nevnt stort sett var menn. Viktigheten av å ha noen å se opp til ble også poengtert av flere, da det kunne påvirke deres motivasjon og være en underliggende årsak til selvtilliten de hadde bygget opp fra tidlig av. Videre viser analysen at familiens innvirkning til samtlige av gründerne har vært positiv, og har påvirket dem når det gjelder valg av både utdanning og karriere.

## 4.2 Erfaringer som kvinnelig gründer

### 4.2.1 Oppfatningen av og erfaringer med teknologibransjen

Oppfatningen av teknologibransjen hos de forskjellige gründerne var relativ lik. Alle nevnte at det er en mannsdominert bransje, og både Mia og Kari trekker frem at slik bransjen fremstår i dag ikke gjør det spesielt attraktivt for kvinner. Det er uklart hvorfor de mener dette, men Mia nevner blant annet at *«menn tiltrekker menn, og kvinner tiltrekker kvinner»*, og at det da kan tolkes som at det ikke er for alle å jobbe i en bransje hvor man er av minoriteten.



Viktigheten av å få inn flere kvinner i bransjen var derfor samtlige av informantene opptatte av. Det ble påpekt at det var nødvendig med en økt rekruttering av kvinnelige teknologer og gründere, da de tror mange av dagens fordommer mot kvinner i bransjen er et resultat av mangelen av dem. I tillegg påpeker flere at mangfold er viktig og fører til bedre resultater.

Mia forteller at hun jobber en del offshore og av og til må reise bort i to uker i strekk. *«Jeg får ofte høre: hvordan kan du reise bort fra barna dine? Og: får du ikke dårlig samvittighet av å reise vekk?»* Hun legger til *«Hvorfor skal jeg det? De er jo hos faren sin. Hvorfor må jeg i 2021 i det hele tatt ta stilling til dette?»* Hun legger også til at det i andre yrker er vanlig å måtte jobbe på ugunstige timer av døgnet, selv om man har familie. Hun trekker frem sykepleiere og leger som et eksempel. Videre forteller hun at hun nå som selvstendig næringsdrivende mye lettere kan styre hverdagen sin og ta seg bedre tid til barna sine enn det hun gjorde da hun var fast ansatt, men at hun likevel får slike kommentarer og spørsmål.

Når informantene blir spurt hva de antar grunnen er til mangelen på kvinnelige gründere, forteller Tone at hun tror det er forårsaket av få kvinnelige rollemodeller, spesielt i teknologibransjen. Videre påpeker hun at man ikke bør velge bransje basert på om den er dominert av menn eller ikke, *«man trenger ikke å være fysisk sterk for å bruke hjernen»*, sier hun.

Oppsummert er det tydelig at gründerne er opptatt av å bli oppfattet som profesjonelle og dyktige i jobben de gjør, spesielt med andre i samme bransje. Det kan tolkes som at de møter mistillit, og at menn undervurderer deres kompetanse på bakgrunn av at de er kvinner. Det kan derfor oppfattes som at dette er grunnen til at de må bevise hvor dyktige de er. De tilpasser seg ofte situasjonene de befinner seg i, gjerne ved å opptre mer maskulint enn de naturlig er, samt å ta del i humor de vanligvis ikke ville tatt del av, for å oppnå anerkjennelse og respekt. Videre nevner flere av gründerne at det å være ekstra tydelig og ta plass, er viktig for å bli hørt. Dette mener de er spesielt viktig med tanke på forutinntatte holdninger de står ovenfor som kvinner. Flere av gründerne tror på en kultur hvor vi kan løfte hverandre opp og frem, spesielt som kvinne, og at det er noe som må til for å få flere kvinner inn i bransjen.

#### 4.2.2 Erfaringer som kvinnelig gründer i hverdagen

Da gründerne ble spurt om hvordan hverdagen deres var som kvinnelig gründer, beskrev de aller fleste en kjønnsnøytral hverdag. Det var ingen av informantene som trakk fram at det var spesielt å være kvinne i bransjen– de var gründere, og måtte, på lik linje som menn, arbeide

med å utvikle selskapet og håndtere de ansatte. Dette virker å være i motsetning til deres generelle erfaringer og oppfatningen deres av teknologibransjen, og kan derfor tolkes som at de ikke ønsker å innrømme at de blir diskriminert på bakgrunn av sitt kjønn.

Til spørsmålet om gründerne møter spesielle utfordringer i hverdagen som kvinne i en mannsdominert bransje, svarte Ida: «Egentlig ikke, tvert imot faktisk». Hun nevner at det heller kan være en fordel. Tone tror det kan være en av grunnene til at hun har fått økt oppmerksomhet i media.

Samtlige mente at det å være kvinne i denne bransjen kunne utnyttes til sin fordel, og hadde erfart at de i flere sammenhenger i tidligere jobb og som selvstendig næringsdrivende hadde blitt løftet frem på bakgrunn av kjønnet sitt.

Likevel er ikke bare det å være kvinne godt nok. «*..man må selvfølgelig bevise at man duger..*» - Mia. «*Det er akkurat som om at det kreves mer av kvinner i denne bransjen. Men om man gjør noe bra, blir responsen veldig god*» påpeker Anne. Hun mente grunnen til dette var fordi forventningene til kvinner i teknologibransjen lavere enn for menn, men at det da også er lettere å imponere. Dette nevnte flere av informantene. Dette kan tolkes som at menn i har mistillit til at kvinner kan prestere i bransjen, og dermed undervurderer deres kompetanse og potensial. Når de da motbeviser dette og presterer, imponerer de.

Mia opplever at hun nøye blir fulgt med på alt hun gjør, da hun i stor grad skiller seg ut som kvinne. Et eksempel hun kommer med er når hun er på verkstedet og skal bruke traverskranen, da merker hun hvordan hennes mannlige kolleger stopper opp og følger med. «*Du vet at ALLE følger med på deg. De gjør det gjerne ikke av ond vilje, de ønsker deg jo bare godt, men du blir jo bare dritstresset!*» sier hun. Etter over tjue år i bransjen, kjenner hun fortsatt på det samme som da hun var lærling. «*Alle vet at nå er hun lille lyshårede på dekk. De ser ALT du gjør (...) mens om du var mann så tenker alle bare: jaja. Du blir liksom ikke så synlig*». Videre forteller hun: «*I begynnelsen gjorde det meg nervøs, men nå er jeg vant til det*». Dette tyder igjen på at menn har mistillit til kvinner i bransjen da de har lite erfaring med det. En annen mulig tolkning er at menn kjenner på konkurranse og frykter at kvinner er flinkere enn dem.

Selv om det kan tolkes som at Kari har blitt undervurdert som kvinne, forteller hun at hun aldri har opplevd å bli kjønnsdiskriminert. Likevel sier hun at hun har opplevd flere episoder, spesielt i utlandet, hvor hun har overrasket andre på bakgrunn av hva hun har klart som kvinne og hvor menn ikke har trodd at hun var gründeren bak selskapet. «*Jeg var på en stand*

*hvor jeg skulle vise frem produktet mitt (...) mannen sa at han kunne vente på han som hadde startet selskapet, så jeg lot han bare stå vente jeg da», flirte hun.*

Oppsummert viser analysen diverse logiske brister med hensyn til hva informantene forteller. Det nevnes at de løftes opp i bransjen og ikke opplever spesielle utfordringer. Likevel trekker de frem et flertall episoder hvor de har blitt undervurdert av sine mannlige kollegaer på bakgrunn av sitt kjønn. De påpeker at de kjenner på et stort press da skiller seg ut som kvinne og dermed blir lagt merke til i større grad enn menn. Samtlige nevner også at de ikke alltid blir oppfattet på den måten de ønsker. Dette kommer an på motpartens alder, kjønn og bakgrunn. De må ofte tilpasse seg situasjonene og hvem de snakker med, for eksempel ved å oppføre seg mindre feminin, for å oppnå ønsket annerkjennelse og respekt. Flere konkluderer med at de må jobbe hardere enn menn for å oppnå samme kredibilitet.

