

*Band
12*

Silke Heiss & Kai Externbrink (Hrsg.)

*Bin ich ein Unternehmertyp? Literaturanalyse zum
Stand der Forschung der Unternehmerpersönlichkeit
im Vergleich zur Gründerpersönlichkeit*

~
Kathrin Dosch

iwp Schriftenreihe

FOM
Hochschule

iwp

Institut für Wirtschaftspsychologie
der FOM Hochschule
für Oekonomie & Management

Kathrin Dosch

Bin ich ein Unternehmertyp? Literaturanalyse zum Stand der Forschung der Unternehmerpersönlichkeit im Vergleich zur Gründerpersönlichkeit

iwp Schriftenreihe der FOM, Band 12

Essen 2022

ISBN (Print) 978-3-89275-278-3 ISSN (Print) 2569-0876
ISBN (eBook) 978-3-89275-279-0 ISSN (eBook) 2569-0884

Dieses Werk wird herausgegeben vom iwp Institut für Wirtschaftspsychologie der FOM Hochschule für Oekonomie & Management gGmbH

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2022 by



**Akademie
Verlags- und Druck-
Gesellschaft mbH**

MA Akademie Verlags-
und Druck-Gesellschaft mbH
Leimkugelstraße 6, 45141 Essen
info@mav-verlag.de

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung der MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. Oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

Bin ich ein Unternehmertyp?

Literaturanalyse zum Stand der Forschung der Unternehmerpersönlichkeit im Vergleich
zur Gründerpersönlichkeit

Silke Heiss / Kai Externbrink (Hrsg.)

Kathrin Dosch (Autorin)

Autorenkontakt:
Kathrin Dosch
E-Mail: kathi.dosch@web.de

Vorwort

Das Unternehmertum nimmt eine besondere Funktion in einer Volkswirtschaft ein. Es fördert den gesellschaftlichen Wandel und trägt einen großen Teil zum Wirtschaftswachstum eines Landes durch mehr Investitionen und Innovationen bei. Neue Unternehmen sind aber auch Impulsgeber, die etablierte Unternehmen die eigene Wettbewerbsfähigkeit in Frage stellen lassen und sie somit zu Optimierungen und Weiterentwicklungen antreiben.

Bereits in dieser Einleitung werden zwei Typen im Rahmen des Unternehmertums angesprochen: Personen, die etablierte Unternehmen lenken, sowie Gründerinnen und Gründer eines neuen Unternehmens. Genau hier setzt die Abschlussarbeit von Frau Dosch an. Das Ziel ihrer Untersuchung ist es, anhand einer theoretischen und systematischen Literaturanalyse, die Leitfrage: „Bin ich ein Unternehmertyp? Ein Vergleich der Unternehmerpersönlichkeit zur Gründerpersönlichkeit“ zu beantworten. Dabei reichen die ersten Studien, die die Persönlichkeit von Unternehmerinnen und Unternehmern untersucht haben, bis in die 1960er Jahre zurück. McClelland (1965) konnte zwar bis heute relevante Merkmale herausfinden, doch zeigte sich in weiteren Studien, dass ein Teil der Eigenschaften nicht nur auf erfolgreiche Unternehmerinnen bzw. Unternehmer zutreffen, sondern auch allgemein auf sehr leistungsorientierte Menschen. In den Folgejahren gab es viele weitere Studien, die sich nun auch hinsichtlich der beiden Typen (etablierter) Unternehmer und Gründer in Bezug auf ihre Persönlichkeitseigenschaften beschäftigten.

Frau Dosch hat es sich in ihrer Masterarbeit zur Aufgabe gemacht, diese Vielzahl an Studien mit Fokus auf die Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmerinnen bzw. Unternehmern sowie Gründerinnen und Gründern zusammenzutragen, systematisch zu analysieren und auf dieser Basis einen aktuellen Stand der Forschung darzulegen. Wir freuen uns

sehr, als weitere Masterarbeit in dieser Schriftenreihe erstmalig eine Abschlussarbeit zu veröffentlichen, die als Methode eine systematische Literaturanalyse angewandt hat.

In ihre Literaturanalyse bezog sie dabei sowohl Management- als auch Psychologie-Studien mit ein. Am Ende flossen fast 80 Quellen in die Beschreibung der Gründerpersönlichkeit und fast 60 Quellen in die Unternehmerpersönlichkeit ein. Es wird im gesamten Prozess der theoretischen Literatuarbeit nachvollziehbar dargelegt, anhand welcher Kriterien Frau Dosch die Quellen recherchiert und ausgewählt hat. Die jeweiligen Tabellen als Analyseraster geben hier der Leserin bzw. dem Leser einen schnellen Überblick, wie die einzelnen Studien eingeordnet wurden. Die Einordnung mündet in zwei Abbildungen: eine für die Gründerpersönlichkeit und eine für die Unternehmerpersönlichkeit. Dabei sind alle zugeordneten Studien den jeweiligen Merkmalen (z. B. Leistungsmotivation, Internale Kontrollüberzeugung) zugeordnet und zudem mit plus/minus gekennzeichnet, ob diese zu dem jeweiligen Merkmal in einer positiven oder negativen Beziehung stehen. Die farbliche Kennzeichnung der Merkmale ermöglicht zudem eine schnelle Einordnung, wie stark dieses Merkmal in der Forschung in Zusammenhang mit der jeweiligen Persönlichkeit einzuordnen ist. Diese beiden Abbildungen stellen die Kernergebnisse der Arbeit dar und es wird ersichtlich, wieviel Arbeit hier in die Analyse der einzelnen Quellen investiert wurde und wie dezidiert und gekonnt Frau Dosch es verstanden hat, die reichhaltigen Informationen übersichtlich sowie strukturiert darzustellen.

Frau Dosch berichtet im Weiteren umfassend und gleichzeitig präzise die jeweiligen Studien mit den entsprechenden Ergebnissen zu den beiden Unternehmertypen. Am Ende nimmt sie hierzu auch eine Bewertung der jeweiligen Forschungsarbeiten vor. In der Diskussion beschreibt Frau Dosch kritisch die Limitationen der durchgeführten Literaturanalyse und auch den Einfluss hieraus auf das Ergebnis. Sie schließt die Arbeit mit

sehr interessanten Ansätzen für die weitere Forschung, z. B. die Ausweitung der Forschung auf weitere Einflussfaktoren wie die Familie oder das Studium.

Es bleibt festzuhalten, dass Frau Dosch mit dieser Masterarbeit einen deutlichen Mehrwert für die Wissenschaft und die Praxis erzielt hat.

Essen, im Juli 2022

Prof. Dr. Silke F. Heiss, Dipl.-Psych.

Professorin für Wirtschaftspsychologie an der FOM Hochschule in München (Erstgutachterin der Masterarbeit von Frau Dosch)

Prof. Dr. Kai Externbrink

Direktor des iwip Institut für Wirtschaftspsychologie an der FOM Hochschule in Dortmund

Abstract

Ziel dieser Masterthesis ist es, den aktuellen Forschungsstand der Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit anhand einer systematischen Literaturanalyse zu ermitteln und die beiden Themen anschließend miteinander zu vergleichen. Die Grundlage der Literaturanalyse bilden 55 Forschungsarbeiten, die im Rahmen einer umfangreichen Literaturrecherche ausgewählt wurden. Anschließend wurde die Literatur mit Hilfe einer Konzept-Matrix und einer Literature Map strukturiert. Die Analyse selbst erfolgte anhand zuvor festgelegter Analyseebenen und ergab, dass sich die Literatur zum Thema Gründerpersönlichkeit in erster Linie mit der Untersuchung von Persönlichkeitseigenschaften befasst, anhand derer sich Gründerinnen und Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen lassen. Auch die Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit untersucht hauptsächlich Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer von Nicht-Unternehmern unterscheiden lassen. Darüber hinaus untersucht sowohl die Literatur zur Gründerpersönlichkeit als auch die Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit noch weitere Zusammenhänge und Einflussfaktoren im Hinblick auf die beiden Themen. Die Persönlichkeitseigenschaften, die in den Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit untersucht wurden, decken sich weitestgehend mit den Persönlichkeitseigenschaften, die in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit betrachtet wurden. Die Analyse und der Vergleich des aktuellen Forschungsstandes zur Gründerpersönlichkeit mit dem aktuellen Forschungsstand zur Unternehmerpersönlichkeit ergaben, dass sich sowohl die Unternehmerpersönlichkeit als auch die Gründerpersönlichkeit durch eine hohe Leistungsmotivation, eine hohe Innovationskraft und eine hohe internale Kontrollüberzeugung auszeichnen. Die Unternehmerpersönlichkeit zeichnet sich zudem durch eine hohe Risikobereitschaft, eine hohe Offenheit und eine hohe Extraversion aus.

Herausgeberschaft

Silke Heiss

Prof. Dr. Dipl.-Psych. Silke F. Heiss studierte BWL und Psychologie an der Universität in Regensburg. Nach vierjähriger Selbständigkeit als Unternehmensberaterin begann sie 2005 ihre Industrie-Promotion bei der BMW AG im Bereich Forschung & Entwicklung zum Thema kundenorientierte Produktentwicklung. Danach folgten vier Jahre als Unternehmensberaterin im Bereich Customer-Centered Organization und Customer Centric Strategy.

2012 konnte Silke Heiss erfolgreich das Exist-Gründerstipendium zum Aufbau eines Start-Ups einwerben. Seit Herbst 2013 hat sie die Professur für Wirtschaftspsychologie an der FOM Hochschule für Oekonomie & Management in München inne. Parallel arbeitet Frau Heiss als Organisationsberaterin und Leadership Coach, insbesondere bei Start-Ups in der Wachstumsphase. In Summe war Frau Heiss zudem an mehreren GmbH-Gründungen seit ihrem Studium beteiligt und ist aktuell Mitglied der Geschäftsleitung (Prokuristin) bei der Heiss-Energy GmbH & Co. KG.

Kai Externbrink

Kai Externbrink ist seit dem Sommersemester 2015 hauptberuflich Lehrender an der FOM Hochschule in Dortmund. Er studierte Psychologie an der Ruhr-Universität Bochum mit den Nebenfächern Personalökonomie und Arbeitsrecht. Hier promovierte er auch zum Thema „Führung in Veränderungsprozessen“. Nach dem Studium war er in verschiedenen Unternehmensberatungen in London, Frankfurt am Main und Köln tätig. Seine Praxistätigkeit umfasst alle Fragen der internationalen Managementdiagnostik und Führungskräfteentwicklung. Darüber hinaus verfügt er über eine Weiterbildung zum systemischen Coach.

Parallel zu seiner Beratungstätigkeit leitete er den Studiengang „International Business Psychology“ an der Hochschule Fresenius. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre sind Sozial- und Persönlichkeitspsychologie, Eignungsdiagnostik, Führungspsychologie und Forschungsmethoden.

Autorin

Kathrin Dosch

Kathrin Dosch beendete 2015 ihr duales Bachelorstudium im Studiengang Betriebswirtschaftslehre bei der Landeshauptstadt München. Anschließend war sie dort in unterschiedlichen Positionen tätig und begann ihr berufsbegleitendes Masterstudium an der FOM Hochschule in München im Studiengang Wirtschaftspsychologie mit Schwerpunkt Personalentwicklung. Nach erfolgreichem Abschluss ihres Masterstudiums im Jahr 2017 wechselte sie in die freie Wirtschaft. Aktuell ist sie als Senior Recruiting Consultant in einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in München tätig.

Inhalt

Abstract	VII
Herausgeberschaft	VII
Autorin	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XIV
Tabellenverzeichnis.....	XV
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Theoretische Grundlagen.....	6
2.1 Einführung in die Persönlichkeitspsychologie	6
2.1.1 Begriffsbestimmungen	6
2.1.2 Persönlichkeitstheorien	8
2.1.3 Persönlichkeitsbereiche.....	10
2.1.4 Persönlichkeitsentwicklung.....	12
2.2 Unternehmerisches Handeln.....	14
2.2.1 Der Begriff der Gründerin bzw. des Gründers.....	15
2.2.2 Der Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers	16
2.3 Unternehmensgründung und Unternehmertum aus persönlichkeitspsychologischer Sicht.....	18
3 Methodisches Vorgehen.....	23
3.1 Forschungsziele	23
3.2 Forschungsmethode	24

3.3	Durchführung der Literaturrecherche und -analyse	26
3.3.1	Literaturrecherche	27
3.3.2	Literaturanalyse.....	29
4	Vorbereitung der Literaturanalyse.....	32
4.1	Literaturrecherche	32
4.2	Strukturierung der Literatur.....	34
4.3	Festlegung der Analyseebenen.....	44
5	Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse zur Gründerpersönlichkeit	51
5.1	Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht- Gründern abgrenzen	51
5.2	Persönlichkeitseigenschaften, die zu langfristigem Unternehmererfolg führen.....	59
5.3	Weitere Einflussfaktoren auf Gründer	64
5.4	Bewertung der Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit	68
6	Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse zur Unternehmerpersönlichkeit.....	70
6.1	Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmer von Nicht- Unternehmern abgrenzen	70
6.2	Persönlichkeitseigenschaften, die zu Unternehmererfolg/ Unternehmenswachstum führen	77
6.3	Weitere Einflussfaktoren auf Unternehmer.....	79
6.4	Negative Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit.....	84
6.5	Bewertung der Forschungsarbeiten zum Thema Unternehmerpersönlichkeit	86
7	Diskussion und Vergleich der Analyseergebnisse.....	88
8	Kritische Auseinandersetzung	94
9	Fazit	96
	Literaturverzeichnis	99

Abkürzungsverzeichnis

BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BVDS	Bundesverband Deutsche Startups
DSM	Deutscher Startup Monitor
F-DUP	Fragebogen zur Diagnose unternehmerischer Potenziale
IfM	Institut für Mittelstandsforschung
IHK	Industrie- und Handelskammer
OPAC	Online Public Access Catalogue
WIM	Wirtschaft in Mittelfranken

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.	Existenzgründungen 2012 bis 2016 in Deutschland (eigene Darstellung nach IfM, 2017, o. S.).....	2
Abbildung 2.	Differentielle Stabilität von Persönlichkeits- merkmalen (eigene Darstellung nach Roberts & DelVecchio, 2000, S. 15).	14
Abbildung 3.	Literaturrecherche (eigene Darstellung nach Creswell, 2014, S. 31-32; Webster & Watson, 2002, S. xvi).	29
Abbildung 4.	Beispiel einer Literature Map nach Creswell (eigene Darstellung nach Creswell, 2014, S. 36-37).....	30
Abbildung 5.	Literature Map zur Gründerpersönlichkeit.	42
Abbildung 6.	Literature Map zur Unternehmerpersönlichkeit.....	43
Abbildung 8.	Ergebnisse der Literaturanalyse (eigene Darstellung).....	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.	Beispiel einer Konzept-Matrix nach Webster und Watson (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).....	30
Tabelle 2.	Konzept-Matrix zur Gründerpersönlichkeit (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).....	36
Tabelle 3.	Konzept-Matrix zur Unternehmerpersönlichkeit (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).....	38
Tabelle 4.	Analyseraster für die Untersuchung der Literatur zur Gründerpersönlichkeit (eigene Darstellung).....	46
Tabelle 5.	Analyseraster für die Untersuchung der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit (eigene Darstellung).	49

1 Einleitung

Bin ich ein Unternehmertyp? Gibt man diese Frage bei Google ein, zeigt die Suchmaschine etwa 11.500 Ergebnisse an. Googelt man dieselbe Frage in englischer Sprache (Do I have an entrepreneurial personality?), erscheinen sogar 17,7 Millionen Treffer. Es lassen sich unzählige Websites finden, die sich mit der Frage beschäftigen, welche Eigenschaften eine Unternehmerin oder ein Unternehmer mitbringen sollte, um erfolgreich ein Unternehmen gründen beziehungsweise führen zu können. Die Menge an Informationen, die bereits nach einer kurzen, oberflächlichen Internetrecherche zu diesem Thema gefunden werden kann, kann als Indiz dafür gesehen werden, dass die genannte Fragestellung hochaktuell ist.

1.1 Ausgangssituation und Problemstellung

Laut einer aktuellen Statistik des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) auf der Grundlage von Daten des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2016 in Deutschland insgesamt 378.000 Unternehmen im Vollerwerb gegründet. Diese Zahl beinhaltet neben gewerblichen auch freiberufliche Gründungen sowie Gründungen in der Land- und Forstwirtschaft. Existenzgründungen im Nebenerwerb wurden in der Statistik des IfM Bonn nicht mit einbezogen. Pro 10.000 Personen der Gesamtbevölkerung im erwerbsfähigen Alter (18 bis unter 65 Jahre) starteten im Jahr 2016 somit 73 Personen im Vollerwerb in die Selbständigkeit. Den größten Teil der 378.000 Neugründungen machen die gewerblichen Gründungen aus (Institut für Mittelstandsforschung [IfM], 2017).

Bei der Betrachtung der Gründungszahlen des Jahres 2016 im Vergleich zu den Gründungszahlen der Vorjahre, zeichnet sich ein klarer Trend ab. Wie sich aus Abbildung 1 entnehmen lässt, ist die Zahl der Neugründungen im Vollerwerb in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen, was unter anderem an der derzeit niedrigen Arbeitslosenquote in Deutschland liegen kann. Im Jahr 2016 gab es rund 10.000 Neugründungen weniger als im Vorjahr. Auch für 2017 erwartet das IfM Bonn eine Fortsetzung

der rückläufigen Gründungszahlen, allerdings in abgeschwächter Form (IfM, 2017).

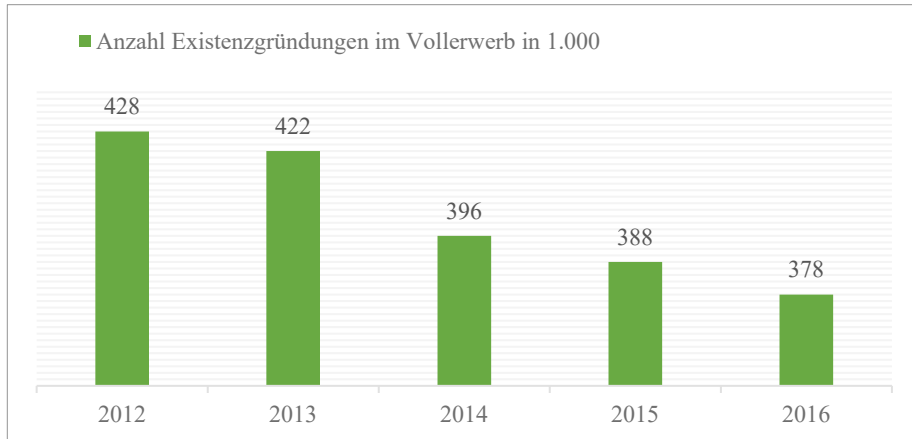


Abbildung 1. Existenzgründungen 2012 bis 2016 in Deutschland (eigene Darstellung nach IfM, 2017, o. S.).

