



Kvindelige iværksættere kan vinde i en krisetid
Der er brug for kvinders måde at drive forretning på, når krisen kradser. Karen Lumholt forudser, at yngre kvinders resultater på bundlinjen kan konkurrere med mændenes

Af Pernille Gustafsson, 4. juni 2009 kl. 04:01

Kvinder er bedre uddannede end mænd, de er mere omkostningsbevidste, og de er lige så gode som mandlige iværksættere til at vokse på antallet af ansatte.

Men kaster man et blik på bundlinjen, så fortæller diverse statistikker, at indtjeningen er dobbelt så stor hos mændene.

[Læs også: Banken sagde ja - Henriette tøvede](#)

Det er blot nogle af de pointer, som journalist, forfatter og iværksætter Karen Lumholt har gravet frem i sin research til bogen "Fra biks til business - når kvinder tænker vækst".

- Kvinders syn på business er mere konservativt end mændenes, og det er gangbart nu, siger Karen Lumholt med tanke på den økonomiske situation.

[Læs også: Iværksættere](#)

Hun mener nemlig ikke, at kvinder kaster sig ud i ufinansierede eventyr, hvor økonomien bunder i en forventning om værdistigninger. Samtidig ser hun en tendens til, at kvinder er gode til at se et behov, inden de kaster sig ud i en forretning.

- Mænd ser mere på, om de hurtigt kan tjene mange penge, siger Karen Lumholt, som dog skynder sig at understrege, at der også findes forsigtige mænd og overmodige kvinder.

Selvsikre kvinder på vej

Hun bygger sine iagttagelser på undersøgelser fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen og Dansk Industri samt interviews med mere end 100 kvindelige ledere og iværksættere.

Her fornemmer hun, at de yngre kvinder har mere selvtillid, og hun forudser, at de kommer til at rykke - især i brancher inden for det sociale-, det miljømæssige og det etiske - såkaldt CSR.

- Hvis man ser på de virksomheder, der bliver etableret af yngre kvinder, så er der flere, der etablerer dem som A/S og ApS, der kræver en vis kapital. Og det er et godt tegn, mener Karen Lumholt.

Hun ser nemlig et A/S eller et ApS som en mere ambitiøs opstart end et personligt ejet selskab, som ikke kræver startkapital, og hvor man hæfter med sin privatøkonomi, hvis tingene går i kage.

Skærp forretningsidéen

Karen Lumholt mener i det hele taget, at kvinderne - for at komme frem - skal opfatte sig selv mere professionelt. De skal skærpe deres forretningsidé, sælge den bedre i banken, ud af deres trygge rammer og netværke mere ambitiøst - og ikke kun med nogle, der ligner dem selv. Med mænd, for eksempel.

Og så skal kvinderne lære at prissætte deres tid højere, pointerer Karen Lumholt.

For selvstændige kvinder tager i snit 75 procent af den pris, som en mand med samme erfaring og uddannelse vil tage for at løse den samme opgave. En problemstilling, som Karen Lumholt kender fra sin egen virksomhed, Lumholt og Stahlschmidt Kommunikation, som hun driver sammen med sin mand, journalist Anders Stahlschmidt.

Han kan sidde på den ene side af bordet og slynge en pris ud på et stykke arbejde, mens hun sidder på den anden og holder igen.

- Og på den måde har jeg måttet tage min egen medicin, siger Karen Lumholt.

Relaterede artikler

[Banken sagde ja - Henriette tøvede](#)

[Iværksættere](#)

[Flere nyheder fra Business](#)

[Tilbage til forsiden](#)

[Fyn Magasin](#)

Business Fyn Magasin

[Kun banken sætter grænser](#) (19/09 04:00)

[Underleverandør på havbunden](#) (19/09 04:00)

[Fælles fodslag mod Lindø](#) (15/09 04:00)

[Fynboen bag verdens dyreste chokolade](#) (10/09 09:47)

[En svamp i chokolade](#) (10/09 09:47)

[Seneste nyt](#)

[Sport](#)

[Business-Fyn](#)

[Odense](#)

[Indland/Fyn](#)

[Udland](#)

[Underholdning](#)

[Assens](#)

[Faaborg-Midtfyn](#)

[Kerteminde](#)

[Middelfart](#)

[Nordfyn](#)

[Nyborg](#)

[Svendborg](#)

[NU](#)