#### 4.2.3 Betydninger og erfaringer med nettverksbygging

Gründerne hadde forskjellige oppfatning om betydningen av nettverk og eksterne relasjoner. Undersøkelsen viser at de fleste av informantene har opparbeidet seg eget nettverk allerede i studietiden og tidlig i karrieren. For de fleste er det å ha et godt nettverk viktig. Ifølge Ida er nettverk en av nøklene til suksess, og nevner at hun brukte mye tid under studiene for å bygge nettverk på LinkedIn og nærmest «løp» rundt på karrieredagene for å få så mange nyttige kontakter som mulig. Kontaktene hun skaffet da har vært viktige for henne i senere tid som gründer.

Det kommer frem et tydelig skille når det gjelder nettverksbygging og hvordan selskapene ble etablert. Mia hadde opparbeidet seg et godt nettverk gjennom karrieren og «trengte» ikke å fokusere på dette da hun startet for seg selv. Flertallet av gründerne derimot, forteller at de regelmessig går på nettverksarrangement og strategisk velger ut kontakter de mener kan være viktige. Tone har stor tro på at man øker sjansen for å oppnå suksess og «komme seg videre» med et stort og godt nettverk. Hun oppsøker aktivt arrangementer hvor hun kan utvide nettverket sitt. Selv mener hun at deling av kunnskap og erfaring går begge veier, og kan bidra mye for alle parter. *«Jeg ser en stor verdi i hjelpekultur (...), spesielt når det gjelder med andre kvinner. Vi må støtte hverandre og lære av hverandres erfaringer».*

Både Ida og Tone har erfart mange fordeler av å ha et godt nettverk. Ida nevner at samarbeidspartnere har delt sitt nettverk med henne og hennes medgründer, noe som videre

har ført til mange spennende muligheter, oppmerksomhet i media og utvidelse av eget nettverk.

Da gründerne ble spurt om de opplever spesielle utfordringer rundt nettverksbygging som kvinne, svarte flere at det ikke handlet om kjønn. De mente at det heller handlet om hvordan man er som person og håndterer forskjellige situasjoner, og ikke minst hvor dyktig man er i det man gjør gjennom å vise fremgang og resultater.

Ett fellestrekk for alle gründerne som ble intervjuet, er at deres profesjonelle nettverk hovedsakelig består av menn. Under intervjuene nevnte ingen av gründerne at de hadde kommet i kontakt med kvinner under nettverksarrangement. Flere mente at få kvinner på slike arrangement gjorde det lettere for dem å komme i kontakt med andre da de fort fikk oppmerksomhet. «*Som kvinne blir man fort lagt merke til, og dersom man da er litt frempå skal det ikke mye til å komme i kontakt*», nevner Anne. Likevel påpeker hun at det skal mer til for å overbevise på bakgrunn av at det gjerne er lavere forventninger til kvinner i bransjen når det gjelder kompetanse. Her virker det også å være en logisk brist. Først blir det påpekt at utfordringer rundt nettverksbygging ikke handler om kjønn, men likevel trekkes det frem at det som kvinne skal mer til for å overbevise. Dette underbygger tolkningen om at kvinner i ikke ønsker å innrømme at de blir diskriminert.

Oppsummert viser analysen at et godt nettverk er av stor viktighet for gründerne. De fleste av dem fremstiller seg selv som gode nettverksbyggere og har på egen hånd opparbeidet både personlige og profesjonelle nettverk. Flere av informantene nevner at det som kvinne ikke er vanskeligere å skaffe nettverk enn menn. Heller det motsatte, påpeker samtlige. Dette, da man gjerne lettere blir lagt merke til som kvinne, spesielt på nettverksarrangement. Fellestrekket hos alle gründerne, er at det profesjonelle nettverket deres hovedsakelig består av menn. For å holde på det gode nettverket de har opparbeidet seg, gjør alle gründerne sitt beste for å opprettholde kontakten og vedlikeholde relasjonene deres.

#### 4.2.3 Erfaringer fra fremskaffing av kapital

Informantene fremstår alle som målbevisste og sterke personer med høy stå-på-vilje. Det er ingen tvil om at man må ha disse kvalitetene da informantene tydeliggjør at det kreves hardt arbeid for å lykkes som gründer. Flere av informantene nevner at man som kvinne må jobbe ekstra hardt, spesielt i enkelte situasjoner som for eksempel innhenting av kapital og nettverksbygging. Ida nevner at det er vanskeligere for kvinner å innhente kapital da menn har

den innebygde kredibiliteten. «*Det er nytt at vårt kjønn skal gjøre business i denne bransjen (...). Damene må ta surprise-elementet som fordel og imponere i slike situasjoner, og da kreves det selvtillit*», påpeker hun. Videre er hun veldig tydelig på at dette ikke bør stoppe noen som har et ønske om å bli gründer. Det finnes nemlig mange forskjellige måter å innhente kapital. Selv har hun og hennes medgründer klart å skaffe over en millioner kroner i ren støtte fra Innovasjon Norge og Forskningsrådet. Hun nevner at de per i dag ikke har behov for å hente inn mer penger, «*vi skal tjene det selv*», sier hun, «*men vi har folk i vårt nettverk som er klare til å investere i bedriften når vi vil. De har troen på oss som team*».

Både Ida og Tone hevder at det å samle inn penger fra det offentlige er mer krevende enn å presentere ideen sin for investorer. Dette, da det kreves mer arbeid og er mye mer tidkrevende. De må nemlig fylle ut flere nødvendige dokumenter for å få godkjent søknader som sendes inn til det offentlige. Når det gjelder å presentere ideen sin for investorer derimot, trenger de nesten ikke å forberede seg. De nevner begge at de har laget en presentasjon som de gang på gang bruker når de pitcher ideen sin. Tone og hennes medgründer har også fått over en million i offentlig støtte. De har likevel nylig innhentet investormidler da de ønsket rask vekst og kompetent kapital med bransjekunnskap på eiersiden. «*Vi kunne hatt organisk vekst, men vi vil skalere fort*» sier hun. Hun legger til at hun ikke har opplevd noen utfordringer som kvinne i denne prosessen, og har innhentet all kapital hun og hennes medgründer har søkt om. Til spørsmålet om de hadde fått hjelp med å finne de riktige investorene, nevner hun at de ble koblet med investorer gjennom et springbrett-program.

Kari og teamet hennes gikk en litt annen vei da de startet opp sitt teknologiselskap. De fikk midler fra en investor allerede før selskapet var etablert. Deretter startet de en kampanje i en lukket Facebook gruppe hvor de samlet inn 2,5 millioner kroner og fikk 200 nye medeiere. «*Det var nesten en form for folkefinansiering*», nevner hun. Senere fikk de også støtte fra flere profesjonelle investorer. «*Vi ønsket å være strategiske og begrense investorer til en håndfull, som kunne komme inn på styresiden (...). Vi ønsket at de skulle komme med nettverk, industrikompetanse, eller være døråpnere for oss*». For å finne disse investorene brukte de nettverket sitt aktivt. Hun nevner at det aldri har vært noe problem å innhente kapital for henne og temaet hennes.

Når spørsmålet om hva som skal til for å lykkes ved fremskaffing av kapital ble stilt, og om de har gjort seg noen erfaringer om hvordan de må «opptre» som kvinner i denne prosessen, nevner Ida blant annet forhandlingskraft og selvtillit. «*Så lenge du har forhandlingskraft, så har du ikke så mye å tape på å forhandle (...). Vi går ikke med på en deal hvis ikke*

*investorene møter kravene våre». Hun legger til at man som kvinne må tørre å stå opp for seg selv for å oppnå respekt, «den respekten ofte menn får». Dette tyder på at kvinner må opparbeide og fortjene respekt, mens menn får den i egenskap av å bare være mann.*

Ifølge Anne må man alltid opptre profesjonelt og være konkret og trygg på det man sier. I tillegg nevner hun *«investorer har ofte et behov for å kunne påvirke bedriften på en måte. Man må derfor være åpen for å lytte til råd».*

Oppsummert viser analysen at det er noen forskjeller i hvordan gründerne har innhentet kapital – de fleste har fått støtte fra det offentlige, mens kun to av gründerne i denne undersøkelsen har fått investorkapital. Felles for alle gründerne er at de har brukt nettverket sitt i denne prosessen, forskjellen er selve ønsket om å ha investorer på eiersiden. Funnene i denne undersøkelsen viser at de som har menn i sitt gründerteam, har innhentet kapital fra investorer. De rene kvinnelige gründerteamene derimot har kun innhentet kapital fra det offentlige, eller valgt å få inn kapital gjennom betalt jobb hos en kunde. Om dette er tilfeldig, eller om det kommer av utvalget informanter, er usikkert.