Es muss allerdings berücksichtigt werden, dass die Statistik des IfM Bonn Gründungen im Nebenerwerb völlig außer Acht lässt. Werden diese mit einbezogen, gab es im Jahr 2016 weit mehr als 378.000 Unternehmensneugründungen. Laut dem Wirtschaftsmagazin WIM der Industrie- und Handelskammer (IHK) Nürnberg für Mittelfranken gibt es in Deutschland deutlich mehr Existenzgründungen im Nebenerwerb als Existenzgründungen im Vollerwerb. Viele Gründerinnen und Gründer möchten ihre Geschäftsidee erst testen, bevor sie hauptberuflich ein Unternehmen starten. Während die Zahl der Gründungen im Vollerwerb seit 2012 stetig abnimmt, ist die Zahl der nebenberuflichen Gründungen in Deutschland seit mehreren Jahren weitgehend konstant (Selbstständig im Nebenerwerb, 2017).

Des Weiteren müssen bei der Betrachtung der Zahlen zu Unternehmensneugründungen die verschiedenen Untergruppen von Unternehmen beachtet werden. Eine dieser Untergruppen sind Startups. Im Gegensatz zur Zahl der Existenzgründungen allgemein, nimmt der Anteil der Startup Gründungen kontinuierlich zu. Laut dem Deutschen Startup Monitor (DSM) des Bundesverbands Deutsche Startups (BVDS) haben Startups in Abgrenzung zu klassischen Existenzgründungen nachfolgende Kennzeichen:

- Ein Startup ist jünger als zehn Jahre,
- ein Startup ist (hoch)innovativ aufgrund seiner Technologie/seines Geschäftsmodells,
- ein Startup hat ein signifikantes Mitarbeiter-/Umsatzwachstum oder strebt es an (Bundesverband Deutsche Startups, 2016).

Aufgrund des stetigen Wachstums der Startup Szene, gerät diese nicht nur zunehmend in den Fokus der Öffentlichkeit, sondern auch zunehmend in den Fokus wissenschaftlicher Forschung – genau wie die eingangs erwähnte Frage: Bin ich ein Unternehmertyp? Die Betrachtung psychologischer Komponenten im Rahmen der Entrepreneurship-Forschung hat eine lange Tradition. Schumpeter und McClelland leisteten bereits vor mehreren Jahrzehnten wichtige Beiträge zur Erforschung der Eigenschaften unternehmerischer Persönlichkeit (Cetindamar & Fis, 2007; Fallgatter, 2007). An diese ersten Erkenntnisse haben in den letzten Jahrzehnten einige Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler angeknüpft und die Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit beziehungsweise Gründerpersönlichkeit weiter vorangetrieben. Da es sowohl zur Gründerpersönlichkeit als auch zur Unternehmerpersönlichkeit mittlerweile zahlreiche Forschungsarbeiten gibt, soll im Rahmen dieser Masterthesis mit Hilfe einer systematischen Literaturanalyse ein Überblick über die vorhandene Literatur und

den aktuellen Forschungsstand der beiden Themen geschaffen werden. Zudem soll ein Vergleich der Forschung zur Gründerpersönlichkeit mit der Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit stattfinden.

1.2 Aufbau der Arbeit

Auf die Einleitung (Kapitel 1), die die Ausgangssituation und die Problemstellung (Kapitel 1.1) dieser Arbeit erläutert, folgen die theoretischen Grundlagen (Kapitel 2). Der Theorieteil teilt sich in drei Blöcke. Der erste Block führt in die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie ein, der zweite Block in die Grundlagen unternehmerischen Handelns. Der Block zum Thema Persönlichkeitspsychologie (Kapitel 2.1) fokussiert neben grundlegenden Begriffsbestimmungen (Kapitel 2.1.1) vor allem die Themen Persönlichkeitstheorien (Kapitel 2.1.2), Persönlichkeitsbereiche (Kapitel 2.1.3) und Persönlichkeitsentwicklung (Kapitel 2.1.4). Der zweite Theorieblock zum Thema unternehmerisches Handeln (Kapitel 2.2) geht zum einen auf den Begriff des Gründers (Kapitel 2.2.1), und zum anderen auf den Begriff des Unternehmers (Kapitel 2.2.2) ein. Der dritte Theorieblock verknüpft die Themen der ersten beiden Blöcke, indem er die Themen Unternehmensgründung und Unternehmertum aus persönlichkeitspsychologischer Sicht betrachtet (Kapitel 2.3).

Im nächsten Kapitel wird die methodische Vorgehensweise (Kapitel 3) bei der Durchführung der systematischen Literaturanalyse dargestellt. Dies beinhaltet die Erläuterung der Forschungsziele (Kapitel 3.1), der Forschungsmethode (Kapitel 3.2) und der Vorgehensweise bei der Durchführung der Forschungsmethode (Kapitel 3.3). Hier wird zum einen die Vorgehensweise bei der Literaturrecherche (Kapitel 3.3.1) beschrieben und zum anderen die Vorgehensweise bei der Literaturanalyse (Kapitel 3.3.2).

Anschließend werden die Vorbereitungsschritte der Literaturanalyse dargestellt (Kapitel 4). Dabei werden zum einen die Ergebnisse der Literaturrecherche (Kapitel 4.1) erläutert und zum anderen die Strukturierung der Literatur (Kapitel 4.2) sowie die Festlegung der Analyseebenen (Kapitel 4.3) dargestellt.

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Literaturanalyse zur Gründerpersönlichkeit anhand der zuvor festgelegten Analyseebenen dargestellt (Kapitel 5). Analysiert wurden in diesem Zusammenhang die Persönlichkeitseigenschaften, die Gründerinnen und Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen (Kapitel 5.1), die Persönlichkeitseigenschaften, die zu langfristigem Unternehmenserfolg führen (Kapitel 5.2), weitere Einflussfaktoren auf Gründerinnen und Gründer (Kapitel 5.3) sowie die Bewertung der Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit (Kapitel 5.4).

Anschließend werden die Ergebnisse der Literaturanalyse zur Unternehmerpersönlichkeit dargestellt (Kapitel 6). Analog zur Analyse der Gründerpersönlichkeit werden in diesem Kapitel die Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmerinnen und Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen (Kapitel 6.1), die Persönlichkeitseigenschaften, die zu Unternehmenserfolg beziehungsweise Unternehmenswachstum führen (Kapitel 6.2), weitere Einflussfaktoren auf Unternehmer (Kapitel 6.3) sowie die negativen Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit (Kapitel 6.4) dargestellt und die Forschungsarbeiten bewertet (Kapitel 6.5).

Nach der Diskussion und dem Vergleich der Analyseergebnisse (Kapitel 7) erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit denselben (Kapitel 8) und ein Fazit (Kapitel 9).

2 Theoretische Grundlagen

In diesem Kapitel soll ein kurzer Überblick über die theoretischen Grundlagen, die das Fundament dieser Arbeit bilden, gegeben werden. Neben einer Einführung in die Persönlichkeitspsychologie werden nachfolgend auch die Grundlagen unternehmerischen Handelns erläutert. Abschließend erfolgt die Betrachtung der Themen Unternehmensgründung und Unternehmertum aus persönlichkeitspsychologischer Sicht.

2.1 Einführung in die Persönlichkeitspsychologie

Für ein besseres Verständnis der Begriffe Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit soll im Folgenden ein Überblick über die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie gegeben werden. Neben grundlegenden Begriffsbestimmungen wird dabei auf Persönlichkeitstheorien, Persönlichkeitsbereiche und die Persönlichkeitsentwicklung eingegangen. Da das Gebiet der Persönlichkeitspsychologie sehr umfassend ist, ist es im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich, die Grundlagen derselben in vollem Umfang darzustellen.

2.1.1 Begriffsbestimmungen

Bei der Persönlichkeit handelt es sich um ein Konstrukt, das sich nicht allgemeingültig definieren lässt. In der Persönlichkeitsforschung finden sich daher viele verschiedene Definitionen, die versuchen, das Konstrukt Persönlichkeit zu umschreiben (Salewski & Renner, 2009). Laut Asendorpf (2015) wird unter der Persönlichkeit eines Menschen „die Gesamtheit seiner Persönlichkeitseigenschaften verstanden: die individuellen Besonderheiten in der körperlichen Erscheinung und in Regelmäßigkeiten des Verhaltens und Erlebens“ (S. 2). Myers (2014) definiert die Persönlichkeit hingegen als „das für ein Individuum charakteristische Muster des Denkens, Fühlens und Handelns“ (S. 552). Laut einer Definition von Zim-

bardo (1995) bezieht sich die Persönlichkeit „auf die einzigartigen psychologischen Merkmale eines Individuums, die eine Vielzahl von charakteristischen konsistenten Verhaltensmustern (offenen und verdeckten) in verschiedenen Situationen und zu verschiedenen Zeitpunkten beeinflussen“ (S. 475).

Obwohl sich diese Definitionen in Teilen voneinander unterscheiden, weisen sie doch auch zahlreiche Gemeinsamkeiten auf. In allen drei der beispielhaft ausgewählten Definitionen, wird die Persönlichkeit als etwas Einzigartiges beschrieben, das in charakteristischem Verhalten sichtbar wird (Allport, 1958; Zimbardo, 1995) Die Persönlichkeitspsychologie ist folglich das Feld der Psychologie, das die individuellen Besonderheiten im Verhalten betrachtet. Somit kann die Persönlichkeitspsychologie definiert werden als „die empirische Wissenschaft von den individuellen Besonderheiten von Menschen in körperlicher Erscheinung, Verhalten und Erleben“ (Asendorpf, 2015, S. 8).

In der Literatur findet man neben dem Begriff „Persönlichkeitspsychologie“ auch die Bezeichnung „Differenzielle Psychologie“. Teilweise werden die beiden Bezeichnungen sogar synonym verwendet. Es gibt allerdings feine Unterschiede. Während die Persönlichkeitspsychologie die Einmaligkeit eines Menschen fokussiert, beschäftigt sich die differenzielle Psychologie mit der Beschreibung und der Analyse von Merkmalen, die Menschen voneinander unterscheiden. Im Fokus der differentiellen Psychologie stehen also nicht die individuellen Besonderheiten im Verhalten eines Menschen, sondern die interindividuellen Differenzen im Verhalten unterschiedlicher Personen (Amelang & Bartussek, 1997; Herzberg & Roth, 2014; Sader & Weber, 1996).

2.1.2 Persönlichkeitstheorien

Die Grundlage einiger wichtiger Konzepte der heutigen Persönlichkeitspsychologie bildet Sigmund Freuds Psychoanalyse. Freuds psychoanalytische Persönlichkeitstheorie geht davon aus, dass die Persönlichkeit eines Menschen unter dem Einfluss kindlicher Sexualität und unbewusster Motivationen steht (Myers, 2014). Freuds psychoanalytisches Persönlichkeitsverständnis ist jedoch nicht der einzige Zugang zur menschlichen Persönlichkeit. Im Laufe der Jahre haben sich verschiedene Persönlichkeitstheorien entwickelt, die im Folgenden kurz benannt werden sollen.

Einen weiteren Ansatz zur Erklärung der menschlichen Persönlichkeit bilden die neo-analytischen Persönlichkeitstheorien. Adler, ein wichtiger Vertreter dieser Entwicklung, nahm im Gegensatz zu Freud an, dass der Mensch ein angeborenes Gemeinschaftsgefühl hat, durch das er zu einem bestimmten Verhalten motiviert wird. Neo-analytische Persönlichkeitstheorien gehen davon aus, dass der Mensch von Anfang an versucht, aktiv Beziehungen zu knüpfen und diese aufrechtzuerhalten, also von Geburt an ein soziales Wesen ist (Salewski & Renner, 2009).

Darauf aufbauend nehmen humanistische Persönlichkeitstheorien an, dass der Mensch seine Umwelt bewusst wahrnehmen und reflektieren kann und mit einer sogenannten Aktualisierungstendenz ausgestattet ist. Damit ist gemeint, dass Menschen kontinuierlich versuchen, sich selbst, aber auch ihre zwischenmenschlichen Beziehungen weiterzuentwickeln und positive Eigenschaften auszubilden (Salewski & Renner, 2009). Dieses Streben nach Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung steht im Mittelpunkt humanistischer Theorien (Myers, 2014).

Konstruktivistischen Persönlichkeitstheorien liegt die Annahme zugrunde, dass die persönlichen Erfahrungen, die ein Mensch in seinem Leben macht, seine Persönlichkeit und sein Verhalten besonders prägen. Wie jeder Mensch diese Lernerfahrungen wahrnimmt und interpretiert, ist ganz individuell (Salewski & Renner, 2009).

Die Eigenschaftstheorien fokussieren hingegen die Eigenschaften eines Menschen (Traits) als die Merkmale, mit denen die menschliche Persönlichkeit beschrieben werden kann. Ein bedeutendes eigenschaftstheoretisches Modell ist das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit (Big Five), welches die fünf Faktoren Gewissenhaftigkeit, Offenheit für neue Erfahrungen, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus als die grundlegenden Eigenschaftsbereiche der Persönlichkeit definiert (Lang & Lüdtke, 2005; Myers, 2014; Salewski & Renner, 2009). Diese fünf Persönlichkeitseigenschaften sind bei jedem Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt. Ein sehr gewissenhafter Mensch ist organisiert, vorsichtig und diszipliniert. Menschen mit einer stark ausgeprägten Offenheit für Erfahrungen bevorzugen Abwechslung und sind fantasievoll und unabhängig. Charakteristische Eigenschaften von stark extravertierten Menschen sind Geselligkeit, Lebenslustigkeit und Herzlichkeit. Menschen, bei denen die Eigenschaft Verträglichkeit stark ausgeprägt ist, zeichnen sich durch Weichherzigkeit, Vertrauenswürdigkeit und Hilfsbereitschaft aus. Neurotizismus beschreibt, wie emotional stabil ein Mensch ist. Neurotische Menschen können als ängstlich, unsicher und selbstmitleidig beschrieben werden (Myers, 2014).

Ein weiterer Zugang zur menschlichen Persönlichkeit ist die lerntheoretische Betrachtung. Diese geht davon aus, dass sich die menschliche Persönlichkeit durch Lernprozesse formt. Das klingt zunächst ähnlich der Annahmen konstruktivistischer Persönlichkeitstheorien. Allerdings nimmt der Mensch in der lerntheoretischen Betrachtung keine aktive Rolle bei der Interpretation seiner Lernerfahrungen ein, wie es bei konstruktivistischen Persönlichkeitstheorien der Fall ist (Salewski & Renner, 2009).

Die Annahme der Lerntheorien wird im Rahmen der sozial-kognitiven Persönlichkeitstheorien deutlich erweitert. Sozial-kognitive Persönlichkeitstheorien gehen, wie die Lerntheorien, davon aus, dass der Mensch beobachtbares Verhalten erlernt. Sie gehen allerdings noch einen Schritt weiter, indem sie annehmen, dass das menschliche Verhalten zusätzlich auch von Kognitionen beeinflusst wird (Salewski & Renner, 2009). Das

heißt das Verhalten eines Menschen wird auch davon beeinflusst, wie dieser eine bestimmte Situation beurteilt (Myers, 2014).

Ein neuerer persönlichkeits-theoretischer Ansatz ist das kognitiv-affektive Persönlichkeitssystem. Dieses enthält sowohl Einflüsse der sozial-kognitiven als auch der lerntheoretischen Persönlichkeitstheorien und entwickelte sich durch die kritische Auseinandersetzung mit den Eigenschaftstheorien. Vertreterinnen und Vertreter des kognitiv-affektiven Persönlichkeitssystems argumentieren im Gegensatz zu Eigenschaftstheoretikerinnen und -theoretikern, dass nicht davon ausgegangen werden darf, dass ein Mensch stabile Eigenschaften hat. Das Verhalten eines Menschen wird immer auch von der jeweiligen Situation beeinflusst (Salewski & Renner, 2009).

2.1.3 Persönlichkeitsbereiche

Die Persönlichkeit eines Menschen lässt sich anhand verschiedener Persönlichkeitsbereiche beschreiben. Einer dieser Persönlichkeitsbereiche sind die physischen Merkmale eines Menschen. Darunter fallen zum einen der Körperbau eines Menschen und zum anderen seine physische Attraktivität (Asendorpf & Neyer, 2012). Der erste Eindruck von der körperlichen Erscheinung einer Person beeinflusst unseren Eindruck von anderen Persönlichkeitseigenschaften dieser Person (Asendorpf, 2015).

Weitere Bereiche der menschlichen Persönlichkeit sind Temperament, Fähigkeiten, Handlungsdispositionen, Einstellungen sowie Selbstkonzept und Wohlbefinden. Unter dem Temperament werden die individuellen Besonderheiten eines Menschen in Affekt, Aktivierung und Aufmerksamkeit verstanden. Das Temperament lässt sich nach heutigem Forschungsstand anhand der drei Dimensionen Extraversion, Neurotizismus und Kontrolliertheit beschreiben. Extraversion und Neurotizismus zählen zu den Big Five der Persönlichkeit (vgl. Kapitel 2.1.2). Kontrolliertheit

lässt sich keinem der Big Five direkt zuordnen. Allerdings besteht durchaus ein Zusammenhang mit dem Faktor Gewissenhaftigkeit (Asendorpf, 2015).

Die Fähigkeiten eines Menschen sind „Persönlichkeitseigenschaften, die Leistungen ermöglichen, welche von der Fähigkeit und der Anstrengung abhängen“ (Asendorpf, 2015, S. 75). Asendorpfs Definition des Begriffs „Fähigkeiten“ betont, dass auch die Komponente „Anstrengung“ eine wichtige Rolle spielt. Zur Erfassung von Fähigkeiten können Leistungstests herangezogen werden. Allerdings bilden diese nur dann Fähigkeitsunterschiede ab, wenn sich die Teilnehmenden der Tests beim Lösen der Aufgaben in gleicher Weise anstrengen (Asendorpf, 2015).

