

Gender Differences in Entrepreneurial Communication

Der Anteil **weiblicher Gründerinnen** (female entrepreneurship) liegt noch immer weit hinter dem Anteil männlicher Gründer, wobei in der Forschung hierfür vielfältige Gründe diskutiert werden. Unter anderem zeigen Studien, dass Gründer:innen durch gezielte Kommunikation die Wahrnehmung ihrer Stakeholder aktiv beeinflussen können. Darüber hinaus gewinnen **digitale Kommunikationsplattformen** – insbesondere soziale Medien wie beispielsweise Facebook, Twitter oder Instagram – zunehmend an Bedeutung.

Im Forschungsprojekt „**Gender Differences in Entrepreneurial Communication**“ nähern wir uns der Fragestellung, welche **Bedeutung** digitale Plattformen für Gründer:innen haben, welche Rolle hierbei das **Geschlecht** des Gründers bzw. der Gründerin spielt und inwiefern die digitale Kommunikation von Gründer:innen Einfluss auf den **Unternehmenserfolg eines Start-ups** hat. Im Rahmen eines qualitativen Forschungsprojekts möchten wir u.a. diese Fragen beantworten und untersuchen daher das **digitale Kommunikationsverhalten von Gründer*innen**. Sie haben die Möglichkeit, die digitale Mediennutzung von Gründer:innen zu erforschen und leisten so einen wertvollen Forschungsbeitrag, der sowohl praktische als auch theoretische Implikationen nach sich zieht.

Du brennst ebenfalls für dieses Thema und möchtest dich im Rahmen deiner Abschlussarbeit näher damit befassen? Dann schicke uns doch ein paar Sätze zu deiner Motivation und vereinbare ein Vorgespräch, um über deine mögliche Rolle in diesem spannenden Forschungsprojekt zu sprechen.

Kontakt:

Nadine Albrecht, nadine.albrecht@uni-bayreuth.de