Alt i alt fremkommer det at gründerne ikke opplever særlige utfordringer i prosessen ved fremskaffing av kapital på bakgrunn av kjønnet sitt. Alle informantene har fått de midlene de har etterspurt. Likevel kan dette tolkes som misvisende når de forteller om erfaringer og opplevelser de har hatt, spesielt når det blir påpekt at de som kvinne må jobbe ekstra hardt for å oppnå samme respekt som menn.

#### 4.2.4 Utfordringer med finansieringsgapet for kvinnelige gründere generelt – refleksjoner

Ett av målene i denne studien er å finne ut hva det er som gjør at kvinnelige entreprenører får betraktelig mindre investormidler enn mannlige. Siste spørsmål til gründerne omhandlet derfor hva de mente var grunnen til det tydelige finansieringsgapet.

Tone trekker frem flere punkter, blant annet kultur og holdning når det gjelder kvinnelige entreprenører. *«Det er ikke lenge siden at kvinner i Norge startet å jobbe på lik linje som menn, og det å starte for seg selv som kvinne, har begynt å skje enda nyligere!».* Hun legger til *«... jeg er en del av en inkubator i dag (...). Av 20 selskap som er en del av denne inkubatoren, er det kun to kvinnelige entreprenører – meg inkludert».* Hun poengterer at det er vanskelig for andre kvinner å se seg selv som gründer når de har svært få kvinnelige rollemodeller å se opp til. *«Det må bli flere av oss kvinnelige gründere som viser andre kvinner at det er mulig. (...) If you can see it, you can be it»*, legger hun til.

Mia og Anne tror grunnen hovedsakelig ligger i forutinntatte holdninger ovenfor kvinner gjennom generasjoner. «*For to generasjoner siden, var det ikke vanlig at kvinner jobbet*», nevner Mia. «*Det er fortsatt ikke vanlig at kvinner starter for seg selv, og dermed kan det gjerne virke mer risikofylt å satse på disse kvinnene*» - Anne. Tone mener likevel at den norske stat er på rett vei når det gjelder å hjelpe kvinnelige gründere i finansieringsprosessen: «*Vi i Norge er heldige som har et så bra system at man som kvinne blir valgt fremfor menn i søknader om finansiell støtte dersom søknadene er like gode.*».

Mia tror en annen grunn kan være at kvinner gjerne er litt mer forsiktige enn menn, og tenker mer over hva de gjør og sier, «*vi kvinner må bli flinkere til å vise litt mer albue*» legger hun til. Dette nevner også Ida. Hun tror ikke det er noen spesiell forskjell lengre når det gjelder å hente inn kapital, «*utenom at vi har mer å bevise (...). Men igjen, så kan det også være lettere for oss kvinner å imponere. Det positive kommer liksom med det negative*», legger hun til.

Kari har heller ikke tenkt over at det er noe spesiell forskjell, hun mener at et tverrfaglig team er noe som må til for å lykkes. «*Dersom vi var et rent kvinnelig team, tror jeg ikke vi hadde lykkes på samme måte som vi har gjort*». Da hun ble spurt hvorfor hun mente det, konkluderte hun med at kvinner gjerne er litt for forståelsesfulle og har som regel mer empati enn menn. Menn er derimot mer samvittighetsløse mener hun. «*Man kan ikke være for forståelsesfull i forhandlinger. Da vinner man aldri*», legger hun til.

Tone tror at kvinner generelt sett har dårligere selvtillit enn menn, og at det er en av grunnene til at de er mer forsiktige: «*dersom vi hadde vært flinkere til å oppfordre jenter til å drive med praktiske ting og lære dem at det å feile er greit, istedenfor å bare la dem leke med dukker og fortelle dem hvor fin de er i prinsessekjolen sin, så tror jeg at det kunne hjulpet flere i å tørre å satse på seg selv*».

Oppsummert viser analysen at det i dag gjerne ikke oppfattes som et stort problem for kvinnelige gründere å skaffe kapital. Vi er i et såkalt generasjonsskifte hvor det å være kvinnelig gründer i teknologibransjen sakte, men sikkert, blir mer og mer normalt. For at denne prosessen skal kunne gå raskere, er det essensiell med kvinnelige rollemodeller. Det er nødvendig å ufarliggjøre det å være kvinnelig gründer, spesielt i den mannsdominerte teknologibransjen. Da må kvinner bli satt i søkelyset og være åpne om erfaringer. Ellers nevner samtlige at kvinner må være sterke og stå opp for seg selv. Dette går mye på kvinners selvtillit. For å løse dette blir det under intervjuene nevnt at det er nødvendig å fokusere på å gi barn god selvtillit ved å vise at det er greit å feile, samt å lære at man er «god nok».

### 4.3 En investors erfaringer

For å se problemstillingen fra en investors øyne, ble Vibeke intervjuet. Vibeke har lang erfaring som investor, og har opparbeidet seg et stort nettverk hun samarbeider med. Hun har derfor mange fortellinger å komme med som hun selv har erfart, i tillegg til fortellinger hun har hørt fra bekjente investorer.

#### Investeringsprofil

Vibeke tilbrakte et par år i utlandet for å lære om entreprenørskap, samt det å drive med investeringer. Ønsket var å finne selskaper de kunne investere i hvor de kunne tilføre verdifull kunnskap og kompetanse som de hadde fra tidligere erfaringer, nemlig innen hav og helse.

I utlandet innså Vibeke at kvinner fikk minimalt med kapital, og forteller hvordan kvinnene der ofte ble sett på som objekter (kvinner ble vurdert ut ifra utseende), mer enn intelligente og dyktige mennesker, «*dette er utrolig trist på mange måter*». Hun meldte seg derfor inn i et englenettverk hvor hun møtte likesinnede investorer som ønsket å investere i balanserte team – team som har både kvinner og menn. Videre nevner hun hvor viktig det er å innse at det å investere i kjønnsbalanse har en stor økonomisk gevinst. «*Sannsynligheten for å lykkes er større med mangfold*», nevner hun. I dag ønsker hun og partneren å fremme mangfold i næringslivet gjennom investeringene de gjør.

Da Vibeke fikk spørsmålet om hvordan hun og partneren arbeider for å finne gode investeringsobjekter, nevner hun at dette hovedsakelig skjer gjennom diverse nettverk. Gründere tar også kontakt direkte, og de blir kontaktet på forskjellige plattformer hvor deres kompetanse og nettverk ønskes. Hun nevner at de aktivt deltar i økosystemet og stiller opp på ulike gründer- og investorarrangement, i tillegg til å generelt være synlige. Ellers mener de at det å skape synergier er utrolig viktig. De hjelper derfor så godt de kan med å henvise gründere videre til andre investorer dersom prosjektene ikke er innenfor deres mandat eller kompetanse - hun kaller det «*å gi dealflow til andre investorer*».

Vibeke og partneren driver som regel kun i co-investeringer, som betyr at de investerer sammen med andre investorer. De mener nemlig at mangfold ikke bare er viktig i gründerteam, men også hos investorer. Før de går inn i investeringer gjør de alltid en vurdering på hvilke mennesker de må samle for å lykkes. «*Målet med dette er å kvalitetssikre casene vi investerer i basert på investorteamet*», påpeker hun.



### Investeringer i kvinnelige teknologientreprenører

Vibeke og partneren hennes investerer i dag i overkant av 40 selskaper, hvor halvparten av dem enten har kvinnelige gründere eller medgründere. «*Vi skulle gjerne investert i enda flere kvinner, men vi opplever at det er mange flere menn som kommer til oss enn kvinner*», legger hun til.

Når det kommer til erfaringer i å investere i kvinnelige teknologientreprenører, opplever hun at kvinner er veldig dyktige i det de gjør, men at de har vanskeligheter for å uttrykke hvor flinke de er. I tillegg mener hun at kvinner som regel bruker lengre tid til å bli komfortable med investorene enn det menn gjør. «*Menn er også mer foroverlent, og det er lett for å ville investere i dem allerede etter første møtet på bakgrunn av dette. Med kvinner derimot, kan denne prosessen ta litt lengre tid*», legger hun til. Hun forteller at man må være veldig trygg på at det man presenterer er godt nok, og at man, spesielt som kvinne, burde være mer framoverlent med investorer de søker kapital hos. Videre nevner hun at hun i evalueringsprosesser av gründere som oftest må «*trekke litt fra for menn, mens hos kvinner må man legge litt til*».