Auch die Handlungsdispositionen sind ein wichtiger Bereich der menschlichen Persönlichkeit. Darunter werden „Persönlichkeitseigenschaften, die das zielgerichtete Verhalten – das Handeln – leiten“ (Asendorpf, 2015, S. 93) verstanden. Dazu zählen neben Bedürfnissen und Motiven auch Interessen, Handlungsüberzeugungen und Bewältigungsstile (Asendorpf, 2015). Im Gegensatz zu Temperamenteigenschaften, die sich in erster Linie auf die Form des Verhaltens beziehen, beziehen sich Bedürfnisse, Motive und Interessen in erster Linie auf Verhaltensziele, also die Richtung des Verhaltens (Asendorpf & Neyer, 2012).

Unter einer Einstellung einer Person „wird die individualtypische Bewertung von Objekten der Wahrnehmung oder Vorstellung auf der Dimension positiv – negativ verstanden“ (Asendorpf, 2015, S. 106). Die frühere Forschung versuchte vor allem Verhalten aus expliziten Einstellungen (das heißt dem Bewusstsein zugängliche Einstellungen) vorherzusagen. Im Fokus der neueren Forschung sind nun auch implizite Einstellungen. Das sind Einstellungen, die dem Bewusstsein unzugänglich sind, aber trotzdem das Verhalten eines Menschen beeinflussen (Asendorpf, 2015).

Ein weiterer Persönlichkeitsbereich ist das Selbst einer Person. Die Untersuchung des Selbst spielt schon seit mehreren Jahrzehnten eine wichtige Rolle in der Persönlichkeitsforschung, obwohl die wissenschaftliche Erfassung des Selbst aufgrund seiner Subjektivität schwierig ist (McClelland, 1951). Zum Selbst zählt das subjektive Bild von einem selbst (Selbstkonzept) sowie seine Bewertung (Selbstwertgefühl). Weitere psychologische Aspekte der eigenen Person sind die charakteristische eigene Stimmungslage (Wohlbefinden) und die Zufriedenheit mit der eigenen Lebenssituation (Lebenszufriedenheit) (Asendorpf & Neyer, 2012).

2.1.4 Persönlichkeitsentwicklung

Die Frage, ob die menschliche Persönlichkeit stabil oder veränderbar ist, lässt sich nicht pauschal beantworten. Diese Frage beinhaltet sehr viele einzelne Fragen, wie beispielsweise: Wie entwickelt sich die Persönlichkeit? Ab welchem Alter kann von Persönlichkeit gesprochen werden? In welchem Alter ist die Persönlichkeitsentwicklung abgeschlossen? Bevor diese Fragen beantwortet werden können, muss jedoch zuerst geklärt werden, was genau unter Persönlichkeitsentwicklung verstanden wird (Herzberg & Roth, 2014). Nach Herzberg & Roth (2014) stehen „differentielle Veränderungen, die nicht alterstypisch sind, sondern individuelle Besonderheiten der Entwicklung darstellen“ (S. 112) im Fokus der Persönlichkeitspsychologie. Asendorpf (2015) definiert die Persönlichkeitsentwicklung ähnlich als „langfristige differentielle Veränderungen von Persönlichkeitseigenschaften“ (S. 141).

Wie in der Definition von Herzberg und Roth (2014) angedeutet, haben Veränderungen von Persönlichkeitseigenschaften einer Person (individuelle Veränderungen) zwei unterschiedliche Bestandteile. Zum einen gibt es die differentiellen Veränderungen, die nicht alterstypisch sind und somit die individuellen Besonderheiten der Entwicklung widerspiegeln.

Zum anderen gibt es die durchschnittlichen Veränderungen, die alterstypisch sind und deshalb keine individuellen Besonderheiten der Entwicklung darstellen (Asendorpf, 2015).

Als Beispiel hierzu können die Veränderungen der Big Five im Lauf des Lebens einer Person betrachtet werden. Während frühere Forschungen davon ausgingen, dass sich Persönlichkeitseigenschaften ab dem Alter von 30 Jahren nicht mehr verändern, nimmt die neuere Forschung an, dass es Veränderungen über die gesamte Lebensspanne einer Person gibt (McCrae & Costa, 1990). Anhand der Analyse verschiedener Längsschnittstudien konnten folgende durchschnittliche Veränderungen der Big Five festgestellt werden: Mit zunehmendem Alter steigen Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit. Der Neurotizismus nimmt hingegen ab. Die Offenheit für neue Erfahrungen nimmt in der Kindheit und im Jugendalter zu, bleibt zwischen 20 und Ende 50 weitestgehend stabil und nimmt anschließend wieder ab. Für die Extraversion lässt sich keine einheitliche Aussage treffen. Während Unabhängigkeit und Selbstsicherheit mit steigendem Alter zunehmen, nehmen Geselligkeit, Aktivität und positive Affektivität ab (Herzberg & Roth, 2014).

Im Gegensatz zur Veränderung von Persönlichkeitseigenschaften, bei der die Richtung der Veränderung im Fokus steht (nimmt eine Eigenschaft zu oder ab), ist die Stabilität von Persönlichkeitseigenschaften ungerichtet. Hier wird lediglich untersucht, ob sich die Eigenschaftswerte zwischen zwei Messungen ändern (Asendorpf, 2015). Die Untersuchung der differentiellen Stabilität von Persönlichkeitseigenschaften (vgl. Abbildung 2) auf der Basis mehrerer Studien ergab, dass die Stabilität in der frühen Kindheit niedrig ist. Zwischen 3 und 5,9 Jahren steigt die Stabilität deutlich an, fällt anschließend aber wieder leicht ab. Danach (ab einem Alter von 12 Jahren) nimmt die Stabilität der Persönlichkeitseigenschaften kontinuierlich zu, wobei es im Alter zwischen 40 und 49 Jahren nochmal einen leichten Rückgang gibt. Die höchste Stabilität der Persönlichkeitseigenschaften wird in einem Alter von 50 Jahren erreicht. Dieses Stabilitäts-

muster der Persönlichkeitseigenschaften zeigt sich für alle Big Five Dimensionen unabhängig vom Geschlecht einer Person (Herzberg & Roth, 2014; Roberts & DelVecchio, 2000).

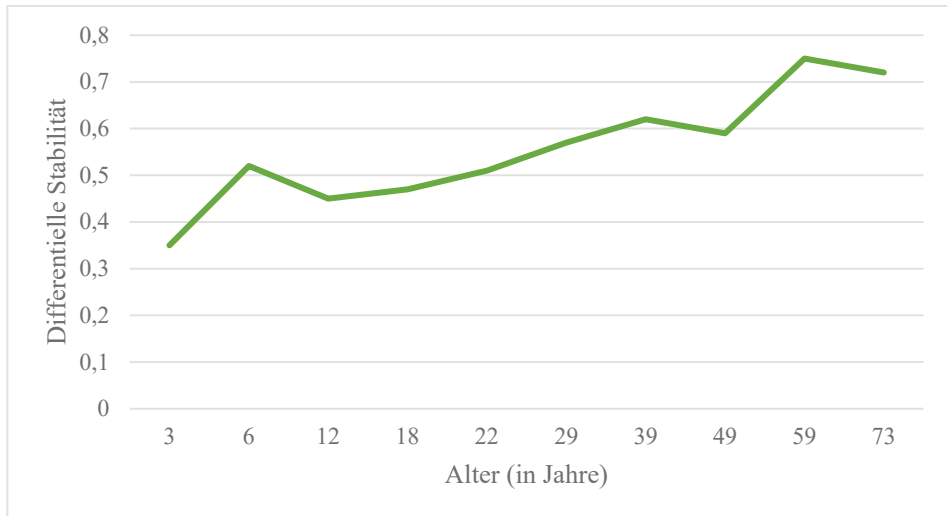


Abbildung 2. Differenzielle Stabilität von Persönlichkeitsmerkmalen (eigene Darstellung nach Roberts & DelVecchio, 2000, S. 15).

2.2 Unternehmerisches Handeln

Für ein besseres Verständnis der Begriffe Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit soll nach der Einführung in die Persönlichkeitspsychologie im Folgenden noch ein kurzer Einblick in das Thema unternehmerisches Handeln gegeben werden. Fallgatter (2007) definiert unternehmerisches Handeln als „das Verfolgen unternehmerischer Handlungsfelder durch Individuen – innerhalb oder außerhalb eines bestehenden Unternehmens – ohne Berücksichtigung der gegenwärtig verfügbaren Ressourcen“ (S. 16). Dabei werden zwei zentrale Begriffe unterschieden: Der Begriff der Gründerin bzw. des Gründers und der Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers.

2.2.1 Der Begriff der Gründerin bzw. des Gründers

Obwohl sich die Wissenschaft seit einigen Jahren mit den Begrifflichkeiten Unternehmer(tum) und Entrepreneur(ship) auseinandersetzt, findet man in der Literatur wenige konkrete Informationen zur Abgrenzung der Begriffe Unternehmer/Entrepreneur von dem Begriff der Gründerin bzw. des Gründers. Auf die Frage, zu welchem Zeitpunkt aus einer Person, die ein Unternehmen gründet ein Unternehmer wird, findet sich keine eindeutige Antwort. In der Literatur werden meist die Personen als Unternehmensgründerinnen bzw. -gründer bezeichnet, „die Aktivitäten in Bezug auf eine neue Unternehmung aufgenommen haben“ (Rese, 2004, S. 29). Nach dieser Definition wird aus einer gründenden Person dann eine Unternehmerin bzw. ein Unternehmer, wenn die Gründungsaktivitäten abgeschlossen sind (Rese, 2004). Nach Fallgatter (2002) ist eine Unternehmensgründung ab dem Zeitpunkt abgeschlossen, ab dem erstmals ein Produkt oder eine Dienstleistung abgesetzt worden ist. Anschließend kann laut Fallgatter (2002) von einem jungen Unternehmen in der Nachgründungsphase gesprochen werden.

Zu beachten ist, dass in der Literatur zwischen zwei unterschiedlichen Formen der Gründung differenziert wird. Neben dem Begriff der Unternehmensgründung ist in einigen Forschungsarbeiten auch der Begriff der Existenzgründung geläufig. Diese beiden Begriffe wurden und werden zwar oft synonym verwendet, haben nach Fallgatter (2002) aber ganz unterschiedliche Bedeutungen. Fallgatter (2002) zufolge wird unter dem Begriff Existenzgründung die Gründung eines Kleingewerbes verstanden. Der Begriff Unternehmensgründung meint hingegen eine wesentlich komplexere Gründung auf der Grundlage einer innovativen Geschäftsidee, also die Gründung eines Startups (vgl. Kapitel 1.1). Beide Formen führen zu einem Unternehmen im betriebswirtschaftlichen Sinne. Allerdings unterscheiden sich diese in Wettbewerbsart, zeitlicher Perspektive sowie Wachstums- und Beschäftigungspotenzial. Da die Grenzen hierbei fließend verlaufen, ist eine eindeutige Unterscheidung und Zuordnung zu einer der beiden Formen nicht immer möglich. Des Weiteren lassen sich

nach Fallgatter (2002) originäre und derivative Gründungen unterscheiden. Während mit dem Begriff originäre Gründung die Gründung eines komplett neuen Unternehmens, also eine Unternehmensgründung im engeren Sinn, gemeint ist, bezeichnet eine derivative Gründung eine strukturverändernde Gründung, also eine Betriebsübernahme.

2.2.2 Der Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers

Was genau sich hinter dem Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers verbirgt, ist in der Literatur nicht konkret und allgemeingültig definiert. Im deutschen Sprachgebrauch ist die Unternehmerin bzw. der Unternehmer diejenige Person, die an der Spitze eines Unternehmens steht, also ein Unternehmen leitet (Schaller, 2001). Im Vergleich zu angestellten Managerinnen bzw. Managern hat eine Unternehmerin bzw. ein Unternehmer andere Entscheidungs- und Verantwortungsbereiche und einen anders ausgeprägten Umgang mit Ressourcen (Fallgatter, 2002). Definitionen der Begriffe Unternehmerin bzw. Unternehmer und Unternehmertum finden sich unter anderem in Wörterbüchern oder Gesetzestexten (Schaller, 2001). Nach § 14 BGB ist ein Unternehmer eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt. Diese Definitionen des Begriffs der Unternehmerin bzw. des Unternehmers sind (vor allem aus psychologischer Perspektive) nicht besonders umfassend und gehen kaum in die Tiefe. Denn eine Unternehmerin bzw. ein Unternehmer ist weit mehr als die Eigentümerin oder der Eigentümer beziehungsweise die Leitung eines Unternehmens.

Bereits Schumpeter (1926) hat versucht, eine Definition für den Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers zu finden. Dabei unterschied er zwischen zwei unterschiedlichen Unternehmertypen – dem statischen Wirt und dem dynamischen Unternehmer. Der statische Wirt

versucht laut Schumpeter, den für sich größtmöglichen Nutzen und Gewinn zu erlangen. Der dynamische Unternehmer hingegen wird von Schumpeter (1962) als Typ beschrieben, der verändern und selbst gestalten will. Interessanterweise wird nur der zweite der beiden Unternehmertypen tatsächlich als Unternehmer bezeichnet. Schumpeters Unternehmertypen sind zwei völlig gegensätzliche Typen, die in ihren Eigenschaften sehr extrem sind. Dass sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer einem dieser beiden Typen eindeutig zuordnen lassen, ist daher zweifelhaft. Dennoch sind Schumpeters Überlegungen für die Entrepreneurship-Forschung sehr bedeutend. Sie machen deutlich, dass die Wirtschaft von Veränderungen geprägt ist und die Unternehmerin bzw. der Unternehmer diejenige Person ist, die wissen muss, wie sie auf diese Veränderungen reagieren kann (Hax, 2005).

Kirzner (1988) geht in seiner Definition der Unternehmerin bzw. des Unternehmers noch einen Schritt weiter. Nach Kirzner (1988) wird eine Person nicht allein durch die Kenntnisse und das Wissen, über das die Person verfügt, zur Unternehmerin oder zum Unternehmer. Sie bzw. er weiß darüber hinaus, wie und wo Wissen und Informationen erlangt und eingesetzt werden können. Diese Fähigkeit bezeichnet Kirzner (1988) als unternehmerische Findigkeit. Angestellte Personen hingegen verfügen zwar auch über eine gewisse Expertise, bei dieser Personengruppe fehlt aber laut Kirzner (1988) die Fähigkeit, Informationen selbst zu beziehen und sinnvoll einzusetzen.

Neben dem Begriff der Unternehmerin bzw. des Unternehmers wird in der Literatur auch oft der Begriff der Entrepreneurin bzw. des Entrepreneurs verwendet. Die Bezeichnung Entrepreneur kommt ursprünglich aus dem Französischen und ist im englischen Sprachraum das Pendant zum deutschen Unternehmer. Auch im deutschen Sprachgebrauch ist die Bezeichnung Entrepreneur schon seit längerer Zeit geläufig. Allerdings werden die Begriffe Entrepreneur und Unternehmer im Deutschen nicht immer synonym verwendet (Schaller, 2001). Mit der Zunahme der Zahl der Unternehmensneugründungen in Deutschland Ende der 1990er Jahre

wurde der Begriff Entrepreneur in Abgrenzung zur Bezeichnung Unternehmer im deutschen Sprachgebrauch immer mehr zur Bezeichnung für einen innovativen „Unternehmensgründer, der mit seiner Produktentwicklung und unter Einsatz seines (Eigen-) Kapitals eine neue (Unternehmens-) Organisation erschafft“ (Schaller, 2001, S. 7–8). Der Begriff Unternehmer stellt im Deutschen somit einen Oberbegriff dar, zu dem der Entrepreneur eine Untergruppe bildet, die sich durch Innovation und Fortschritt auszeichnet. Eine eindeutige Abgrenzung der beiden Begriffe Unternehmer und Entrepreneur ist aber trotz der unterschiedlichen Definitionen schwierig, da die Grenzen zwischen den beiden Bezeichnungen fließend verlaufen (Schaller, 2001).

2.3 Unternehmensgründung und Unternehmertum aus persönlichkeitspsychologischer Sicht

Nach der Einführung in die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie sowie in die Grundlagen unternehmerischen Handelns, soll in diesem Kapitel eine Verknüpfung zwischen den beiden Bereichen hergestellt werden, indem die Themen Gründung und Unternehmertum im Folgenden aus persönlichkeitspsychologischer Sicht betrachtet werden. Die Themen Unternehmensgründung und Unternehmertum sind ein vergleichsweise junger Bereich der wissenschaftlichen Forschung. Dennoch werden es immer mehr Forschungsarbeiten, die sich mit den unterschiedlichen Fragen rund um die Themen Unternehmensgründung und Unternehmertum auseinandersetzen (Cooper, 2003). Mehrere Untersuchungen haben bereits in den Anfängen der Entrepreneurship-Forschung ergeben, dass die Entscheidung einer Person, ein Unternehmen zu gründen, von unterschiedlichen Determinanten beeinflusst wird. Neben objektiven, wirtschaftlichen Anreizen spielen auch persönliche Fähigkeiten und Motive eine große Rolle für die Entscheidung zum Schritt in die Selbständigkeit (Brandstätter, 1999).

Auch der Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf die Gründungsneigung beziehungsweise den Gründungserfolg einer Person wurde, wie in Kapitel 1.1 bereits kurz erwähnt, im Rahmen der Forschung zu Unternehmensgründung und Unternehmertum früh thematisiert und untersucht (Fallgatter, 2007). Schumpeter war einer der ersten, der sich für die Unternehmerin oder den Unternehmer an sich und deren bzw. dessen Charakterzüge interessierte. Weitere Forschende folgten seinem Beispiel und untersuchten und analysierten die Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmensgründern und Unternehmern. Trotz der Einigkeit darüber, wie bedeutend die psychologische Betrachtung der Gründerpersönlichkeit sowie der Unternehmerpersönlichkeit ist, gibt es bisher noch keine einheitliche Definition derselben (Cetindamar & Fis, 2007).

Es gab und gibt unterschiedliche Ansätze die Unternehmerpersönlichkeit beziehungsweise Gründerpersönlichkeit zu beschreiben und daraus charakteristische Persönlichkeitseigenschaften abzuleiten. Ein früher und für die weitere Forschung sehr prägender Ansatz stammt von McClelland (1965). McClelland (1965) leitete aus seinen Untersuchungen fünf Eigenschaften ab, die sich positiv darauf auswirken, dass sich eine Person zu einer Unternehmerin bzw. einem Unternehmer entwickelt. Zu den fünf Eigenschaften zählen Leistungsmotivation (need for achievement), Risikobereitschaft (risk taking propensity), internale Kontrollüberzeugung (internal locus of control), Ambiguitätstoleranz (tolerance for ambiguity) sowie Unabhängigkeitsstreben und Durchsetzungsvermögen (type A behavior) (McClelland, 1965; Saßmannshausen, 2012).

Unter Leistungsmotivation versteht man, dass eine Person selbst die Verantwortung für ihre Entscheidungen übernehmen möchte und dabei einen hohen Leistungsstandard anstrebt. Mit Risikobereitschaft ist gemeint, dass eine erfolgreiche Unternehmerin bzw. ein erfolgreicher Unternehmer trotz eines Risikos des Scheiterns unternehmerisch tätig ist. Das gilt allerdings nur für Risiken, die der Person bewusst sind und die sie einschätzen kann. Unkalkulierbare Risiken werden auch von risikobereiten

Menschen gemieden. Internale Kontrollüberzeugung meint, dass eine Person davon überzeugt ist, dass ihre persönlichen Anstrengungen dafür ausschlaggebend sind, welche Ergebnisse sie erzielt. Ambiguitätstoleranz ist die Fähigkeit, unsicheren, mental belastenden Situationen standzuhalten. Unabhängigkeitsstreben und Durchsetzungsverhalten bezeichnen den inneren Trieb nach Selbstbestimmtheit und Selbstverwirklichung (Saßmannshausen, 2012).

In neueren Untersuchungen wurde allerdings herausgefunden, dass McClellands Eigenschaften nicht nur auf erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer, sondern auch auf sehr leistungsorientierte Menschen im Allgemeinen zutreffen. Somit gelingt es McClelland (1965) mit seinem Konzept nicht, die Unternehmerpersönlichkeit eindeutig zu definieren und trennscharf von der Persönlichkeit eines Nicht-Unternehmers abzugrenzen. Dennoch ist McClellands Ansatz sehr bedeutend für die weitere Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit (Saßmannshausen, 2012).

Ein weiterer wichtiger Ansatz zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit stammt von Müller (2000). Müller (2000) entwickelte einen Fragebogen zur Messung unternehmerischer Persönlichkeit und ihrer Entwicklung – den Fragebogen zur Diagnose unternehmerischer Potenziale (F-DUP) (Bijedic, 2013; Müller, 2000). Der F-DUP wurde auf Grundlage des Entrepreneurial Potential Questionnaire entwickelt und erweitert und ist derzeit „das einzige Diagnoseinstrument unternehmerischer Persönlichkeit im deutschsprachigen Raum annehmbarer Testgüte für den Forschungsbereich“ (Bijedic, 2013, S. 319). Müller (2000) geht von selbständigkeitsrelevanten Persönlichkeitsfaktoren aus, die unabhängig von der Branche unternehmerisches Verhalten vorhersagen lassen. In diesem Zusammenhang hat er folgende sieben Primäreigenschaften definiert: Leistungsmotivation, Risikobereitschaft, internale Kontrollüberzeugung, Ambiguitätstoleranz, Durchsetzungsvermögen, Problemlöseorientierung und emotionale Stabilität (Bijedic, 2013; Müller, 2000).

Vergleicht man Müllers Eigenschaften mit denen von McClelland (1965), fällt auf, dass sich die beiden in fünf Eigenschaften (Leistungsmotivation, Risikobereitschaft, internale Kontrollüberzeugung, Ambiguitätstoleranz und Durchsetzungsvermögen) überschneiden. Müller (2000) fügte aber im Gegensatz zu McClelland (1965) noch zwei weitere Komponenten hinzu – die Problemlöseorientierung und die emotionale Stabilität. Unter Problemlöseorientierung wird die Fähigkeit, in problematischen und komplexen Situationen erfolgreich zu handeln, verstanden. Die emotionale Stabilität beschreibt, wie intensiv eine Person emotional auf negative Ereignisse reagiert (Bijedic, 2013; Müller, 2000).

Anhand des F-DUP konnten Unterschiede zwischen Selbständigen und Nicht-Selbständigen gefunden werden. Damit stellt der Test ein gutes psychometrisches Testverfahren für die Untersuchung der Unternehmerpersönlichkeit dar (Bijedic, 2013). Müller (2000) und McClelland (1965) sind aber nicht die einzigen, die sich intensiv mit der Unternehmerpersönlichkeit beziehungsweise Gründerpersönlichkeit befasst haben. Braukmann, Bijedic und Schneider (2008) beispielsweise versuchen in ihrer Definition der Unternehmerpersönlichkeit die betriebswirtschaftlichen Eigenschaften (vgl. Kapitel 2.2) mit den soeben beschriebenen persönlichkeitspsychologischen Eigenschaften, die einen Unternehmer ausmachen, zu verknüpfen. Demnach bezeichnet der Begriff Unternehmerpersönlichkeit alle diejenigen, die ein Unternehmen in allen betriebswirtschaftlichen Bereichen kompetent, effizient, rational und nachhaltig führen, bei denen der wirtschaftliche Erfolg zum großen Teil auch auf die Persönlichkeitseigenschaften zurückzuführen ist und die sich der Wirkung ihrer unternehmerischen Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften bewusst sind.

Daneben gibt es noch viele weitere Untersuchungen und Forschungsarbeiten rund um die Gründerpersönlichkeit und die Unternehmerpersönlichkeit. Da es aktuell keine kompakte Zusammenfassung bisheriger Forschungen und Ergebnisse gibt, soll im Rahmen dieser Arbeit mit Hilfe einer systematischen Literaturanalyse ein Überblick über die vorhan-

dene Literatur und den aktuellen Forschungsstand der beiden Themen geschaffen werden. Im Fokus steht hierbei der Vergleich des aktuellen Forschungsstands zur Unternehmerpersönlichkeit mit dem aktuellen Forschungsstand zur Gründerpersönlichkeit.

3 Methodisches Vorgehen

Nach der Einführung in die theoretischen Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie sowie in die Grundlagen unternehmerischen Handelns, wird im folgenden Kapitel das methodische Vorgehen bei der Durchführung und Auswertung der Literaturanalyse beschrieben, die den Schwerpunkt dieser Arbeit bildet. Auf die Darstellung der Forschungsziele folgt die Erläuterung der Forschungsmethode sowie die Erläuterung der Vorgehensweise bei der Durchführung und Auswertung dieser Methode.

3.1 Forschungsziele

Wie bereits in den Kapiteln 1.1 und 2.3 beschrieben, ist es das Ziel dieser Arbeit, den aktuellen Forschungsstand zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit anhand einer umfassenden Literaturrecherche und -analyse zu ermitteln und zu bewerten. Zudem soll ein Vergleich des aktuellen Forschungsstands zum Thema Gründerpersönlichkeit mit dem aktuellen Forschungsstand zum Thema Unternehmerpersönlichkeit erfolgen. Daraus lassen sich nachfolgende Forschungsziele ableiten:

- Ermittlung des aktuellen Forschungsstands zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit anhand einer umfassenden Literaturrecherche und -analyse mittels eines vorab definierten Analyserasters.
- Vergleich des aktuellen Forschungsstands zur Gründerpersönlichkeit mit dem aktuellen Forschungsstand zur Unternehmerpersönlichkeit in Bezug auf die klassische Persönlichkeitspsychologie.
- Bewertung des aktuellen Forschungsstands beider Themen und Identifizierung offener Forschungsfragen und -ansätze.

3.2 Forschungsmethode

Das Ziel jeder wissenschaftlichen Tätigkeit ist nach Hussy, Schreier, & Echterhoff (2010) „das Generieren von beständigem Wissen“ (S. 5). Wissen kann in der Psychologie durch den Einsatz unterschiedlicher psychologischer Methoden generiert werden (Hussy et al., 2010). Mit psychologischen Methoden sind Vorgehensweisen gemeint, „mit deren Hilfe wir Antworten auf Fragen aus dem Gegenstandsbereich der Psychologie erhalten können“ (Hussy et al., 2010, S. 7). Grundsätzlich werden nach Döring und Bortz (2016) drei Arten von wissenschaftlichen Methoden unterschieden: Die empirische Studie, die Methodenstudie und die Theoriestudie. Eine empirische Studie bearbeitet eine Forschungsfrage mit Hilfe der Erhebung neuer Daten. Im Fokus einer Methodenstudie steht die Weiterentwicklung wissenschaftlicher Forschungsmethoden. Die Theoriestudie hingegen „präsentiert und bewertet auf der Basis einer Literaturrecherche den Forschungsstand“ (Döring & Bortz, 2016, S. 186). Das heißt, Theoriewerke verzichten darauf, eigene Daten zu erheben und auszuwerten. Dennoch sind sie für den wissenschaftlichen Forschungsfortschritt von großer Bedeutung, da Theoriewerke einzelne Studien zusammenfassen und bewerten. Dadurch kann ein umfassender Überblick über den aktuellen Forschungsstand eines Themengebiets gewonnen werden (Döring & Bortz, 2016).

Ein Vorteil von Theoriewerken ist, dass sie eigenständig ausgearbeitet werden können, ohne, dass Abhängigkeiten zu anderen Personen (z. B. Interviewpartnerinnen und -partnern) bestehen. Allerdings ist die systematische Recherchearbeit, die eine gute Theoriestudie erfordert, nicht zu unterschätzen. Bei der Vorgehensweise zur Erstellung einer Theoriestudie gibt es zwei Varianten. Entweder wird der aktuelle Forschungsstand in einem Review beziehungsweise Forschungsüberblick zusammengefasst oder es wird eine Metaanalyse durchgeführt, um die wichtigsten statistischen Ergebnisse bisher durchgeführter Studien zusammenzufassen. Der Review beziehungsweise Forschungsüberblick stellt den aktuellen Forschungsstand zu einem Thema dar und bewertet diesen. Es handelt sich

hierbei um eine reine Theoriearbeit. Die Metaanalyse hingegen fasst qualitative oder quantitative Ergebnisse von Studien, die bereits zu einem bestimmten Thema vorliegen, zusammen. Da bei einer Metaanalyse keine eigenen Daten erhoben werden, wird diese den Theoriestudien zugeordnet. Allerdings werden bei einer Metaanalyse trotzdem statistische Auswertungsmethoden angewandt, was diese von einem Review beziehungsweise Forschungsüberblick unterscheidet (Döring & Bortz, 2016).

Bei der Erstellung eines Reviews beziehungsweise Forschungsüberblicks ist die systematische Literaturanalyse eine etablierte Methode, um einen Überblick über eine große Menge an Informationen zu einem bestimmten Thema zu erhalten. Unter einer systematischen Literaturanalyse versteht man nach Petticrew und Roberts (2006) eine Vorgehensweise, mit der alle relevanten Studien zu einem bestimmten Thema umfassend identifiziert, bewertet und zusammengefasst werden. Mit Hilfe einer systematischen Literaturanalyse können wissenschaftliche Fragestellungen beantwortet und lückenhafte Bereiche, in denen es noch Bedarf für weiterführende Forschung gibt, sichtbar gemacht werden.

Die Herausforderung bei der Durchführung einer systematischen Literaturanalyse im Rahmen der Erstellung eines Reviews beziehungsweise Forschungsüberblicks, besteht darin, mit einer großen Menge an Informationen umzugehen (Petticrew & Roberts, 2006). Bei der Einordnung der Informationen beziehungsweise Theorien werden diese nach ihrer Reichweite unterschieden (Döring & Bortz, 2016). Mit Reichweite „ist der Umfang des Gegenstandsbereiches gemeint, auf den die Theorie anwendbar ist“ (Döring & Bortz, 2016, S. 166). Unterschieden wird zwischen Theorien geringer Reichweite, Theorien mittlerer Reichweite und Großtheorien. Die qualitative Forschung arbeitet hauptsächlich mit Theorien geringer Reichweite, die einzelne Sachverhalte in ihrem Kontext betrachten. Für die quantitative Forschung sind vor allem Theorien mittlerer Reichweite interessant. Im Fokus von Theoriearbeiten stehen jedoch hauptsächlich Großtheorien, also Theorien mit hohem Allgemeinheitsgrad, unter die

sich Theorien geringer und mittlerer Reichweite zusammenfassen lassen (Döring & Bortz, 2016).

Die Erstellung einer Theoriearbeit anhand der Durchführung einer systematischen Literaturanalyse ist nach Petticrew und Roberts (2006) dann sinnvoll, wenn es eine Forschungsfrage gibt, die noch offen beziehungsweise noch nicht abschließend beantwortet ist. Eine weitere wichtige Voraussetzung, die eine systematische Literaturanalyse sinnvoll macht, ist, dass es bereits Ansätze zur Beantwortung dieser Forschungsfrage gibt. Da dies bei den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit der Fall ist, soll im Rahmen dieser Masterthesis ein theorievergleichender Review beziehungsweise Forschungsüberblick mit Hilfe einer systematischen Literaturanalyse erstellt werden. Die Vorgehensweise zur Erstellung eines solchen Forschungsüberblicks wird im nachfolgenden Unterkapitel dargestellt.

3.3 Durchführung der Literaturrecherche und -analyse

Ziel einer systematischen Literaturanalyse ist es, Studien zu einem bestimmten Thema zu finden, zu sammeln und zusammenzufassen (Creswell, 2014). Zur Vorgehensweise bei einer Literaturanalyse finden sich in der Literatur verschiedene Ansätze. Für die Literaturanalyse im Rahmen dieser Arbeit wurden die Ansätze von Creswell (2014) sowie Webster und Watson (2002) ausgewählt. Auf deren Grundlage wird die in den nachfolgenden Unterkapiteln dargestellte Vorgehensweise für die Durchführung der Literaturrecherche und -analyse im Rahmen dieser Masterthesis erarbeitet.

3.3.1 Literaturrecherche

Die Literaturrecherche gliedert sich in vier Schritte (vgl. Abbildung 3): Im ersten Schritt werden Bibliotheken und Medien festgelegt, über die nach Literatur recherchiert werden soll (Creswell, 2014). Bei den Bibliotheken werden die Bayerische Staatsbibliothek, die Stadtbibliothek München und die Bibliothek der Hochschule München ausgewählt. Als weitere Recherchemöglichkeiten werden Google Scholar, Google und EBSCO Discovery Service genutzt. Über EBSCO besteht der Zugriff auf renommierte psychologische Fachzeitschriften, wie das Journal of Applied Psychology.

Im zweiten Schritt werden Schlüsselbegriffe festgelegt, die für die Suche nach Literatur in den verschiedenen Medien und Bibliotheken genutzt werden (Creswell, 2014). Da die Literatur zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit vorwiegend in englischer Sprache, teilweise aber auch in deutscher Sprache verfasst ist, werden sowohl englische als auch deutsche Schlüsselbegriffe verwendet. Als Schlüsselbegriffe verwendet werden: Entrepreneur, Founder, Personality, Entrepreneurial Personality, Self-Employment, Startup, Gründer, Existenzgründer, Unternehmer, Unternehmensgründer, Persönlichkeit, Gründerpersönlichkeit, Unternehmerpersönlichkeit.

Anschließend wird eine Vorgehensweise für die Literatursuche festgelegt, sodass diese strukturiert abläuft: Zu Beginn wird über die genannten Medien und Bibliotheken unter Verwendung der festgelegten Schlüsselbegriffe eine erste Recherche durchgeführt. Die Forschungsarbeiten, die dabei gefunden werden, werden inhaltlich grob geprüft und nach Thematik sortiert. Zudem wird das Literaturverzeichnis dieser Artikel überprüft. Interessant erscheinende Autorinnen und Autoren beziehungsweise Theorien, die in den Artikeln zitiert werden, werden herausgesucht und als Basis für eine zweite Recherche verwendet. Auch die im zweiten Recherchedurchgang gefundenen Forschungsarbeiten werden auf

ihre Qualität und Relevanz überprüft und anschließend nach Thematik sortiert. Die Forschungsarbeiten, die bei den beiden Recherchedurchgängen gefunden und für qualitativ hochwertig sowie relevant befunden werden, bilden die Basis für die Literaturanalyse (vgl. Kapitel 3.3.2) (Webster & Watson, 2002).

Zuletzt werden Auswahlkriterien festgelegt, die die recherchierten Artikel beziehungsweise Theorien erfüllen müssen, um für die Literaturanalyse genutzt zu werden. Wie in Kapitel 3.2 erläutert, unterscheiden sich Theorien in ihrer Reichweite. Für Theoriearbeiten, wie diese Masterthesis, sind nicht nur Theorien geringer und mittlerer Reichweite interessant (wie es in der empirischen Forschung der Fall ist), sondern vor allem Großtheorien mit hohem Allgemeingrad (Döring & Bortz, 2016). Ein weiteres wichtiges Auswahlkriterium ist, dass die Forschungsarbeiten, die für die Literaturanalyse verwendet werden, ausschließlich aus seriösen Quellen (wie renommierten Fachzeitschriften) stammen (Creswell, 2014). Des Weiteren wird für die Literaturanalyse im Rahmen dieser Arbeit lediglich kostenfrei verfügbare Literatur herangezogen.

Da es das Ziel dieser Masterthesis ist, einen Überblick über bisherige Forschungsarbeiten zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit herauszuarbeiten, soll es keine Beschränkungen hinsichtlich der Aktualität der für die Analyse verwendeten Forschungsarbeiten geben. Das heißt, es werden nicht nur aktuelle Forschungsarbeiten aus den letzten fünf Jahren für die Analyse herangezogen, sondern auch ältere Theorien, die die Grundlage der heutigen Forschung bilden (Creswell, 2014). Im Fokus der Literaturanalyse, die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt wird, stehen deutsche Forschungsarbeiten. Da es zu den Themen Unternehmerpersönlichkeit und Gründerpersönlichkeit aber auch viele internationale Forschungsansätze gibt, sollen diese zur Gewährleistung der Vollständigkeit auch in die Literaturanalyse miteinbezogen werden.



Abbildung 3. Literaturrecherche (eigene Darstellung nach Creswell, 2014, S. 31–32; Webster & Watson, 2002, S. xvi).