### Erfaringer fra investorforum og gründerarrangement

Vibeke opplever at det er forskjeller knyttet til hvordan kvinnelige og mannlige gründere presenterer seg, og hvordan de blir oppfattet og vurdert. Hun mener menn er mer offensive, fremoverlente og tøffere, samt mer vågale og modige. Hun poengterer «*dette mener jeg fordi de etter en 15 minutters pitch kan komme til oss og si, nå investerer dere vel? Dette tror jeg aldri en kvinne ville gjort, i hvert fall er dette noe jeg aldri har opplevd*». Hun legger til at kvinner ofte er veldig dyktig faglig og flinkere enn menn i å være tydelig på bedriftens verdi og hvilket problem de skal løse, men at de generelt sett er mer usikker på seg selv og det å eie selskapet. «*Av og til opplever jeg at kvinner er mer usikre på det å eie selskapet sitt. Menn selger nødvendigvis ikke de beste løsningene, men produktet kan fremstå som bedre på bakgrunn av deres offensive fremstilling av det*».

Dette kan også ligge litt på investorene mener hun, da hun har opplevd at investorene stiller passive spørsmål til kvinnelige gründere, og aktive spørsmål til mannlige gründere, «*og det er veldig dumt da de kvinnelige gründerne får litt mer negative ladde spørsmål enn menn*», legger hun til. Det er litt uklart hva informantene mente som passive og aktive spørsmål, men det kan tolkes som at investorer gjerne spør menn aktivt om bedriftens strategi og ambisjoner, mens at de med kvinner stiller passive spørsmål om bedriften for å få svar om mer personlige

planer, som for eksempel etableringsplaner. Årsaken til at hun tror det er slik, er at alle rollemodeller og suksesshistorier er av mannlige gründere, og at det da skaper en underliggende bias som gjør at menn generelt sett favoriseres hos investorene.

### Fremskaffing av kapital og nettverksbygging

Når hun kommer inn på hva hun mener er viktig for kvinnelige gründere å tenke på ved fremskaffing av kapital og nettverksbygging, forteller hun;

*«Det jeg tenker er veldig viktig er å identifisere hvem kunden er - Hvem det er du lager produktet eller tjenesten for. I tillegg må de finne ut hvilke personer de ønsker å ha med seg på reisen».* Hun sier også at man må være veldig tydelig på hva man trenger for å lykkes. Selv mener hun at nettverk er noe av det viktigste, og at man derfor ikke må være redde for å henvende seg, *«det er okay å ikke få svar»*, legger hun til. Videre forteller hun viktigheten av å være synlig og frempå, og at alle gründere har god nytte av å delta på scenene for å få oppmerksomhet.

Andre viktige faktorer hun nevner er generell kunnskap og det å lese seg opp - ikke bare det som er viktig i forbindelse med bedriften en starter, men også annen informasjon; *«få input fra verden og kunnskap fra bøker. Jeg tror mange har stor nytte av å være litt oppdatert».*

Når det gjelder erfaringer i hvordan hun opplever kvinner er i forhold til menn ved selve kapitalsøkingen, forteller hun at kvinner generelt sett priser seg lavere enn menn, og at de ikke er like offensive. En annen interessant faktor hun beskriver er at kvinner burde stole mer på seg selv og sin magefølelse heller enn å la seg rådgi av andre og stole «blindt» på dem.

*«I ett case hadde en kvinnelig gründer en rådgiver som takket nei til tilbudet vi ga fordi han ville presse prisen. Det var synd at hun hørte på rådgiveren og ikke skjønnte verdien av å ha oss med på teamet. Hun fokuserte heller å holde på den høye prisen».*

### Refleksjoner rundt problemstillingene

*«Jeg lurer på om at norske kvinner lider av syndromet at de ikke står opp for seg selv og selskapet tydelig nok»*, forteller Vibeke. Hun oppfatter det også slik at kvinner generelt sett ikke tørr å si at de skal ha de beste med på teamet deres. Videre sier hun at man må ha høye mål, og at man er nødt til å ha med seg mennesker på teamet som gjør at sannsynligheten for å lykkes øker enn dersom de ikke var med; *«de burde alle stole på at deres selskap er av så høy kvalitet at de kun skal ha de aller beste med på laget».* Hun legger til at kvinner ofte er mer passive og ikke tørr å si det de ønsker, *«eller kanskje de er fornøyde med small-medium*

*businesses. (...) Kvinner har gjerne ikke like høye mål som menn fordi de ikke tørr å ofre like mye». Hun nevner at det «behagelige» og trygge livet vi kan leve i Norge ved å være ansatt, i tillegg til janteloven kan være grunner som forårsaker dette. Videre forteller hun; «som gründer kan man ikke være innstilt på å jobbe fra kl. 8-16. Man må ha et 24/7 utgangspunkt i starten av et selskap. (...) Man må være ambisiøs, ha høye mål og være synlig».*

Hun påpeker at det å være på fremsiden i finansavisen absolutt har en effekt; «*man må være synlig når man skal ut og hente penger eller for få dyktige folk til å jobbe for deg. Det er også en viktig faktor for å få investorer på deres side*».

Til slutt legger hun til; «*du kan ikke være flink pike. Du må være the worlds best! Du må virkelig akselerere og ikke undersøke deg selv*».

### Maskuline vs. feminine egenskaper

Når det gjelder spørsmålet; Finnes det «feminine egenskaper» du mener er viktige som gründer for å lykkes ved søking av kapital, svarer Vibeke; «*det finnes det. Kvinner er flinke til å vise sårbarhet. Dette er en fordel for å selge prosjektet sitt*». Hun mener at dersom gründeren legger hjertet sitt i prosjektet, kan det, sammen med et godt team, føre til at de kommer langt og at veien til å lykkes blir kortere.

Vibeke har også opplevd flere kvinnelige gründerer som oppfører seg maskulint og som «tøffer seg opp». Dette er noe hun mener blir helt feil. Hun påpeker at de som kan selskapet sitt, markedet sitt og kundene sine godt nok, ikke har et behov for å være tøff. «*Hvorfor skal man tøffe seg og være ufin i munnen? For meg er dette helt feil. Man skal ikke endre seg fordi man er kvinne*».

### Avslutningsvis

Når Vibeke blir spurt om det er noe hun ønsker å legge til før intervjuet avsluttes, forteller hun;

«*Jeg tror det er veldig viktig at vi i Norge ser noen kvinnelige rollemodeller. Det er primært menn som fronter selskapene vi ser og hører om. Jeg håper at vi blir flinkere til å synliggjøre kvinner som gjør en fantastisk jobb, og viser andre kvinner at det faktisk går an å være best i klassen i Norge og være kvinne*».

Hun mener dette også gjelder kvinnelige investorer; «vi trenger også å fronte kvinnelige investorer. Det er helt avgjørende for kvinnelige investorer for å tørre å være i gamet over lang tid».

### Oppsummert

Oppsummert viser analysen at kvinnelige teknologientreprenører er utrolig dyktige i det de gjør, men at de gjerne ikke er flinke nok til å vise det. De bruker generelt lengre tid til å bli trygge med investorene, og er tilbaketrukket i forhold til menn. For å lykkes og for å få med viktige personer som kan hjelpe bedriften i å oppnå suksess, er det viktig å ha høye mål, akselerere, og ikke undersøke seg selv. En annen viktig faktor er det å være synlig og stå opp for seg selv og selskapet. Det å være synlig er også utrolig viktig for fremtidige gründere for å vise at man kan lykkes som kvinnelig gründer innenfor bransjen. Videre trekker investoren frem faktorer som gir grunnlag til å anta at det vil være viktig å øke kvinners selvtillit ved å utfordre dem til å gå utenfor komfortsonen, og skape en kultur hvor det er greit å prøve og feile.

## 5. Drøfting

I dette kapittel vil resultatene fra kapittel 4, resultat og analyse, drøftes opp mot problemstillingen - investorens erfaringer og refleksjoner vil drøftes mot gründernes oppfatninger, og forskjeller og likheter fra litteratur og teori vil presenteres og diskuteres. I enkelte tilfeller vil noen av informantene trekkes frem å for å illustrere funnene, men hovedsakelig vil resultatene fra informantene drøftes under ett.