3.3.2 Literaturanalyse

Neben der Recherche nach Literatur ist das Lesen der recherchierten Literatur eine der wichtigsten Grundlagen, um eine gute Literaturanalyse erstellen zu können. Nach dem Lesen der gefundenen Literatur, muss das recherchierte Material strukturiert werden (Creswell, 2014; Döring & Bortz, 2016; Webster & Watson, 2002). Nach Döring und Bortz (2016) ist hierbei vor allem die grafische Darstellung von Theoriemodellen hilfreich. Dadurch können Strukturen sowie Lücken und Inkonsistenzen von Theorien sichtbar und vergleichbar gemacht werden. Auch Creswell (2014) schlägt für die Strukturierung der recherchierten Literatur eine grafische Darstellung vor. Während Döring und Bortz (2016) sich nicht explizit äußern, wie so eine grafische Darstellung aussehen soll, empfiehlt Creswell (2014) konkret, eine sogenannte „Literature Map“ zu erstellen. Diese Literature Map stellt, ähnlich einer Mind Map, eine visuelle Zusammenfassung der recherchierten Forschungsarbeiten dar. Wie so eine Literature Map im Detail aussieht, kann je nach Belieben der Erstellerin bzw. des Erstellers variieren. Dazu macht Creswell (2014) zwar unterschiedliche Vorschläge, gibt aber keine genaueren Vorgaben vor. Wie eine Literature Map möglicherweise aussehen kann, ist in Abbildung 4 dargestellt.

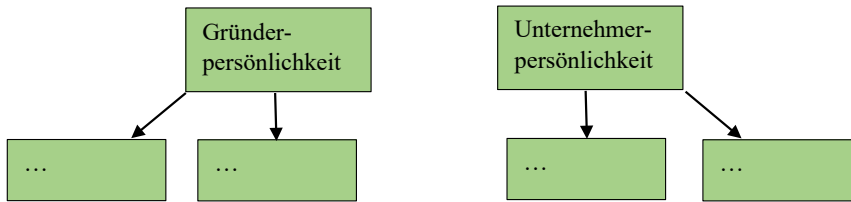


Abbildung 4. Beispiel einer Literature Map nach Creswell (eigene Darstellung nach Creswell, 2014, S. 36–37).

Webster und Watson (2002) empfehlen hingegen eine Visualisierung mit Hilfe einer Konzept-Matrix. In dieser Matrix werden die ausgewählten Forschungsarbeiten und die darin thematisierten Theorien einander gegenübergestellt. Mit Hilfe einer Konzept-Matrix (vgl. Tabelle 1) kann also auf einen Blick erfasst werden, welche Theorien in welchen Forschungsarbeiten thematisiert werden.

Tabelle 1. Beispiel einer Konzept-Matrix nach Webster und Watson (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).

Artikel	Konzepte/Theorien			
	A	B	C	...
1		X	X	
2	X	X		
...				

Für die systematische Literaturanalyse, die im Rahmen dieser Masterthesis durchgeführt wird, wird sowohl eine Konzept-Matrix (Webster & Watson, 2002) als auch eine Literature Map (Creswell, 2014) erstellt, da die beiden Vorgehensweisen die recherchierte Literatur von unterschiedlichen Perspektiven beleuchten. Die beiden Methoden werden zur Strukturierung der recherchierten Literatur verwendet und dienen somit als

Grundlage für die Literaturanalyse. Die Literaturanalyse selbst wird anhand von festgelegten Analyseebenen durchgeführt. Die Analyseebenen werden aus den Ergebnissen der Literature Map und der Konzept-Matrix abgeleitet (vgl. Kapitel 4.2). Vorab wird jedoch bereits festgelegt, dass im Rahmen der Literaturanalyse die folgenden vier Aspekte überprüft werden sollen:

- Der Beitrag, den eine Forschungsarbeit zur Erforschung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit leistet,
- der Einfluss der Forschungsarbeit auf den aktuellen Stand der Forschung,
- die Logik der Forschungsarbeit,
- sowie die Gründlichkeit, mit der die Forschungsarbeit das Thema Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit untersucht (Webster & Watson, 2002).

Ist die Literaturanalyse zum Stand der Forschung der Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit abgeschlossen, erfolgt zum Abschluss ein Vergleich des Stands der Forschung zur Gründerpersönlichkeit mit dem Stand der Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit. Anhand welcher Punkte die beiden Themen verglichen werden sollen, ergibt sich aus den Ergebnissen der Literaturanalyse.

4 Vorbereitung der Literaturanalyse

Das folgende Kapitel befasst sich mit den Ergebnissen der vorbereitenden Schritte im Rahmen der systematischen Literaturanalyse. Es werden die Ergebnisse der Literaturrecherche und der Literaturstrukturierung sowie die festgelegten Analyseebenen dargestellt und erläutert.

4.1 Literaturrecherche

Wie in Kapitel 3.3.1 erläutert, wurde zuerst eine systematische Literaturrecherche durchgeführt. Anhand der zuvor definierten Schlüsselbegriffe (Entrepreneur, Founder, Personality, Entrepreneurial Personality, Self-Employment, Startup, Gründer, Existenzgründer, Unternehmer, Unternehmensgründer, Persönlichkeit, Gründerpersönlichkeit, Unternehmerpersönlichkeit) wurde unter Verwendung der festgelegten Medien und Bibliotheken (Bayerische Staatsbibliothek, Stadtbibliothek München, Bibliothek der Hochschule München, Google Scholar, Google und EBSCO Discovery Service) nach Literatur zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit gesucht. Diese Suche ergab zahlreiche Treffer. Die meisten Treffer erzielte die Suche über EBSCO Discovery Service. Aber auch über OPACplus der Bayerischen Staatsbibliothek und Google Scholar wurden einige relevante Forschungsarbeiten gefunden. Vor allem die Suche nach den englischen Schlüsselwörtern (z. B. Entrepreneurial Personality) ergab zahlreiche Treffer. Um einordnen zu können, welche der Treffer für die Literaturanalyse im Rahmen dieser Arbeit relevant sind, wurden die Titel (und teilweise auch die Abstracts) der in der ersten Recherche gefundenen Forschungsarbeiten grob überprüft und die relevant erscheinenden Arbeiten ausgewählt. Bei diesem ersten Recherehdurchgang wurden 63 Forschungsarbeiten für die weitere Verwendung ausgewählt.

Die 63 ausgewählten Forschungsarbeiten wurden anschließend genauer überprüft, das heißt die Abstracts und teilweise auch direkt die Inhalte der einzelnen Arbeiten wurden gelesen. Nach dieser genaueren Überprüfung der Forschungsarbeiten wurden 42 Forschungsarbeiten für seriös, qualitativ hochwertig und relevant befunden. 21 Forschungsarbeiten, die aufgrund ihres Titels zunächst ausgewählt worden waren, wurden nach genauerem Lesen aussortiert. Einige Forschungsarbeiten wurden deshalb aussortiert, da sich herausstellte, dass diese Arbeiten entweder für die Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit doch nicht relevant oder die Quellen nicht seriös und qualitativ hochwertig genug waren.

Im nächsten Schritt wurden die Literaturverzeichnisse der 42 ausgewählten Forschungsarbeiten überprüft und für diese Arbeit interessant erscheinende Quellenangaben herausgesucht. Nach diesen Quellen wurde dann in einem zweiten Recherchedurchgang (wieder über die festgelegten Medien und Bibliotheken) gesucht. Dabei wurden 13 weitere Forschungsarbeiten gefunden, die ebenfalls auf ihre Relevanz für die Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit überprüft wurden.

Somit blieben nach den beiden Recherchedurchgängen 55 Forschungsarbeiten, die für seriös, qualitativ hochwertig und relevant befunden wurden und als Grundlage für die Literaturanalyse dienen. Diese für relevant befundenen Forschungsarbeiten wurden anschließend sortiert, indem sie entweder dem Thema Gründerpersönlichkeit oder dem Thema Unternehmerpersönlichkeit zugeordnet wurden. 29 Forschungsarbeiten wurden dem Thema Gründerpersönlichkeit zugeordnet, 23 Forschungsarbeiten dem Thema Unternehmerpersönlichkeit. Drei Forschungsarbeiten behandeln sowohl das Thema Gründerpersönlichkeit als auch das Thema Unternehmerpersönlichkeit und konnten somit keinem der beiden Themen eindeutig zugeordnet werden.

4.2 Strukturierung der Literatur

Wie in Kapitel 3.3.2 beschrieben, wurden die mit Hilfe der Literaturrecherche gefundenen Forschungsarbeiten zuerst gelesen und anschließend mit Hilfe grafischer Methoden strukturiert. Zur Strukturierung der Literatur wurden eine Konzept-Matrix nach Webster und Watson (2002) und eine Literature Map nach Creswell (2014) erstellt. Die Konzept-Matrix enthält eine Auflistung aller Forschungsarbeiten, die für die Literaturanalyse im Rahmen dieser Masterthesis verwendet wurden. Außerdem ist darin gekennzeichnet, welche Konzepte beziehungsweise Theorien Inhalt der jeweiligen Forschungsarbeiten sind.

Für eine übersichtlichere Darstellung wurden zwei Tabellen erstellt: Eine Tabelle mit einer Auflistung der Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit und eine zweite Tabelle mit einer Auflistung der Forschungsarbeiten zum Thema Unternehmerpersönlichkeit. Hierbei gilt es allerdings zu beachten, dass die beiden Auflistungen nicht abschließend sind. Da der Umfang der Masterthesis begrenzt ist, wurden für die Literaturanalyse die am wichtigsten erscheinenden Forschungsarbeiten zu den Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit ausgewählt, um einen grundsätzlichen Überblick über den Stand der Forschung der beiden Themen zu geben. Darüber hinaus gibt es noch einige weitere Forschungsarbeiten und Untersuchungen zur Unternehmerpersönlichkeit und zur Gründerpersönlichkeit, die in dieser Arbeit außen vor gelassen wurden.

Wie in Kapitel 3.3.1 bereits ausführlich beschrieben, sind vorab Kriterien festgelegt worden, nach denen die Forschungsarbeiten ausgewählt wurden. Neben Bibliotheken und Medien, die für die Literaturrecherche verwendet wurden, wurden auch Schlagwörter, mit Hilfe derer nach Literatur gesucht wurde, festgelegt. Zudem wurden Kriterien hinsichtlich der Reichweite und Seriosität der Quellen bestimmt. Um einen Überblick über die bisherige Forschung zu den beiden Themen zu erhalten,

wurden keine Beschränkungen hinsichtlich der Aktualität der für die Literaturanalyse verwendeten Forschungsarbeiten festgelegt. Allerdings wurde bei der Literaturrecherche und -auswahl darauf geachtet, dass sowohl ältere als auch neuere Forschungsarbeiten miteinbezogen werden. Dadurch kann bei der Literaturanalyse nicht nur der aktuelle Stand der Forschung ermittelt werden, sondern auch untersucht werden, wie sich die Forschung zur Gründerpersönlichkeit und zur Unternehmerpersönlichkeit im Laufe der Zeit weiterentwickelt hat.

Die Konzept-Matrix zum Thema Gründerpersönlichkeit (vgl. Tabelle 2) enthält in der linken Spalte eine chronologische Auflistung der 32 Forschungsarbeiten, die für die Literaturanalyse ausgewählt wurden. Darüber hinaus enthält die Tabelle drei weitere Spalten, die die Konzepte und Theorien, die in den jeweiligen Forschungsarbeiten behandelt werden, sichtbar machen. 18 der ausgewählten Forschungsarbeiten setzen sich mit Persönlichkeitseigenschaften auseinander, die Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen. Sechs Forschungsarbeiten untersuchen Persönlichkeitseigenschaften, die zum langfristigen Unternehmenserfolg führen. Zwölf Forschungsarbeiten behandeln weitere personenbezogene Faktoren (neben Persönlichkeitseigenschaften), die Gründer beeinflussen sowie ähnliche Themen, wie zum Beispiel den Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften im Rahmen von internationalen Gründungen oder Social Entrepreneurship.

Tabelle 2. Konzept-Matrix zur Gründerpersönlichkeit (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).

Artikel	Konzepte/Theorien		
	Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen	Persönlichkeitseigenschaften, die zum langfristigen Unternehmenserfolg führen	Weitere Einflussfaktoren auf Gründer / Ähnliche Themen
Brockhaus (1980)	X		
Crant (1996)	X		X
Göbel & Frese (1999)		X	
Utsch et al. (1999)	X		
Littunen (2000)	X		
Korunka et al. (2003)	X		
Singh & DeNoble (2003)			X
Schmitt-Rodermund (2005)			X
De Pillis & Reardon (2007)			X
Frank et al. (2007)		X	
Kessler & Frank (2009)		X	
Korunka et al. (2010)		X	
Shane et al. (2010)			X
Luca & Cazan (2011)	X		
Obschonka et al. (2011)		X	
Luca et al. (2012)	X		
Silva et al. (2012)	X		X
De Jong et al. (2013)		X	
Luca et al. (2013)	X		
Stuetzer et al. (2013)			X
Zeffane (2013)	X		
Caliendo et al. (2014)	X		

Nitu-Antonie et al. (2014)	X		
Popescu et al. (2014)	X		X
Caliendo et al. (2015)			X
Hatos et al. (2015)	X		
Irengün (2015)			X
Munoz-Bullón et al. (2015)			X
Colakoglu & Gözükar (2016)	X		
Karabulut (2016)	X		
Chaudhary (2017)	X		X
Obschonka et al. (2017)	X		
Anzahl	18	6	12

Auch die Konzept-Matrix zum Thema Unternehmerpersönlichkeit (vgl. Tabelle 3) enthält in der linken Spalte eine chronologische Auflistung der 26 für die Literaturanalyse ausgewählten Forschungsarbeiten. Zudem enthält die Tabelle vier weitere Spalten, die die Konzepte und Theorien zeigen, die in den Forschungsarbeiten untersucht werden. Zwölf der ausgewählten Forschungsarbeiten setzen sich mit Persönlichkeitseigenschaften auseinander, die Unternehmerinnen und Unternehmer von Personen, die nicht unternehmerisch tätig sind, abgrenzen. Vier Forschungsarbeiten behandeln Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers, die zu Unternehmenserfolg beziehungsweise zu Unternehmenswachstum führen. Neun Forschungsarbeiten untersuchen weitere personenbezogene Faktoren (neben Persönlichkeitseigenschaften), die Unternehmer beeinflussen sowie ähnliche Themen, wie beispielsweise den Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften im Rahmen von Social Entrepreneurship oder den Zusammenhang zwischen Persönlichkeitseigenschaften und der Zufriedenheit mit der Unternehmertätigkeit. Fünf Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit.

Tabelle 3. Konzept-Matrix zur Unternehmerpersönlichkeit (eigene Darstellung nach Webster & Watson, 2002, S. xvii).

Artikel	Konzepte/Theorien			
	Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen	Persönlichkeitseigenschaften, die zu Unternehmenserfolg/Unternehmenswachstum führen	Weitere Einflussfaktoren auf Unternehmer/Ähnliche Themen	Negative Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit
Littunen (2000)	X			
Lee & Tsang (2001)		X		
Legohérel et al. (2004)			X	
Beugelsdijk & Noorderhaven (2005)	X			
Zhao & Seibert (2006)	X			
Frank et al. (2007)		X		
Caliendo et al. (2011)	X			
Halim et al. (2011)	X			
Bengtsson et al. (2012)	X		X	
Lange (2012)			X	
Gupta & Muita (2013)			X	
Obschonka et al. (2013)			X	
Owens et al. (2013)		X		
Boz & Ergeneli (2014)	X		X	
Caliendo et al. (2014)	X			
Smith et al. (2014)			X	
Antoncic et al. (2015)	X		X	
DeNisi (2015)				X
Kolb & Wagner (2015)			X	

Lee-Ross (2015)	X			
Miller (2015)				X
Vantilborgh et al. (2015)	X	X		
Klotz & Neubaum (2016)				X
Miller (2016)				X
Miller & Le Breton-Miller (2017)				X
Obschonka und Stuetzer (2017)	X			
Anzahl	12	4	9	5

Neben der Konzept-Matrix wurden zudem Literature Maps erstellt. Die Literature Map soll, wie die Konzept-Matrix, einen Überblick über die recherchierte Literatur geben. Die Map enthält sämtliche Forschungsarbeiten, die im Rahmen der Literaturrecherche für die Literaturanalyse ausgewählt wurden. Allerdings stellt die Literature Map die für die Literaturanalyse vorgesehenen Forschungsarbeiten aus einem ganz anderen Blickwinkel dar als die Konzept-Matrix und bildet somit eine gute Ergänzung zu dieser. Die Literature Map ist wie eine klassische Mind Map aufgebaut. Dieser Aufbau macht es möglich, bereits konkrete Inhalte der recherchierten Forschungsarbeiten und deren Beziehungen zueinander sichtbar zu machen. Während es sich bei der Konzept-Matrix um eine reine Auflistung der recherchierten Forschungsarbeiten und der darin behandelten Konzepte und Theorien handelt, geht die Literature Map somit noch einen Schritt weiter. Neben den zentralen Inhalten der Studie ist aus der Literature Map auch ersichtlich, welche Ergebnisse die Untersuchungen dieser Inhalte in den Forschungsarbeiten ergeben haben.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit gibt es auch von der Literature Map zwei Ausführungen. Es wurde eine Map zum Thema Gründerpersönlichkeit (vgl. Abbildung 5) und eine Map zum Thema Unternehmerpersönlichkeit (vgl. Abbildung 6) erstellt. Der Aufbau der beiden Literature Maps

ist sehr ähnlich. In beiden Maps sind in den eckigen, blauen Kästen (die um die Überschriften Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit verteilt sind) die wesentlichen Konzepte und Theorien der ausgewählten Forschungsarbeiten dargestellt, die auch der Konzept-Matrix zu entnehmen sind. In einigen der Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit wurden beispielsweise die Persönlichkeitseigenschaften untersucht, die Gründer und Nicht-Gründer voneinander unterscheiden. Ein weiteres zentrales Untersuchungsthema sind die Persönlichkeitseigenschaften einer Gründerin bzw. eines Gründers, die zum langfristigen Unternehmenserfolg führen.

Unter diesen beiden Überschriften in den eckigen, blauen Kästen werden in der Literature Map bereits einige, der in diesem Zusammenhang untersuchten Persönlichkeitseigenschaften (Ellipsen), wie zum Beispiel Leistungsmotivation und Risikobereitschaft, genannt. Unterhalb der jeweiligen Persönlichkeitseigenschaften sind die Autorinnen und Autoren aufgelistet, die sich in ihren Forschungsarbeiten mit der Untersuchung dieser Eigenschaften befasst haben. Vor den Namen der Autorinnen und Autoren steht entweder ein grünes Pluszeichen oder ein rotes Minuszeichen. Ein Pluszeichen bedeutet in diesem Fall, dass die Autorin bzw. der Autor im Rahmen der Forschungsarbeit einen bedeutsamen Zusammenhang festgestellt hat, dass die untersuchte Persönlichkeitseigenschaft Gründer von Nicht-Gründern abgrenzt beziehungsweise zum langfristigen Unternehmenserfolg führt. Ein Minuszeichen bedeutet, dass die Autorin bzw. der Autor in der Untersuchung keinen bedeutsamen Zusammenhang festgestellt hat, dass die untersuchte Persönlichkeitseigenschaft Gründer von Nicht-Gründern abgrenzt beziehungsweise zum langfristigen Unternehmenserfolg führt. Je nachdem, ob für eine Persönlichkeitseigenschaft viele bedeutsame Zusammenhänge gefunden wurden oder nicht, ist die Ellipse mit der jeweiligen Persönlichkeitseigenschaft entweder grün (überwiegend bedeutsame Zusammenhänge gefunden) oder rot (überwiegend keine bedeutsamen Zusammenhänge gefunden) gefärbt. Ist die Ellipse grau ge-

färbt, heißt das, dass einige Untersuchungen für diese Persönlichkeitseigenschaft einen bedeutsamen Zusammenhang gefunden haben und andere nicht (etwa gleich viele bedeutsame wie nicht-bedeutsame Zusammenhänge).

In einigen der ausgewählten Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit werden auch andere Faktoren untersucht, die einen Einfluss auf die Person der Gründerin bzw. des Gründers haben. Diese Faktoren, wie zum Beispiel Gene oder Geschlecht, sind ebenfalls grafisch in der Literature Map dargestellt (Ellipse). Hier gilt dasselbe Farbschema, wie bei den Ellipsen, die die unterschiedlichen Persönlichkeitseigenschaften darstellen. Die Pfeile verdeutlichen, dass die dargestellten Faktoren möglicherweise die Person der Gründerin oder des Gründers sowie deren bzw. dessen Gründungsentscheidung beeinflussen. Darüber hinaus enthält die Literature Map auch die Themen, die in der Konzept-Matrix unter der Spalte „Ähnliche Themen“ (abgerundete Kästen) gelistet sind, wie zum Beispiel die Untersuchung des Einflusses von Persönlichkeitseigenschaften im Rahmen von internationalen Gründungen oder Social Entrepreneurship. Auch in diesem Fall verdeutlichen die Pfeile, dass eine oder mehrere Persönlichkeitseigenschaften möglicherweise einen Einfluss auf diese Themen haben.

Für die Literature Map zum Thema Unternehmerpersönlichkeit gelten grundsätzlich dieselben Erklärungen, wie soeben beispielhaft für das Thema Gründerpersönlichkeit erläutert. Zwar werden in der Map zur Unternehmerpersönlichkeit andere Themen und Inhalte aufgegriffen als in der Map zur Gründerpersönlichkeit, Aufbau und Struktur sind aber gleich. Auch die Bedeutung der Kürzel und Farben gilt für die Literature Map zum Thema Unternehmerpersönlichkeit analog zur Literature Map zum Thema Gründerpersönlichkeit.

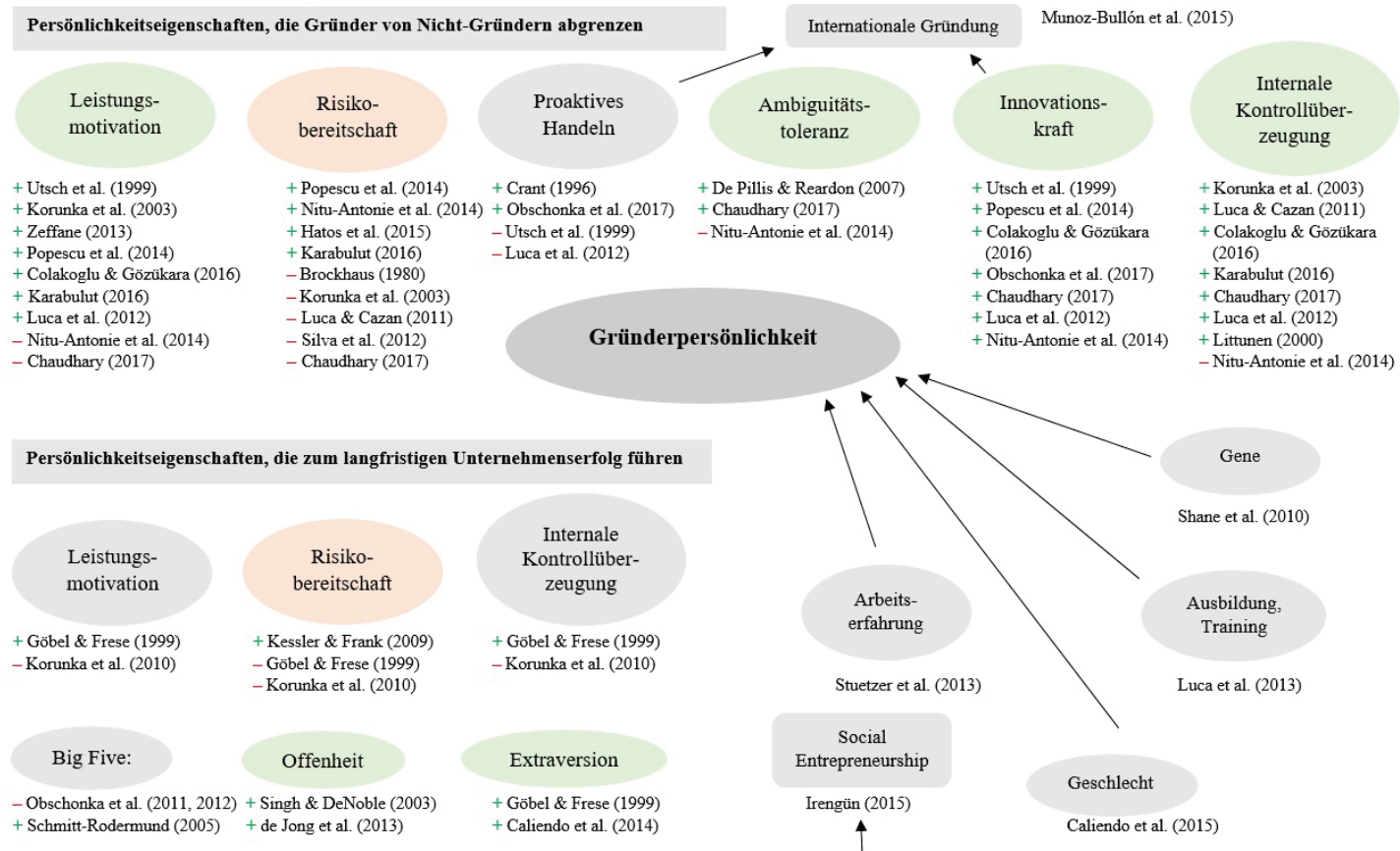


Abbildung 5. Literature Map zur Gründerpersönlichkeit.

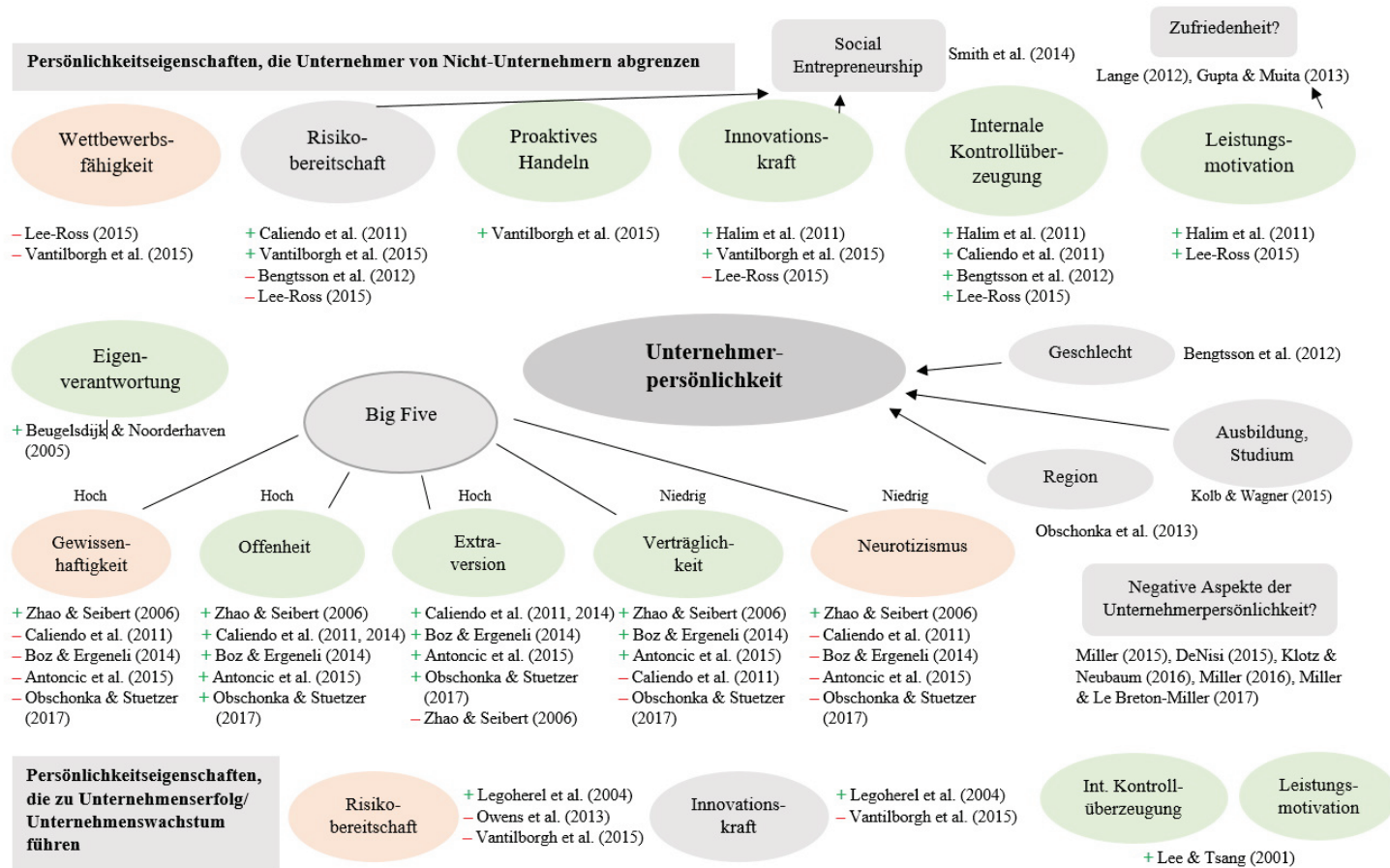


Abbildung 6. Literature Map zur Unternehmerpersönlichkeit.

4.3 Festlegung der Analyseebenen

Wie in Kapitel 3.3.2 beschrieben, wurden bereits vorab vier Aspekte festgelegt, die im Rahmen der Literaturanalyse überprüft werden sollen. Weitere Analyseebenen sollen nun, nach der Strukturierung der Literatur, bestimmt werden. Die weiteren Analyseebenen werden aus den Ergebnissen der Konzept-Matrix (Webster & Watson, 2002) sowie der Literature Map (Creswell, 2014) abgeleitet. Die vier bereits vorab festgelegten Analyseebenen nach Webster und Watson (2002) untersuchen:

- den Beitrag, den eine Forschungsarbeit zur Erforschung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit leistet,
- den Einfluss der Forschungsarbeit auf den aktuellen Stand der Forschung,
- die Logik der Forschungsarbeit,
- sowie die Gründlichkeit, mit der die Forschungsarbeit das Thema Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit untersucht.

Bei einer genaueren Betrachtung dieser vier Analyseebenen nach Webster und Watson (2002), fällt auf, dass es sich lediglich bei der ersten Ebene (Beitrag, den eine Forschungsarbeit zur Erforschung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit leistet) um eine inhaltliche Analyseebene handelt. Bei den anderen drei Analyseebenen (Einfluss, Logik und Gründlichkeit der Forschungsarbeit) steht hingegen die Bewertung der einzelnen Forschungsarbeiten im Fokus. Daher soll nun – ausgehend von der Konzept-Matrix und der Literature Map – die inhaltliche Analyseebene für jedes der beiden Themen (Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit) differenziert betrachtet und darauf aufbauend konkretere inhaltliche Analyseebenen entwickelt werden. Die drei bereits festgelegten Analyseebenen, die die Bewertung der For-

schungsarbeiten fokussieren, werden sowohl für das Thema Gründerpersönlichkeit als auch für das Thema Unternehmerpersönlichkeit beibehalten.

Die zentralen inhaltlichen Themen, die in den Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit untersucht werden, sind die Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen sowie die Persönlichkeitseigenschaften einer Gründerin bzw. eines Gründers, die zum langfristigen Unternehmenserfolg führen. Die Ergebnisse, die die ausgewählten Forschungsarbeiten zu diesen beiden Themen liefern, sollen im Rahmen der Literaturanalyse inhaltlich anhand folgender Fragestellungen untersucht werden: Für welche Persönlichkeitseigenschaften gibt es bedeutsame Ergebnisse? Können die Gründerpersönlichkeit und ihre unternehmerischen Erfolgsaussichten mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig beschrieben werden? Oder gibt es gegensätzliche Ansätze? Darüber hinaus untersuchen einige der Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit auch andere Faktoren, die die Gründerinnen bzw. Gründer und deren Erfolg (neben den Persönlichkeitseigenschaften) beeinflussen. Diese personenbezogenen Einflussfaktoren spielen in dieser Arbeit eine eher untergeordnete Rolle, da die Untersuchung der Gründerpersönlichkeit (beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit) im Fokus der Masterthesis steht. Dennoch sollen auch diese Einflussfaktoren der Vollständigkeit halber in der Literaturanalyse berücksichtigt werden, um zu verdeutlichen, wie weitläufig und komplex die Forschung zur Gründerpersönlichkeit ist. Die Analyse dieser Einflussfaktoren erfolgt anhand der Fragestellungen: Welche weiteren Faktoren beeinflussen die Gründungsentscheidung beziehungsweise den Erfolg einer Gründung? Welche Verknüpfungen dieser Einflussfaktoren gibt es zu den zuvor untersuchten Persönlichkeitseigenschaften?

Darauf aufbauend wurde für die Untersuchung der Literatur zum Thema Gründerpersönlichkeit das in Tabelle 4 dargestellte Analyseraster mit sechs Analyseebenen festgelegt. Die Tabelle zur Darstellung des Analyserasters besteht aus drei Spalten. Die erste Spalte gibt den Bereich an,

dem sich die einzelnen Analyseebenen zuordnen lassen. Die zweite Spalte enthält die zugehörigen Analyseebenen. Zum besseren Verständnis enthält die Tabelle eine weitere Spalte, in der jede Analyseebene genauer beschrieben wird. Für das Analyseraster zum Thema Gründerpersönlichkeit wurden zwei Bereiche, Inhalt und Bewertung der Relevanz und Qualität, festgelegt. Beide Bereiche bestehen aus jeweils drei Analyseebenen.

Tabelle 4. Analyseraster für die Untersuchung der Literatur zur Gründerpersönlichkeit.

Bereich	Analyseebene	Beschreibung
Inhalt	Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen	Für welche Persönlichkeitseigenschaften gibt es bedeutsame Ergebnisse? Kann die Gründerpersönlichkeit mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig beschrieben werden? Oder gibt es gegensätzliche Ansätze?
	Persönlichkeitseigenschaften, die zum langfristigen Unternehmenserfolg führen	Für welche Persönlichkeitseigenschaften gibt es bedeutsame Ergebnisse? Können die unternehmerischen Erfolgsaussichten der Gründerin bzw. des Gründers mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig beschrieben werden? Oder gibt es gegensätzliche Ansätze?
	Weitere Einflussfaktoren auf Gründerinnen und Gründer	Welche weiteren Faktoren beeinflussen die Gründungsentscheidung beziehungsweise den Erfolg einer Gründung? Welche Verknüpfungen dieser Einflussfaktoren gibt es zu den zuvor untersuchten Persönlichkeitseigenschaften?

Bewertung der Relevanz und Qualität	Einfluss der Forschungsarbeiten auf den aktuellen Stand der Forschung	Inwiefern haben die untersuchten Forschungsarbeiten den aktuellen Stand der Forschung beeinflusst? Haben sie die Forschung vorangebracht?
	Logik der Forschungsarbeiten	Sind die Forschungsarbeiten logisch aufgebaut? Sind die Ergebnisse nachvollziehbar?
	Gründlichkeit, mit der die Forschungsarbeiten das Thema Gründerpersönlichkeit untersucht	Wird das Thema Gründerpersönlichkeit gründlich untersucht? Wird das Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet?

Das Analyseraster für die Untersuchung der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit ist ähnlich aufgebaut. Für die Analyse der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit werden ebenfalls die drei Analyseebenen verwendet, in deren Fokus die Bewertung der Relevanz und der Qualität der Forschungsarbeiten steht. Dies gewährleistet eine gute Vergleichbarkeit beim anschließenden Vergleich des Stands der Forschung der Unternehmerpersönlichkeit mit dem Stand der Forschung der Gründerpersönlichkeit. Zusätzlich sollen auch für das Thema Unternehmerpersönlichkeit, aufbauend auf den Ergebnissen der Konzept-Matrix und der Literature Map, konkrete inhaltliche Analyseebenen entwickelt werden. Die zentralen Themen, die in den Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit gefunden wurden, sind die Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen sowie die Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers, die zu Unternehmenserfolg beziehungsweise Unternehmenswachstum führen. Anhand der Literaturanalyse sollen die Ergebnisse der Forschungsarbeiten zu diesen beiden Themen untersucht werden: Für welche Persönlichkeitseigenschaften wurden bedeutsame Ergebnisse gefunden? Können die Unternehmerpersönlichkeit und ihr unternehmerischer Erfolg beziehungsweise das unternehmerische Wachstum mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig erklärt werden? Oder gibt es gegensätzliche Erkenntnisse?