For å få frem drøftingen på en mest mulig ryddig og systematisk måte, bygges kapittelet opp med utgangspunkt i det teoretiske rammeverket beskrevet i kapittel 1.1. Det deles inn i følgende delkapitler:

Gründernes bakgrunn, oppfatning av teknologibransjen, hverdagen og nettverk, innhenting av kapital, troen på seg selv, kultur, holdninger og rollemodeller, og til slutt likhetseffekten.

### 5.1 Gründernes bakgrunn

Analysen indikerer at gründere er opptatte av å lykkes, at de har høy stå på-vilje og ambisjoner, samt at de handler på mulighetsrom. De frykter ikke å gjøre det som må til for å

oppnå satte mål. Dette er egenskaper Hamilton beskriver som viktige for gründere å lykkes (2013).

Forenlig med Marlow og McAdam (2012) sin studie fremkommer det ofte at familiens påvirkningskraft gjenspeiles i menneskenes handlinger og identitet. Påvirkningen er som regel positiv, men kan også virke begrensende i forhold til blant annet holdninger til karrierevalg og utdanning.

Fra intervjuene fremkommer det at påvirkningen fra familie og nære relasjoner har vært positiv, og samtlige av gründerne trekker frem personer i familien som er og har vært av stor betydning for ambisjonene og utviklingen deres. Det er spesielt fedre eller bestefedre som blir trukket frem i denne sammenhengen, og flere nevner at de har vært særlig viktig for dem når det kom til valg av karriere og deres interesse i teknologi. Analysen indikerer at det hovedsakelig er mannlige roller som nevnes, noe som kan være et resultat av at de mest fremtredende rollene i arbeidssammenheng er besatt av menn og ikke kvinner. Dette vil mulig kunne endre seg i fremtiden da det i dag er flere kvinner med høyere utdanning og som generelt er mer aktiv i næringslivet.

## 5.2 Oppfatning av teknologibransjen, hverdagen og nettverk

Ifølge Hamilton (2013) betraktes det å være gründer som en maskulin aktivitet. Egenskaper som risikovillig, ambisiøs, selvstendig og fremoverlent regnes som maskuline. Funn fra analysen tyder derfor at måten gründerne omtaler bedriften deres og seg selv på har en maskulin tilnærming. Om denne fremtoningen kan skyldes at de tilpasser seg miljøet og bransjen de er i, eller om det kommer av personligheten deres i gründerrollen kan diskuteres, men at det utfordrer den sosiale fremstillingen av kjønn, ved å både inneha maskuline samt feminine egenskaper, er sikkert (Hamilton, 2013).

For flere av gründerne er det av stor betydning å være dyktig i jobben og oppnå gode resultater. Analysen indikerer at dersom man som kvinnelig teknologigründer skal få respekt, anerkjennelse og bli tatt seriøst fra kollegaer og andre i bransjen, kreves det å ta plass og være tydelig. Flere av gründerne føler at de må markere seg ekstra av den grunn, noe som da kan oppfattes at de ikke kun er opptatte å være god for sin egen del, men at det kan være en effekt av bransjen de er i. Dette kan være en konsekvens av diverse fordommer basert på det kvinnelige kjønn, samt at kvinner i alle år har vært underrepresentert både i media og i

forskning (Ljunggren, 2010). Det tyder på at det dermed kan oppleves som særlig utfordrende for kvinner å bli gründer i den mannsdominerte teknologibransjen.

Dette stemmer delvis med informasjonen informantene oppgir i denne studien. Flere av gründerne opplever fordommer basert på sitt kjønn, spesielt når det gjelder å være gründer og de sosiale forventningene som er tilknyttet rollen som mor. Det fremkommer i Marlow og McAdam sin studie (2012) at kvinnelige gründerne opplever det som krevende å oppfylle forventningene både som mor og gründer.

Likevel tyder analysen på at gründerne i denne studien med barn har funnet en fin balanse mellom de to rollene. Det viser seg også at de fleste ikke bryr seg noe særlig at bransjen de jobber i domineres av menn, og flere forteller at de kan snu dette til deres fordel, spesielt når det gjelder medieoppmerksomhet. Videre indikerer analysen at det kan være lettere for kvinner å imponere i teknologibransjen, da forventningene til dem lavere enn for menn.

Dette videreføres også i nettverkssammenheng, på bakgrunn av at kvinnelige gründerne lettere blir lagt merke til.

Investor Vibekes påstand om viktigheten av å være aktiv i bransjen som kvinnelig teknologigründer, i form av synlighet og det å delta på nettverksarrangement stemmer overens med gründerne sine beskrivelser. Det oppfattes som at de kvinnelige gründerne i denne studien er opptatte av å bygge seg et solid nettverk, både i profesjonell og privat sammenheng, som kan være hjelpelig i bedriftens fremgang. Det vises også at de verdsetter disse relasjonene høyt da det er svært få kvinner i teknologibransjen, og at de dermed er relativt «alene».

### 5.3 Innhenting av kapital

Analysen indikerer at man som kvinne må jobbe ekstra hardt ved innhenting av kapital, blant annet fordi menn allerede har den innebygde kredibiliteten. I tillegg assosieres ikke entreprenørskap med kvinnelige egenskaper, men heller maskuline egenskaper, som blant annet dominerende, påståelig og fremoverlent (Bem, 1981). I følge Kray og kolleger (2001) vises det at forventninger til atferd i forhandlinger generelt sett synes å favorisere menn, da det dominerende bildet av en suksessfull forhandler hovedsakelig består av maskuline trekk. Det kan derfor tenkes at kvinner i større grad burde opptre med det som ansees som maskuline egenskaper, noe som stemmer overens med det studiens investor påpeker, nemlig at kvinner blant annet bør være mer framoverlent og offensiv. Dette står i kontrast med sosial

rolleteori. Det er nemlig skapt forventninger til menn og kvinner i dagens samfunn om hvordan man som menneske skal opptre ut ifra hvilket kjønn man har. Dersom man som kvinne ikke opptrer i henhold til de kvinnelige rolleforventningene, kan dette oppfattes som negativt. Det samme gjelder for menn som opptrer feminint (Mazei, et al., 2015). At investoren videre forteller at hun opplever det som negativt når kvinner føler at de må endre seg på bakgrunn av kjønnet sitt og være mer maskulin, kan virke motstridende, og det kan dermed tolkes som at kvinner burde opptre med maskuline egenskaper, men på en feminin måte.

#### 5.4 Troen på seg selv

Selv etter at familie, utdanning, alder, inntekt, stilling og kapital er tatt i betraktning, klarer ikke forskere fullt ut å forklare de store observerbare forskjellene i antall menn og kvinner som starter for seg selv. Det er likevel to hypoteser som forskere trekker frem som mulige forklaringer. Disse går ut på i hvor trygghetssøkende kvinner og menn er, samt forskjeller i hvorvidt man tiltrekkes av konkurransesituasjoner eller ikke. Flere studier innen psykologi og adferdsøkonomi viser at menn generelt sett er mer risikoadverse og har større tro på seg selv i sine ferdigheter og i større grad søker risikosituasjoner enn kvinner (Hamilton, 2013).

Dette er noe som både gründerne og investoren i studien trekker frem. Ord som dårlig selvtillit, forsiktige, empatiske, samt for forståelsesfulle og samvittighetsfulle er beskrivelser som ble brukt da vi i intervjuene snakket om egenskaper mange kvinner har, og som kan være uheldig i noen sammenhenger. «*Man kan ikke være for forståelsesfull i forhandlinger. Da vinner man aldri*», og «*vi kvinner må bli flinkere til å vise litt mer albue*», blir det blant annet nevnt.

Samtlige av studiens informanter nevner at kvinner burde lære seg å satse mer, og ikke være redde for å feile. De trekker frem at dette burde være et fokus fra tidlig alder, og at man burde lære dette både hjemme og på skolen. Flere tror at kvinners lave selvtillit holder dem tilbake.