Darüber hinaus beinhaltet auch die Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit einige Forschungsarbeiten, die (neben den Persönlichkeitseigenschaften) auch andere Faktoren, die die Unternehmerin bzw. den Unternehmer und den Erfolg beeinflussen, betrachten. Diese sollen im Rahmen der Literaturanalyse ebenfalls untersucht werden: Welche weiteren Faktoren beeinflussen eine Unternehmerin bzw. einen Unternehmer beziehungsweise den Erfolg eines Unternehmens? Welche Verknüpfungen dieser Einflussfaktoren gibt es zu den zuvor untersuchten Persönlichkeitseigenschaften? Wie aus Tabelle 3 ersichtlich ist, gibt es in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit darüber hinaus noch ein weiteres Thema, das in einigen der Forschungsarbeiten thematisiert wird. Im Gegensatz zur Forschung zur Gründerpersönlichkeit, untersucht die Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit in einigen Publikationen auch die negativen Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit. Diese sollen ebenfalls in die Literaturanalyse miteinbezogen werden: Welche negativen Aspekte wurden in Zusammenhang mit der Unternehmerpersönlichkeit festgestellt? Gibt es „problematische“ Persönlichkeitseigenschaften, die eine erfolgreiche Unternehmerin bzw. einen erfolgreichen Unternehmer ausmachen?

Darauf aufbauend wurde für die Analyse der Literatur zum Thema Unternehmerpersönlichkeit das in Tabelle 5 dargestellte Analyseraster mit sieben Analyseebenen festgelegt. Auch die Tabelle mit der Darstellung des Analyserasters zum Thema Unternehmerpersönlichkeit gliedert sich in die drei Spalten Bereich, Analyseebene und Beschreibung. Das Analyseraster zur Untersuchung der Unternehmerpersönlichkeit setzt sich aus vier inhaltlichen und drei bewertenden Analyseebenen zusammen.

Tabelle 5. Analyseraster für die Untersuchung der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit.

Bereich	Analyseebene	Beschreibung
Inhalt	Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen	Für welche Persönlichkeitseigenschaften wurden bedeutsame Ergebnisse gefunden? Kann die Unternehmerpersönlichkeit mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig erklärt werden? Oder gibt es gegensätzliche Erkenntnisse?
	Persönlichkeitseigenschaften, die zu Unternehmenserfolg/Unternehmenswachstum führen	Für welche Persönlichkeitseigenschaften gibt es bedeutsame Ergebnisse? Können die unternehmerischen Erfolgsaussichten des Unternehmers und dessen unternehmerisches Wachstum mit Hilfe der Ergebnisse der Forschungsarbeiten eindeutig erklärt werden? Oder gibt es gegensätzliche Erkenntnisse?
	Weitere Einflussfaktoren auf Unternehmerinnen und Unternehmer	Welche weiteren Faktoren beeinflussen eine Unternehmerin oder einen Unternehmer beziehungsweise den Erfolg eines Unternehmens? Welche Verknüpfungen dieser Einflussfaktoren gibt es zu den zuvor untersuchten Persönlichkeitseigenschaften?
	Negative Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit	Welche negativen Aspekte wurden in Zusammenhang mit der Unternehmerpersönlichkeit festgestellt? Gibt es „schlechte“ Persönlichkeitseigenschaften, die einen erfolgreichen Unternehmer ausmachen?
Bewertung der Relevanz und Qualität	Einfluss der Forschungsarbeiten auf den aktuellen Stand der Forschung	Inwiefern haben die untersuchten Forschungsarbeiten den aktuellen Stand der Forschung beeinflusst? Haben sie die Forschung vorangebracht?
	Logik der Forschungsarbeiten	Sind die Forschungsarbeiten logisch aufgebaut? Sind die Ergebnisse nachvollziehbar?

	Gründlichkeit, mit der die Forschungsarbeiten das Thema Unternehmerpersönlichkeit untersuchen	Wird das Thema Unternehmerpersönlichkeit gründlich untersucht? Wird das Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet?
--	---	--

Mit Hilfe dieser beiden Analyseraster sollen die ausgewählten Forschungsarbeiten nachfolgend analysiert werden. Dabei wird Schritt für Schritt nach den einzelnen Analyseebenen vorgegangen. Die Analyse erfolgt für die Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit getrennt. Die Ergebnisse der beiden Analysen werden anschließend miteinander verglichen.

5 Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse zur Gründerpersönlichkeit

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse zum Thema Gründerpersönlichkeit anhand des festgelegten Analyserasters dargestellt. Die Analyse erfolgt Schritt für Schritt für jede der sechs zuvor definierten Analyseebenen.

5.1 Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht-Gründern abgrenzen

Die meisten der ausgewählten Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit beschäftigen sich mit der Untersuchung von Persönlichkeitseigenschaften, die Gründer von Nicht-Gründern unterscheiden. In den verschiedenen Forschungsarbeiten wurden in diesem Zusammenhang unterschiedliche Persönlichkeitseigenschaften untersucht. Bei den Eigenschaften, die besonders häufig, das heißt in mehreren der Forschungsarbeiten untersucht wurden, handelt es sich um Leistungsmotivation, Risikobereitschaft, proaktives Handeln, Ambiguitätstoleranz, Innovationskraft und internale Kontrollüberzeugung. Diese Persönlichkeitseigenschaften decken sich größtenteils mit den fünf Persönlichkeitseigenschaften (Leistungsmotivation, Risikobereitschaft, internale Kontrollüberzeugung, Ambiguitätstoleranz und Durchsetzungsvermögen), die McClelland (1965) in seiner Untersuchung zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit festlegte (vgl. Kapitel 2.3).

Erweitert werden McClellands Persönlichkeitseigenschaften in der untersuchten Literatur zur Gründerpersönlichkeit um die Eigenschaften proaktives Handeln und Innovationskraft. Diese Erkenntnis unterstützt die in Kapitel 2.3 getätigte Aussage, dass McClellands Untersuchung für die weitere Forschung zur Gründerpersönlichkeit und zur Unternehmerpersönlichkeit von großer Bedeutung ist, die beiden Themen aber noch nicht

vollumfänglich beschreibt. Möglicherweise haben spätere Forschungsarbeiten aus diesem Grund zusätzlich die Persönlichkeitseigenschaften proaktives Handeln und Innovationskraft in ihre Untersuchungen miteinbezogen. Eine proaktive Persönlichkeit zeichnet sich dadurch aus, dass sie die Initiative zu einer Handlung ergreift und vorausplanend handelt (Crant, 1996). Die Innovationskraft bezeichnet die Fähigkeit zur Umsetzung neuer Ideen (Schlick, 1995).

Zehn der gefundenen Forschungsarbeiten untersuchen, ob sich Gründerinnen bzw. Gründer anhand der Persönlichkeitseigenschaft Leistungsmotivation von Nicht-Gründern abgrenzen. Acht Forschungsarbeiten bejahen dies, darunter auch die deutsche Studie von Utsch, Rauch, Rothfuß und Frese (1999). Utsch et al. (1999) untersuchten die Persönlichkeitseigenschaften von insgesamt 102 Unternehmensgründerinnen und -gründern und stellten ihre Ergebnisse den Resultaten einer Studie gegenüber, die die Persönlichkeitseigenschaften von angestellten Managerinnen und Managern untersucht. Der Vergleich ergab, dass sich die Unternehmensgründerinnen und -gründer in der Persönlichkeitseigenschaft Leistungsmotivation eindeutig von den angestellten Managerinnen und Managern unterscheiden. Im Vergleich zu dieser Gruppe wiesen die Unternehmensgründerinnen und -gründer eine deutlich höhere Leistungsmotivation auf. Zu dem Ergebnis, dass sich Gründerinnen bzw. Gründer durch eine hohe Leistungsmotivation auszeichnen, kam auch die österreichische Studie von Korunka, Frank, Lueger und Mugler (2003). Im Gegensatz zu Utsch et al. (1999), verglichen Korunka et al. (2003) in ihrer Studie die Persönlichkeitseigenschaften von angehenden Unternehmensgründern mit denen von bereits länger als Selbständige tätigen Unternehmern.

Eine andere Herangehensweise zur Untersuchung der Thematik wählten Luca, Cazan und Tomulescu (2012), Zeffane (2013), Luca, Cazan und Tomulescu (2013), Popescu, Maxim und Diaconu (2014), Colakoglu und Gözükar (2016) sowie Karabulut (2016). Die genannten Forschenden befragten im Rahmen ihrer internationalen Studien Studierende. Zeffane

(2013), Popescu et al. (2014), Colakoglu und Gözükara (2016) sowie Karabulut (2016) betrachteten in ihren Forschungsarbeiten den Zusammenhang verschiedener Persönlichkeitseigenschaften von Studierenden mit deren Absicht, ein Unternehmen zu gründen. Die Datenerhebung erfolgte durch Fragebögen. Luca et al. (2012) und Luca et al. (2013) verglichen die Persönlichkeitseigenschaften von Studierenden, die einen Entrepreneurship Kurs an der Universität besuchten, mit den Persönlichkeitseigenschaften der Studierenden, die diesen Kurs nicht besuchten. Luca et al. (2012) und Luca et al. (2013) gingen davon aus, dass die Studierenden, die den Entrepreneurship Kurs besuchen, nach dem Studium ein Unternehmen gründen. Alle aufgezählten Studien ergaben, dass die Studierenden, die die Absicht haben nach dem Studium ein Unternehmen zu gründen, eine deutlich höhere Leistungsmotivation aufweisen als die übrigen Studierenden.

Auch Nitu-Antonie, Sirghi, Hategan, Feder und Socoliuc (2014) sowie Chaudhary (2017) befragten in ihren Studien Studierende. Allerdings fanden diese beiden Untersuchungen keinen Zusammenhang zwischen der Leistungsmotivation der Studentinnen und Studenten und deren Absicht, ein Unternehmen zu gründen. Diese Abweichungen von der Mehrzahl der Studienergebnisse lassen sich unter Umständen dadurch erklären, dass die Studierenden-Untersuchungen lediglich Personen jeweils einer Universität befragt haben. Es ist davon auszugehen, dass Studien, die Studierende mehrerer unterschiedlicher Universitäten befragen, repräsentativere Ergebnisse liefern. Zudem ist nicht klar, welche Fächer die befragten Personen studieren. Möglicherweise unterscheiden sich die Studierenden unterschiedlicher Fachschaften in ihren Persönlichkeitseigenschaften.

Im Zuge der kritischen Betrachtung der Ergebnisse der Forschungsarbeiten, kann darüber hinaus auch in Frage gestellt werden, ob die Befragung von Studierenden für die Beschreibung der Gründerpersönlichkeit überhaupt repräsentativ ist. Da nicht eindeutig festgelegt ist, zu welchem Zeitpunkt aus einem Gründer ein Unternehmer wird, ist die Befragung von Studierenden in diesem Zusammenhang aus Sicht der Autorin dieser Arbeit durchaus sinnvoll. Wie bereits in Kapitel 2.2.1 erläutert, ist

der Zeitraum, in dem man von einer Gründerin bzw. einem Gründer spricht relativ kurz. Daher wird es als sinnig erachtet, auch gründungswillige Personen, die zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht gegründet haben, in die Untersuchungen zur Gründerperson miteinzubeziehen.

Eine weitere Persönlichkeitseigenschaft, die in den für die Literaturanalyse ausgewählten Forschungsarbeiten häufig thematisiert wird, ist die Risikobereitschaft. Im Gegensatz zur Leistungsmotivation liefern die verschiedenen Studien bei der Untersuchung der Risikobereitschaft von Gründerinnen und Gründern gegensätzliche Ergebnisse. Während die Studien von Luca et al. (2012), Luca et al. (2013), Popescu et al. (2014), Nitu-Antonie et al. (2014), Hatos, Hatos, Badulescu und Badulescu (2015) sowie Karabulut (2016) einen Zusammenhang zwischen der Risikobereitschaft einer Person und deren Absicht ein Unternehmen zu gründen feststellten, fanden die Studien von Brockhaus (1980), Korunka et al. (2003), Luca und Cazan (2011), Silva, Couto und Coelho (2012), Colakoglu und Gözükar (2016) sowie Chaudhary (2017) keinen solchen Zusammenhang. Nach Luca et al. (2012), Luca et al. (2013), Popescu et al. (2014), Nitu-Antonie et al. (2014) und Karabulut (2016) weisen Studierende, die die Absicht haben nach ihrem Studium ein Unternehmen zu gründen, eine höhere Risikobereitschaft auf als Studierende, die diese Absicht nicht haben. Auch Hatos et al. (2015) fand mittels der Analyse von Daten einer rumänischen Studie heraus, dass die Risikobereitschaft von Gründerinnen bzw. Gründern höher ausgeprägt ist als die von Nicht-Gründern.

Im Gegensatz dazu konnte Brockhaus (1980) in seiner Studie keinen Unterschied zwischen Gründern und Nicht-Gründern hinsichtlich ihrer Risikobereitschaft feststellen. Auch Korunka et al. (2003) stellten in ihrer Untersuchung keine deutlich erhöhte Risikobereitschaft bei angehenden Gründerinnen und Gründern im Vergleich zu selbständigen Unternehmerinnen bzw. Unternehmern fest. Luca und Cazan (2011), Silva et al. (2012), Colakoglu und Gözükar (2016) sowie Chaudhary (2017) fanden bei der Befragung von Studierenden ebenfalls keinen Zusammenhang zwischen der Risikobereitschaft der befragten Personen und deren Absicht ein

Unternehmen zu gründen. Von den zwölf Forschungsarbeiten, die die Risikobereitschaft von Gründerinnen und Gründern untersuchen, halten sechs Arbeiten Risikobereitschaft für keine Persönlichkeitseigenschaft, anhand derer sich Gründer von Nicht-Gründern unterscheiden lassen. Dem gegenüber stehen sechs Forschungsarbeiten, die Gründer als risikobereiter einstufen als Nicht-Gründer. Es gibt also kein eindeutiges Ergebnis. Elf der Forschungsarbeiten wurden im Zeitraum von 2003 bis 2017, also im 21. Jahrhundert verfasst. Eine mögliche Erklärung für das uneindeutige Ergebnis könnte somit der Wandel in der Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts sein. Dieses Zeitalter ist auch für angestellte Arbeitnehmende durch Unsicherheiten geprägt, woraus gefolgert werden kann, dass eine gewisse Risikobereitschaft nicht nur für angehende Unternehmerinnen und Unternehmer, sondern auch für angestellte Arbeitnehmende eine nützliche Persönlichkeitseigenschaft ist. Auch die unterschiedlichen Methoden, mit denen der Zusammenhang zwischen der Risikobereitschaft einer Person und deren Absicht ein Unternehmen zu gründen in den verschiedenen Forschungsarbeiten untersucht wurde, könnten eine Erklärung für die gegensätzlichen Ergebnisse sein.

Ähnlich sieht es bei der Persönlichkeitseigenschaft proaktives Handeln aus. Auch hier liefern die ausgewählten Forschungsarbeiten unterschiedliche Ergebnisse. Die Persönlichkeitseigenschaft proaktives Handeln wurde in fünf der analysierten Forschungsarbeiten untersucht. Während Crant (1996), Luca et al. (2012) sowie Luca et al. (2013) in ihren Studien zu dem Ergebnis kamen, dass Studierende, die die Absicht haben ein Unternehmen zu gründen, proaktiver handeln, konnten die beiden anderen Studien diesen Zusammenhang nicht bestätigen. Obschonka, Hakkarainen, Lonka und Salmela-Aro (2017) fanden in ihrer Studie zwar einen Zusammenhang zwischen der Proaktivität einer Person und deren unternehmerischer Wachsamkeit. Ein Zusammenhang zwischen Proaktivität und der Absicht einer Person ein Unternehmen zu gründen, konnte nach Obschonka et al. (2017) allerdings nicht nachgewiesen werden. Auch Utsch et al. (1999) fanden keine Unterschiede zwischen Gründern und

Nicht-Gründern hinsichtlich proaktivem Handeln. Somit bestätigen nur drei der fünf Forschungsarbeiten, dass sich Gründerinnen bzw. Gründer durch eine höhere Proaktivität auszeichnen als Nicht-Gründer. Die anderen beiden Studien verneinen dies. Es kann also nicht eindeutig aus den Ergebnissen abgeleitet werden, ob es einen Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Proaktivität einer Person und deren Absicht, ein Unternehmen zu gründen gibt oder nicht. Nicht zuletzt liegt das auch an der geringen Anzahl an Forschungsarbeiten, die zum Thema proaktives Handeln zur Analyse vorliegen.

Auch zur Persönlichkeitseigenschaft Ambiguitätstoleranz gibt es kein eindeutiges Ergebnis. Chaudhary (2017) fand im Rahmen seiner Studie einen Zusammenhang zwischen der Ambiguitätstoleranz von Studierenden und deren Absicht nach dem Studium ein Unternehmen zu gründen. Die Studierenden, die angaben, nach dem Studium ein Unternehmen gründen zu wollen, wiesen eine deutlich höhere Ambiguitätstoleranz auf als die übrigen Teilnehmenden. Nitu-Antonie et al. (2014) sowie Colakoglu und Gözükar (2016) stellten in ihren Untersuchungen hingegen keinen solchen Zusammenhang fest. Sowohl bei der Untersuchung der Ambiguitätstoleranz als auch bei der Untersuchung des proaktiven Handelns könnten die unterschiedlichen Methoden, mit denen die Zusammenhänge in den verschiedenen Forschungsarbeiten untersucht wurden, eine Erklärung für die gegensätzlichen Ergebnisse sein.

Für die Persönlichkeitseigenschaft Innovationskraft sind die Ergebnisse hingegen eindeutiger. Die Eigenschaft Innovationskraft wurde in vier der für die Analyse ausgewählten Forschungsarbeiten untersucht und als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern bestätigt. Die Studie von Utsch et al. (1999) ergab, dass Unternehmensgründer eine deutlich höhere Innovationskraft aufweisen als angestellte Managerinnen und Manager. Die Untersuchungen von Nitu-Antonie et al. (2014), Colakoglu und Gözükar (2016) sowie Chaudhary (2017) bestätigen dies. Laut den genannten Studien besitzen Studierende, die nach ihrem Studium eine

Unternehmensgründung beabsichtigen, eine wesentlich höhere Innovationskraft als die übrigen Studierenden.