Likevel påpeker investoren at kvinner har mange positive egenskaper som kan være til nytte i gründertilværelsen. Hun mener at kvinner generelt tenker mer langsiktig, er mer imøtekommende, og tørr å vise sårbarhet. Dette er egenskaper som er med på å bygge gode relasjoner (Mazei, et al., 2015). Det kan derfor tenkes at dette er en av grunnene til det gode og solide nettverket de kvinnelige gründerne har skaffet seg.

## 5.5 Kultur, holdninger og rollemodeller

Man skal ikke lengre enn 60-70 år tilbake i tid for å finne at de aller fleste kvinnene var husmødre og tok seg av hjem og barn. Det er altså ikke lenge siden at det var vanlig for kvinner å være hjemmeværende og ikke i jobb. Selv om vi har kommet langt i dag, og det er mer uvanlig å treffe på kvinner som ikke jobber enn det motsatte, er holdningen når det gjelder kjønn og arbeidsliv den samme hos mange. Kvinner er fortsatt hovedansvarlig for hus og barn, mens menn er forsørgere (Hamilton, 2013).

At kvinner er selvstendig næringsdrivende, spesielt i teknologibransjen, kan sammenlignes med tiden da kvinner først begynte å jobbe - antallet er svært få. Dette tyder på at det er viktig å få flere jenter til å velge en teknologisk utdanning. Studien utført av OECD (2019) underbygger denne påstanden, da den hevder det er enda viktigere for kvinner å ha dokumenterbare kvalifikasjoner når de blir gründere enn menn, på bakgrunn av at de utfordringene de ellers opplever med å få finansiering reduseres. Erfaring og utdanning viser seg nemlig å gi viktige signal til potensielle investorer.

Det at kvinner ikke har vært i arbeidslivet, kombinert med at de i alle år har blitt underrepresentert i media og forskning, fører til at det er svært få kvinnelige rollemodeller å se opp til. At det finnes få kvinnelige rollemodeller, trekkes frem gang på gang gjennom intervjuene. Ifølge informantene er det slik at når det ikke finnes noen rollemodeller å se opp til og som viser at man kan lykkes som kvinnelig gründer, kan dette skape frykt hos kvinner i å tørre å starte for seg selv. Det fører også til forutinntatte holdninger hos investorer, da det kan virke mer risikofylt å satse på kvinnelige gründere, som historisk sett har mindre erfaring enn menn.

Ved å normalisere kvinnelig entreprenørskap og redusere risikoen for kvinner som ønsker å bli gründere, gjennom å promotere kvinnelige rollemodeller, vil dette trolig kunne ha positive konsekvenser for fremtidige kvinnelige gründere (Segrest et al. 2006). «*If you can see it, you can be it*», slik Tone nevner.

Videre er det viktig å øke kvinners selvtillit ved å skape kultur for å ha det ubehagelig, og hvor det er greit å feile.



## 5.6 Likhets-effekten

Opplysningene fra informantene og teorien Cialdini nevner i sin studie, gir grunnlag til å anta at prinsippet om likhet gjør seg aktuell hos investorer. Likhets-effekten vil kunne føre til diskriminering og urettferdig behandling ettersom at man generelt er mer tilbøyelig til å godta forespørsler fra mennesker som deler likhetstrekk med en selv (Cialdini, 2011). Dette betyr at menn vil ha en fordel når det gjelder kapitalinnhenting hos investorer, da de aller fleste investorer i norsk næringsliv er menn, og av den grunn også vil favorisere andre menn. Utdanning og bakgrunn er faktorer som påvirker likhets-effekten, og når utdanning og erfaring i tillegg er kjønnsdelt, kan dette forsterke at menn hovedsakelig investerer i menn (Cialdini, 2011).

Ettersom at hver av gründerne i denne studien har klart å innhente all kapital de har ønsket, kan ikke funnene fra analysen underbygge denne teorien når det gjelder kapitalinnhenting. Når det kommer til det å være kvinne i en mannsdominert bransje derimot, tilsier funnene at likhets-effekten er reell, og støtter dermed denne teorien. Det kommer nemlig tydelig frem at flere av gründerne føler at de må tilpasse seg for å bli oppfattet på måten de ønsker på bakgrunn av sitt kjønn og det dominerende antallet menn.

## 6. Konklusjon

### 6.1 Konklusjon

Studiens formål har vært å innhente kunnskap om hvilke utfordringer norske kvinnelige teknologigründere opplever i en mannsdominert bransje, samt erfaringer ved tilgang til rollemodeller, nettverksbygging og innhenting av kapital. Erfaringer og refleksjoner fra dybdeintervju med både kvinnelige gründere og en investor, ble hovedgrunnlaget for å besvare følgende problemstillinger:

*Hvilke utfordringer opplever kvinnelige gründere i den mannsdominerte teknologibransjen?*

*Hvilke erfaringer har de med tilgang til rollemodeller, nettverk og kapital?*

Under intervjuene var det ønskelig at informantene skulle ha muligheten til å fortelle historiene og erfaringene deres så fritt som mulig, og ikke minst ha muligheten til å trekke frem faktorer de selv mente var betydningsfulle. Noen aspekter har vært utfordrende å plassere, og informasjon i kapitlene kan dermed fremstå som noe overlappende.

For å besvare på problemstillingene har det vært nyttig å undersøke hvordan oppfatningen av kjønn spiller inn i den tekniske bransjen, og hvilken konsekvens dette har hatt for kvinnelige gründere. Gründere med forskjellig bakgrunn og utdanning, men som opererer innen teknologi, samt en investor er valgt som studiens informanter. Utvalget bidrar til et utfyllende bilde av kvinnelige teknologigründere, og svarene deres viser til klare fellestrekk på tross av alder, utdanning og bakgrunn. Alle gründerne i studien har levd en innholdsrik entreprenøriell reise med både oppturer og utfordringer jobben medbringer. De har lært og utviklet seg, og fremstår som engasjerte og stolte av sin læringsprosess.

Hovedfunn fra analysen og drøftingen er oppsummert for å besvare studiens problemstilling:

Det er ingen tvil om at kvinnelige gründere opplever fordommer og utfordringer basert på deres kjønn. Dette har ført til at de i stor grad føler de er nødt til å opptre best mulig i jobben deres for å oppnå annerkjennelse og respekt av andre i bransjen. Dette, i tillegg til det faktum at kjønn bekreftes når det snakkes om kvinnelige gründere, og at de ikke bare fremstilles som «gründer», er kjønnsforskjeller som er forankret i sosiale forventinger, samt forutinntatte holdninger til det kvinnelige kjønn.

En positiv faktor er at de kvinnelige gründerne i flere sammenhenger kan bruke at de er minoriteten i bransjen til sin fordel, blant annet i form av å få økt oppmerksomhet både på nettverksarrangementer og i media.

De kvinnelige gründerne i denne studien tenker ikke stort over det å være kvinne i en mannsdominert bransje, og skremmes i hvert fall ikke av det. De fremstiller seg selv som selvsikre, målbevisste og tilpasningsdyktige. Likevel nevner flere av dem at de stadig opplever utfordringer basert på sitt kjønn, utfordringer som kommer av tradisjonelle sosiale forventinger til det å være kvinne.

I flere av temaene i analysen kan man tolke noen logiske brister. Det nevnes blant annet at de kvinnelige gründerne ikke opplever mye diskriminering tilknyttet kjønn, men at de likevel må tilpasse seg for å oppnå annerkjennelse og respekt, gjerne ved å opptre mer maskulint enn de er naturlig, samt å delta i humor de vanligvis ikke ville tatt del i. Erfaringene deres tilsier at menn ikke har tillit til at kvinner kan prestere i teknologibransjen, og at de undervurderer deres kompetanse og potensial. Måten informantene håndterer denne undervurderingen er med humor, og ved å le det bort. Dette kan tolkes på to måter; enten ønsker de ikke å innrømme at de blir diskriminert, eller så får det dem til å føle seg konkurransedyktig og mektig.

En faktor som ser ut til å ha stor betydning er hvorvidt man er oppvokst med forbilder av samme kjønn. Sosiale nettverk og rollemodeller bidrar i stor grad når det gjelder å forklare de store observerbare forskjellene når det gjelder hvorvidt kvinner oppnår suksess som gründere. Det faktum at det tradisjonelt sett har vært betydelig flere mannlige gründere enn kvinnelige, kan forklare hvorfor det i dag også er flere mannlige gründere enn kvinnelige. Holdninger, interesser og ikke minst forbilder man får tidlig i livet kan bety mye for fremtidig kvinnelige gründere.

## 6.2 Praktiske implikasjoner

Det vil være viktig å fokusere på å jevne ut kjønnsforskjellene ved å være bevisste på dem, samt stereotyper, slik at man i mindre grad lar seg påvirke av dem eller bruker dem til sin fordel. Det vil også være viktig å få flere jenter til å velge en utdanning og karriere innen teknologi, noe som må gjøres ved å ufarliggjøre det å være kvinnelig gründer. Forskere og media må derfor øke interessen for entreprenørielle erfaringer hos kvinnelige gründere. Man vil kunne oppnå en dypere og mer nøyaktig forståelse ved å inkludere gründers kontekstuelle faktorer, som for eksempel bakgrunn, historie, samt sosiale, kulturelle og institusjonelle forhold. Dette inkluderer blant annet bransjen og industrien de er en del av, samt lover og kulturelle normer.

Ved å belyse kvinner og normalisere kvinnelige gründere i teknologibransjen, vil det gi en mulighet til å skape rollemodeller til kvinner som ønsker å bli gründere eller jobbe innen teknologi. Videre vil det også ufarliggjøre å investere i gründere i denne kategorien. Dette, da man kan være trygge på at det går an å lykkes som kvinne også. Samtidig er det, på bakgrunn av teori og informantenes erfaringer, grunn til å anta at kjønnsforskjellene ville vært mindre dersom fordelingen av kjønn blant investorene var mer likestilt.

En siste faktor som er viktig å nevne, nemlig det å bygge opp selvtillit og selvbildet hos barn allerede tidlig i barndommen. Dette, gjennom å la dem prøve å feile og å bli vant til å gå ut av komfortsonen for å lære å tørre å satse i senere alder.

Avslutningsvis ønsker jeg å trekke frem en setning som investor Vibeke sa: «*Don't fix the women, fix the ecosystem*».

### 6.3 Forslag til videre forskning

Denne studien bidrar med informasjon hvilke barrierer kvinnelige gründere opplever i den mannsdominerte teknologibransjen, og trekker frem erfaringer de har ved innhenting av kapital, rollemodeller og nettverk. Dette er et bredt spekter av fenomener som bør forskes mer på for å få en ytterligere forståelse.

Følgende er en liste over fenomener og temaer som anbefales å forskes videre på:

- Ett av studiens funn var at de rene kvinnelige gründerteamene kun hadde innhentet kapital fra det offentlige, eller hadde valgt å få inn kapital gjennom betalt jobb hos en kunde, mens gründerteamene som var kjønnsbalanserte i tillegg hadde innhentet investormidler hos private investorer. Om dette er tilfeldighet eller fakta er usikkert og burde forskes mer på. Spiller sammensettingen av kjønn i gründerteamet rolle i hvorvidt de søker kapital fra private investorer?
- På bakgrunn av studien beskrevet i kapittel 2.4.5, kan det være hensiktsmessig å undersøke om presentasjonsmetodikken til kvinnelige gründere har påvirkning i hvor mye kapital investorene ønsker å investere i dem.
- Det foreslås å forskes nærmere på de logiske bristene som ble analysert. Skjuler kvinner at de blir diskriminert? Hvorfor gjør de det?
- I hvilke situasjoner er kvinnelige teknologigründeres feminine og maskuline egenskaper fremtredende?

## 7. Referanseliste

- Altinn (2021) *Finansieringsguiden – en innføring i investorers tankesett i finansieringsprosessen*. Tilgjengelig fra: <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/Finansieringsguiden.pdf> (lest 05.05.21)
- Alsos, G. Agnete (2006). *Barrierer for kvinners entreprenørskap*. Nordlands Forskning. Tilgjengelig fra: [http://www.nordlandsforskning.no/getfile.php/133018-1412764186/Dokumenter/Arbeidsnotater/2006/Notat\\_1009\\_2006.pdf](http://www.nordlandsforskning.no/getfile.php/133018-1412764186/Dokumenter/Arbeidsnotater/2006/Notat_1009_2006.pdf) (lest 21.12.20)
- Bem, S. L. (1981). *Bem sex role inventory*. Palo Alto, CA: Mind Garden
- Brooks, A., Huang, L., Kearney, S. & Murray, F. (2014) *Investors prefer entrepreneurial ventures pitched by attractive men*. National Academy of Sciences. Tilgjengelig fra: <https://doi.org/10.1073/pnas.1321202111> (lest 03.05.21)
- Brugrand, C. Skjær (2019). *Investeringer i kvinnelige gründere på stedet hvil*. Tilgjengelig fra: <https://www.dagensperspektiv.no/artikkel/4857/122344> (lest 10.12.20)
- Brush, C., Greene, P, Balachandra, L. & Davis, A. (2017). *The gender gap in venture capital-progress, problems, and perspective*. Babson College: Center for Women's Entrepreneurial Leadership (lest 12.11.20)
- Caldwell, D. F., & Burger, J. M. (1998). Personality characteristics of job applicants and success in screening interviews. *Personnel Psychology*, 51, 119–137. <http://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1998.tb00718.x>
- Cialdini, Robert B. (2011). *Påvirkning: teori og praksis*. (2nd ed.). Oslo: Abstrakt Forlag AS
- Dagens Næringsliv (2019) *Innlegg: nok snakk – flere kvinner i tech, takk!* Tilgjengelig fra: <https://www.dn.no/teknologi/innlegg-nok-snakk-flere-kvinner-i-tech-takk/2-1-595552> (lest 18.12.20)
- Eagly, A.H. & Wood, W. (2012). *Social role theory*. I P.A.M. van Lange, A.W. Kruglanski & E.T. Higgins (red.), *Handbook of theories in social psychology* (s. 458–476). Thousands Oaks: Sage Publications (lest 31.03.21).
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., Jackson, Paul R. & Jaspersen, Lena J. (2018). *Management & Business Research* (6<sup>th</sup> ed.) SAGE Publications Ltd.
- Entrepedia (2021). *Finansiering i oppstartsfasen*. Tilgjengelig fra: <https://www.entrepedia.com/no/moduler/oppstarten/finansiering-i-oppstartsfasen/> (lest 03.05.21)
- Eriksen, K. (2018). *INNOVASJON NORGES GRÜNDERSTØTTE - Innovasjon Norge gir mest til mannlige gründere*. Digi.no. Tilgjengelig fra: <https://www.digi.no/artikler/innovasjon-norgegir-mest-til-mannlige-grundere/435151> (lest 20.12.20)
- Fangen, K. (2015) *Kvalitativ Metode*. Tilgjengelig fra: <https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvalitativ-metode/> (lest 31.03.21)
- Forskning.no (2020) *Kvinner som velger realfag, havner oftest i medisinske yrker*. Tilgjengelig fra: <https://forskning.no/medisiner-ntb-utdanning/kvinner-som-velger-realfag-havner-oftest-i-medisinske-yrker/1636632> (lest 05.03.21)

- Forskningsrådet (2021). *Kva gjer forskningsrådet?* Tilgjengelig fra: <https://www.forskningsradet.no/om-forskningsradet/oppgaver-organisering/om-forskningsradet/> (lest 04.05.21)
- Gramnæs, K. (2019). *Forhandlinger / Disse 3 utfordringene er større for kvinner.* Tilgjengelig fra: <https://www.dagensperspektiv.no/ledelse/2019/3-utfordringer-spesielt-kvinner-moter> (lest 30.03.21)
- Grande, T. S. & Nybø, I. (2017). Representantforslag 62 S. *Representantforslag fra stortingsrepresentantene Trine Skei Grande og Iselin Nybø om nye tiltak for å fremme likestilling.* Tilgjengelig fra: <https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/representantforslag/2016-2017/dok8-201617-062s.pdf> (lest 20.12.20)
- Gripsrud, G., Olsson, U. H., & Silkoset, R. (2016). *Metode og dataanalyse* (3rd ed.). Cappelen Damm AS.
- Hamilton, E. (2013). The discourse of entrepreneurial masculinities (and femininities). *Entrepreneurship & Regional Development*, 25 (1-2): 90-99 (lest 19.12.20)
- Innovasjon Norge (2015) Delrapport Drømmeløftet mai 2015: *Gründere og oppstartsbedrifter.* Tilgjengelig fra: <https://www.uio.no/studier/emner/matnat/sfe/ENT4300/v20/pensumliste/grundere-og-oppstartsbedrifter.pdf> (lest 01.06.21)
- Innovasjon Norge (2021) *Hva gjør vi?* Tilgjengelig fra: <https://www.innovasjon norge.no/no/om/hva-gjor-vi/kort-om-oss/> (lest 04.05.21)
- Investinor. (2015). *Her er kvinneandelen 0,99 prosent.* Dn.no: Dagens næringsliv. Tilgjengelig fra: <https://www.dn.no/her-er-kvinneandelen-099-prosent/1-1-5486759> (lest 18.12.20)
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: innføring i samfunnsvitenskapelig metode.* Kristiansand: Høyskoleforlaget (lest 05.10.20)
- Johannessen, A., Kristoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag.* Oslo: Abstrakt.
- Lechner, C. and Dowling, M. (2003), “Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 15, pp. 1–26. Tilgjengelig fra: <https://doi.org/10.1080/08985620210159220> (lest 01.06.21)
- Lefkowitz, J. (2000). *The role of interpersonal affective regard in supervisory performance ratings: A literature review and proposed causal model.* *Journal of Occupational and Organizational*, 73(1), 67–85. Tilgjengelig fra <http://doi.org/10.1348/096317900166886> (lest 30.03.21)
- Ljunggren, E (2003) *Entreprenørskap og kjønn. En kunnskapsreise mellom to perspektiver: fra individ til relasjon.* Umeå: Umeå Universitet. (lest 05.12.20)
- Ljunggren, E., Alsos, G. A. & Jensen, R. S. (2010). *Urealistisk politikk for kvinnelige gründere: Forskning.no.* Tilgjengelig fra:

<https://forskning.no/meninger/kronikk/2010/10/urealistisk-politikk-kvinnelige-grundere> (lest 20.12.20)

Løkke, E. (2019) *Hva er entreprenørskap?* Tilgjengelig fra: <https://www.civita.no/politisk-ordbok/hva-er-entreprenorskap> (lest 02.05.21)

Lønnå, E. (2020) *Kvinnens rettigheter i Norge fra 1945 til 1990-årene*. Tilgjengelig fra [https://snl.no/Kvinnens rettigheter i Norge fra 1945 til 1990-årene](https://snl.no/Kvinnens_rettigheter_i_Norge_fra_1945_til_1990-arene) (lest 05.03.2021)

Mamabolo, A. & Myres, K. (2020). *A systematic literature review of skills required in the different phases of the entrepreneurial process*. Tilgjengelig fra: <https://doi.org/10.1080/13215906.2020.1730230> (lest 01.06.21)

Marlow, S. & McAdam, M. (2012). Analyzing the influence of gender upon high-technology venturing within the context of business incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 36 No. 4, pp. 655-676 (lest 19.12.20)

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*, 21 (4): 539-556 (lest 17.12.20)

Mazei, J., Hüffmeier, J., Freund, P.A., Stuhlmacher, A.F., Bilke, L. & Hertel, G. (2015). *A meta-analysis on gender differences in negotiation outcomes and their moderators*. *Psychological Bulletin*, 141, 85–104 (lest 31.03.21)

Nordvik, H., & Langvik, E. (2011). *Metoder i personellutvelgelse*. In P. Ø. Saksvik (Ed.), *Arbeids- og organisasjonspsykologi – aktuelle tema til inspirasjon for et bedre arbeidsliv* (3rd ed., pp. 235–266). Cappelen Damm AS (lest 29.03.21)

Regjeringen (2018). *Menn og kvinner i norske regjeringer 1945-*. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/om-regjeringa/tidligere-regjeringer-og-historie/statistikk/menn-og-kvinner-i-norske-regjeringer-sid/id586906/> (lest 18.12.20)

Regjeringen (2019). *Handlingsplan for kvinnelige gründere*. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/nfd/dokumenter/vedlegg/handlingsplan-for-kvinnelige-grundere.pdf> (lest 29.03.21)

Rosseland, K. Marie. & Lillebostad, B. (2018). *Norske kvinnelige høytteknologigründere: en kvalitativ studie om deres entreprenørielle reise i en mannsdominert bransje*. Tilgjengelig fra: <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/bitstream/handle/11250/2570433/Rosseland%26Lillebostad2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (lest 10.12.20)

Segrest, S. L. P., Perrewé, P. L., Gillespie, T. L., Mayes, B. T., & Ferris, G. R. (2006). *Implicit sources of bias in employment interview judgments and decisions*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 101, 152–167. Tilgjengelig fra: <http://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.06.005> (lest 29.03.21)

Shah, S. K. & Corley K. G. (2006). *Building Better Theory by Bridging the Quantitative Qualitative Divide*. *Journal of management studies* 43(8): 1821-1835. (lest 17.12.20)

Shifter (2017) *Schibsted svarer Olav Nedreliid: Vi investerer ikke i ideer, men i team*. Tilgjengelig fra: <https://shifter.no/olav-nedreliid-rune-rosten-schibsted/schibsted-svarer-olav-nedreliid-vi-investerer-ikke-i-ideer-men-i-team/102510> (lest 30.03.21)



- SkatteFUNN (2021). *Guide til SkatteFUNN*. Tilgjengelig fra: <https://www.skattefunn.no/soknadsguide/> (lest 04.05.21)
- Skorstad, E. (2015). *Rett person på rett plass. Psykologiske metoder i rekruttering og lederutvikling* (2nd ed.). Oslo: Gyldendal Norsk forlag AS.
- Spilling, O. R., Lauritzen, T., Hagen, S. E. & Bjørnåli, E. S. (2011). *Evaluering av handlingsplanen for mer entreprenørskap blant kvinner*. Tilgjengelig fra: <https://nifu.brage.unit.no/nifu-xmlui/bitstream/handle/11250/281692/NIFUrapport2011-20.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (lest 20.12.20)
- Smith, J.A. and Eatough, V. (2006) *Interpretative phenomenological analysis*, Research Methods in Psychology, (3<sup>rd</sup> edn). London: Sage.
- SSB. (2018). *Studenter i høyere utdanning*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/utdanning/statistikker/utuvh> (lest 18.12.20)
- SSB. (2020) *Nyetablerte foretaks overlevelse og vekst*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/fordem> (lest 02.05.21)
- Stortinget. (2017). *Representantforslag om nye tiltak for å fremme likestilling*. kulturkomiteen, f.-o. Stortinget.no Tilgjengelig fra: <https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/representantforslag/2016-2017/dok8-201617-062s.pdf> (lest 20.12.20)
- Strzelecki, T. (2018). *En million ideer: veien fra drøm til å lykkes som gründer*. DNB Nyheter. Tilgjengelig fra: <https://www.dnbnyheter.no/wp-content/uploads/2018/10/En-million-ideer-Veien-fra-dr%C3%B8m-til-%C3%A5-lykkes-som-gr%C3%BCnder.pdf> (lest 20.12.20)
- Teague, B., Gorton, D. & Liu, Y. (2019). *Different pitches for different stages of entrepreneurial development: the practice of pitching to business angels*. Tilgjengelig fra: <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1641977> (lest 01.06.21)
- Thagaard, T. (2009). *Systematikk og innlevelse - en innføring i kvalitativ metode*. Oslo: Fagbokforlaget.
- U.S.News. (2018). *Best Countries for Women*. Tilgjengelig fra: <https://www.usnews.com/news/best-countries/best-women> (lest 19.12.20)
- Venstrekvinnelaget (2020) *Norge trenger flere kvinnelige investorer og gründerne*. Tilgjengelig fra: <https://www.venstrekvinnelaget.no/2020/01/24/norge-trenger-flere-kvinnelige-investorer-og-grundere> (lest 10.10.20)
- West, Candace & Don H. Zimmermann (2002). *Doing Gender*. New York: Routledge (lest 31.03.21)
- Yin, Robert K. (2018). *Case Study Research and Applications, Design and Methods* (6<sup>th</sup> ed.). SAGE Publications Ltd.
- Ørstavik, F. (2019) *Entreprenør*. Tilgjengelig fra: [https://snl.no/entrepren%C3%B8r\\_-\\_innovasjon](https://snl.no/entrepren%C3%B8r_-_innovasjon) (lest 25.04.21)