Neben der Innovationskraft wurde in fünf weiteren Studien die Kreativität als Unterscheidungsmerkmal von Studierenden mit und ohne Gründungsabsichten untersucht. Aufgrund der Parallelen, die die beiden Eigenschaften Innovationskraft und Kreativität aufweisen, wurden die Untersuchungen zur Kreativität in die Analyse der Studien zur Innovationskraft miteinbezogen. Damit steigt die Zahl der Forschungsarbeiten, die sich mit Innovationskraft als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern auseinandersetzen, auf neun. Die Studien zur Kreativität von Luca und Cazan (2011), Luca et al. (2012), Luca et al. (2013) und Popescu et al. (2014) unterstützen die Ergebnisse der Forschungsarbeiten zur Innovationskraft. Laut diesen vier Studien sind Studierende mit Gründungsabsichten kreativer als andere Studierende. Nach Obschonka et al. (2017) hingegen unterscheiden sich Studierende mit Gründungsabsichten hinsichtlich ihrer Kreativität nicht von Studierenden ohne Gründungsabsichten. Dass die Studie zur Kreativität von Obschonka et al. (2017) gegensätzliche Ergebnisse liefert, könnte daraus folgen, dass die beiden Eigenschaften Kreativität und Innovationskraft zwar auf der einen Seite viele Gemeinsamkeiten aufweisen, sich auf der anderen Seite aber auch in manchen Aspekten unterscheiden. In der Literatur wird die Kreativität als eine Eigenschaft beschrieben, die sich auf das Denken beschränkt. Mit Innovation ist hingegen die Umsetzung des Gedachten gemeint (Schlick, 1995).

Die Persönlichkeitseigenschaft interne Kontrollüberzeugung wird in zehn der ausgewählten Forschungsarbeiten untersucht, von denen neun die interne Kontrollüberzeugung als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern bestätigen. Den Studien von Littunen (2000) und Korunka et al. (2003) zufolge zeichnen sich angehende Unternehmensgründerinnen und -gründer durch eine höhere interne Kontrollüberzeugung aus als selbständige Unternehmerinnen und Unternehmer. Auch Luca und Cazan (2011), Luca et al. (2012), Luca et al. (2013), Ca-

liendo, Fossen und Kritikos (2014), Colakoglu und Gözükar (2016), Karabulut (2016) sowie Chaudhary (2017) kamen zu dem Ergebnis, dass Personen mit Gründungsabsichten eine höhere interne Kontrollüberzeugung aufweisen als Personen ohne Gründungsabsichten. In der Studie von Nitu-Antonie et al. (2014) hingegen konnte dieser Zusammenhang nicht nachgewiesen werden. Dennoch überwiegt die Anzahl der Studien, die die interne Kontrollüberzeugung als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern bestätigen, deutlich. Nitu-Antonie et al. (2014) liefern in der Diskussion am Ende ihrer Forschungsarbeit selbst einen möglichen Grund, warum ihre Studie ein gegensätzliches Ergebnis liefert. Die Studie von Nitu-Antonie et al. (2014) wurde an einer rumänischen Universität durchgeführt. Laut den Autorinnen wurde das Ergebnis der Studie möglicherweise von politischen, sozialen und wirtschaftlichen Unsicherheiten in Rumänien beeinflusst.

Betrachtet man die Ergebnisse zusammenfassend, ergibt sich folgendes Bild: Für die Persönlichkeitseigenschaften Leistungsmotivation, Innovationskraft und interne Kontrollüberzeugung waren die Ergebnisse der analysierten Studien eindeutig. Die drei Eigenschaften wurden in nahezu allen untersuchten Forschungsarbeiten als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern bestätigt. Die Studien ergaben, dass Gründerinnen bzw. Gründer und Personen mit Gründungsabsichten eine höhere Leistungsmotivation, eine höhere Innovationskraft und eine höhere interne Kontrollüberzeugung aufweisen als Nicht-Gründer und Personen ohne Gründungsabsichten. Für die Persönlichkeitseigenschaften Risikobereitschaft, proaktives Handeln und Ambiguitätstoleranz ergaben die untersuchten Forschungsarbeiten jedoch kein eindeutiges Ergebnis. Während einige der Studien die drei genannten Eigenschaften als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern bestätigten, konnten andere den genannten Zusammenhang nicht nachweisen. Somit liefern die Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit, die für die Literaturanalyse ausgewählt wurden, zwar erste Ansätze, aber noch keine vollstän-

dige und abschließende Beschreibung der Gründerpersönlichkeit. Die Ansätze von McClelland (1965) und Müller (2000) (vgl. Kapitel 2.3) konnten nur teilweise bestätigt werden. Zwar liefern die untersuchten Studien einige wichtige Erkenntnisse zur Persönlichkeit der Gründerin bzw. des Gründers, kommen aber bei der Untersuchung mancher Persönlichkeitseigenschaften zu gegensätzlichen Ergebnissen.

5.2 Persönlichkeitseigenschaften, die zu langfristigem Unternehmenserfolg führen

Neben den Persönlichkeitseigenschaften als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern, wurde in manchen der für die Analyse ausgewählten Forschungsarbeiten zudem untersucht, welche der Persönlichkeitseigenschaften einer Gründerin bzw. eines Gründers zu langfristigem Unternehmenserfolg führen. Untersucht wurden hierzu die drei Persönlichkeitseigenschaften Leistungsmotivation, Risikobereitschaft und internale Kontrollüberzeugung. Zudem wurden die Big Five Persönlichkeitseigenschaften überprüft. Im Gegensatz zu den Unterscheidungsmerkmalen von Gründern und Nicht-Gründern, spielt der Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitseigenschaften von Gründerinnen und Gründern und deren langfristigem Unternehmenserfolg in den ausgewählten Forschungsarbeiten eine eher nebengeordnete Rolle. Mit dem Zusammenhang zwischen den Gründereigenschaften nach McClelland (1965) (Leistungsmotivation, Risikobereitschaft und internale Kontrollüberzeugung) und dem langfristigen Unternehmenserfolg befassten sich lediglich die drei Forschungsarbeiten von Göbel und Frese (1999), Kessler und Frank (2009) sowie Korunka, Kessler, Frank und Lueger (2010).

Göbel und Frese (1999) befragten in ihrer Studie Gründerinnen und Gründer aus Frankfurt und Umgebung. Die Persönlichkeitseigenschaften der Befragten wurden mittels Fragebogen erhoben. Der Erfolg der noch sehr jungen Unternehmen wurde mit Hilfe eines Erfolgsindex berechnet,

der sich aus Unternehmenswachstum, Unternehmensgröße, Arbeitszufriedenheit und Einkommen der Unternehmensgründerin bzw. des -gründers zusammensetzt. Die Untersuchung ergab, dass Unternehmen von gründenden Personen, die eine hohe Leistungsmotivation aufweisen, erfolgreicher sind als Unternehmen von Gründerinnen und Gründern mit einer geringen Leistungsmotivation. Auch Korunka et al. (2010) untersuchten im Rahmen ihrer Forschungsarbeit, ob ein Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Leistungsmotivation von Gründerinnen und Gründern und dem Unternehmenserfolg besteht. Im Gegensatz zu Göbel und Frese (1999) führten Korunka et al. (2010) zu diesem Zweck eine Langzeit-Studie durch. Korunka et al. (2010) ermittelten mit Hilfe eines Fragebogens die Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmensgründerinnen und -gründern. Mehrere Jahre später wurde der Erfolg der entsprechenden Unternehmen gemessen. Die Messung ergab, dass sich der langfristige Unternehmenserfolg nicht auf die Ausprägung bestimmter Persönlichkeitseigenschaften der Gründerin oder des Gründers zum Gründungszeitpunkt, wie eine hohe Leistungsmotivation, zurückführen lässt. Lediglich der mittelfristige Erfolg eines Unternehmens (drei bis vier Jahre nach der Gründung) ließ sich durch die Ausprägung der Persönlichkeitseigenschaften der Gründer vorhersagen.

Auch der Zusammenhang zwischen der Ausprägung der internalen Kontrollüberzeugung einer gründenden Person und deren Unternehmenserfolg wurde in den Studien von Göbel und Frese (1999) sowie von Korunka et al. (2010) untersucht. Bei der Untersuchung der internalen Kontrollüberzeugung stellten Göbel und Frese (1999) fest, dass erfolgreiche Gründerinnen und Gründer eine höhere Ausprägung dieser Persönlichkeitseigenschaft aufweisen als weniger erfolgreiche Personen. Im Gegensatz dazu ergab die Studie von Korunka et al. (2010), dass der langfristige Unternehmenserfolg nicht durch die Ausprägung der internalen Kontrollüberzeugung der Unternehmensgründerin bzw. des -gründers bestimmt werden kann. Es gibt also für beide Persönlichkeitseigenschaften – Leis-

tungsmotivation und internale Kontrollüberzeugung – kein eindeutiges Ergebnis, ob diese den Erfolg eines Unternehmens bestimmen oder nicht. Vergleicht man die Studien von Göbel und Frese (1999) und Korunka et al. (2010) miteinander, fällt auf, dass die Studie von Korunka et al. (2010) eine Langzeit-Studie ist, die Studie von Göbel und Frese (1999) hingegen nicht. Anders als Korunka et al. (2010) messen Göbel und Frese (1999) die Persönlichkeitseigenschaften der gründenden Personen und deren Unternehmenserfolg nicht zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten, die mehrere Jahre auseinanderliegen, sondern zum selben Zeitpunkt, nämlich dem Zeitpunkt kurz nach der Unternehmensgründung. Da der Erfolg eines Unternehmens in der Regel erst nach längerer Zeit des Bestehens sichtbar wird, ist es fraglich, ob die Studie von Göbel und Frese (1999) hier zuverlässige Ergebnisse liefert.

Der Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Risikobereitschaft einer Gründerin bzw. eines Gründers und des Unternehmenserfolgs wurde ebenfalls in den Studien von Göbel und Frese (1999) sowie Korunka et al. (2010) untersucht. Zudem beschäftigten sich auch Kessler und Frank (2009) in ihrer Forschungsarbeit mit dem Thema. Während Göbel und Frese (1999) sowie Korunka et al. (2010) keinen Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Risikobereitschaft einer Gründerin bzw. eines Gründers und des langfristigen Unternehmenserfolgs fanden, kamen Kessler und Frank (2009) zu dem Ergebnis, dass eine hohe Risikobereitschaft bei angehenden Unternehmensgründerinnen und -gründern einen positiven Einfluss auf deren Gründungserfolg hat. In ihrer Studie beobachteten Kessler und Frank (2009) Gründerinnen und Gründer über einen Zeitraum von drei Jahren, beginnend ab dem Zeitpunkt, ab dem die Teilnehmenden Absichten zur Unternehmensgründung äußerten. Ähnlich wie bei Korunka et al. (2010) wurden die Personen also zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten befragt. Die Teilnehmenden wurden zu dem Zeitpunkt, an dem sie erstmals Gründungsabsichten äußerten, gebeten, einen Fragebogen auszufüllen, der unter anderem die Persönlichkeitseigenschaften der angehenden Gründerinnen und Gründer untersuchte. Drei Jahre später wurde

geschaut, welche der Teilnehmenden tatsächlich ein erfolgreich laufendes Unternehmen gegründet haben. Die Studie ergab, dass die Unternehmen der besonders risikobereiten Gründerinnen und Gründer erfolgreicher waren als die Unternehmen der weniger risikobereiten Teilnehmenden. Es gibt also kein eindeutiges Ergebnis, ob die Risikobereitschaft einer gründenden Person deren Gründungserfolg bestimmt oder nicht. Zwei der untersuchten Forschungsarbeiten sprechen dagegen, eine dafür. Dabei gilt es allerdings zu beachten, dass Kessler und Frank (2009) zwar einen positiven Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Risikobereitschaft einer angehenden Gründerin bzw. eines angehenden Gründers und dem Gründungserfolg gefunden haben, dieser aber sehr gering ist.

Neben den Gründereigenschaften nach McClelland (1965) (Leistungsmotivation, Risikobereitschaft und internale Kontrollüberzeugung) wurden in drei der ausgewählten Forschungsarbeiten auch die Big Five Persönlichkeitseigenschaften hinsichtlich ihres Einflusses auf den langfristigen Unternehmenserfolg untersucht. Darunter ist auch die Studie von Göbel und Frese (1999), die in diesem Zusammenhang allerdings nur eine der Big Five Persönlichkeitseigenschaften, nämlich die Extraversion, untersucht. Nach Göbel und Frese (1999) sind Unternehmen von extravertierten Gründerinnen und Gründern erfolgreicher als Unternehmen von weniger extravertierten Personen. Die Studie von De Jong, Song und Song (2013) ergab hingegen, dass die Ausprägung der Extraversion einer Gründerin bzw. eines Gründers keine Auswirkung auf den Unternehmenserfolg hat. De Jong et al. (2013) untersuchten auch die übrigen vier Big Five Persönlichkeitseigenschaften und kamen zu folgenden Ergebnissen: Eine hohe Offenheit und ein niedriger Neurotizismus haben einen positiven Effekt auf den Unternehmenserfolg. Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit haben hingegen keine direkten Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg. Obschonka, Silbereisen und Schmitt-Rodermund (2011) untersuchten den genannten Zusammenhang ebenfalls für alle fünf Big Five Persönlichkeitseigenschaften. Vor der Durchführung der Untersuchung definierten die Autoren und die Autorin folgendes unternehmerisches Big Five

Profil: Hohe Gewissenhaftigkeit, hohe Offenheit, hohe Extraversion, niedrige Verträglichkeit sowie niedriger Neurotizismus. Anschließend wurden die Persönlichkeitseigenschaften von Gründerinnen und Gründern und dem Unternehmenserfolg zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten gemessen. Die Untersuchung ergab, dass zwischen einem unternehmerischen Big Five Profil und dem Unternehmenserfolg kein Zusammenhang besteht.

Somit konnte für keine der acht untersuchten Persönlichkeitseigenschaften ein bedeutsamer Zusammenhang mit dem Unternehmenserfolg festgestellt werden. Zu dieser Feststellung kommt auch die Studie von Frank, Lueger und Korunka (2007). Frank et al. (2007) beschränkten sich im Rahmen ihrer Untersuchung nicht darauf, den Zusammenhang einzelner Persönlichkeitseigenschaften mit dem Unternehmenserfolg zu erforschen, sondern verglichen darüber hinaus, wie stark der Einfluss der Persönlichkeit auf den Unternehmenserfolg im Vergleich zum Einfluss auf die Gründungsabsichten einer Person ist. Die Untersuchung ergab, dass die Persönlichkeit eines Unternehmensgründers Auswirkungen auf die Gründungsabsichten einer Person hat. Auswirkungen auf deren langfristigen Unternehmenserfolg konnten nicht festgestellt werden. Zusammenfassend kann also festgestellt werden, dass die verschiedenen Forschungsarbeiten zwar teilweise gegensätzliche Ergebnisse liefern, die Anzahl der Forschungsarbeiten, die keinen Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitseigenschaften einer Gründerin bzw. eines Gründers und dem langfristigen Unternehmenserfolg festgestellt haben, aber dennoch leicht überwiegen. Trotzdem kann dieser Zusammenhang aufgrund der untersuchten Studien nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden, da nur eine sehr geringe Anzahl an Studien zu diesem Thema analysiert wurde. Das liegt daran, dass die Auswirkung der Gründerpersönlichkeit auf den langfristigen Unternehmenserfolg eine eher nebensache Rolle spielt. In dieser Arbeit geht es in erster Linie darum, die Gründerpersönlichkeit und die Unternehmerpersönlichkeit an sich zu beschreiben.

5.3 Weitere Einflussfaktoren auf Gründer

In einigen der ausgewählten Forschungsarbeiten wurden nicht nur die Persönlichkeitseigenschaften von Gründerinnen und Gründern untersucht, sondern auch andere personenbezogene Faktoren, die die gründenden Personen und ihr Verhalten beeinflussen. Zu diesen weiteren Einflussfaktoren zählen Ausbildung und Studium, Arbeitserfahrung, Kultur, Familie, Geschlecht und Gene. Der Einfluss von Ausbildung und Studium wird in den Studien von Crant (1996), Popescu et al. (2014) sowie Chaudhary (2017) neben dem Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften untersucht. Die Untersuchung von Crant (1996) ergab, dass Master-Studierende höhere Gründungsabsichten aufweisen als Bachelor-Studierende. Auch Popescu et al. (2014) und Chaudhary (2017) stellten im Rahmen ihrer Studie einen Zusammenhang zwischen der Studienwahl von Studierenden und deren Gründungsabsichten fest. Nach Popescu et al. (2014) und Chaudhary (2017) weisen Studierende mit einem betriebswirtschaftlichen Studium höhere Gründungsabsichten auf als andere Studierende.

Die Studie von Stuetzer, Obschonka, Davidsson und Schmitt-Rodermund (2013) untersucht den Einfluss von Arbeitserfahrung auf die Gründungsabsichten einer Person. Dabei kamen Stuetzer et al. (2013) zu dem Ergebnis, dass angehende Gründerinnen und Gründer, die zuvor in unterschiedlichen Bereichen Arbeitserfahrungen gesammelt haben, bei der Gründung eines Unternehmens erfolgreicher sind als Personen, die nur in einem speziellen Bereich eine Expertise besitzen.

Neben der Arbeitserfahrung wurden in den ausgewählten Forschungsarbeiten auch kulturelle Einflüsse auf Gründerinnen und Gründer untersucht. De Pillis und Reardon (2007) erhoben in ihrer Studie die Persönlichkeitseigenschaften von Studierenden und verglichen diese mit den Gründungsabsichten der Befragten. Diese Untersuchung führten sie zweimal durch – einmal mit amerikanischen Studierenden in den USA und einmal mit irischen Studierenden in Irland. Anschließend verglichen sie die Ergebnisse der beiden Studien miteinander und kamen zu dem Ergebnis,

dass die Gründungsabsichten von amerikanischen Studierenden durch andere Persönlichkeitseigenschaften beeinflusst werden als die Gründungsabsichten von irischen Studierenden. Beispielsweise wurde bei der Befragung der amerikanischen Studierenden festgestellt, dass es einen Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Leistungsmotivation und den Gründungsabsichten gibt. Bei den irischen Studierenden konnte dieser Zusammenhang zwischen Leistungsmotivation und Gründungsabsichten nicht nachgewiesen werden. Auch Popescu et al. (2014) untersuchten den Zusammenhang zwischen der Ausprägung unterschiedlicher Persönlichkeitseigenschaften von Studierenden und deren Gründungsabsichten. Im Rahmen dieser Studie wurden sowohl rumänische als auch moldawische Studierende befragt. Im Gegensatz zu de Pillis und Reardon (2007) fanden Popescu et al. (2014) allerdings keine Unterschiede zwischen den Nationalitäten. Eine Ursache für die gegensätzlichen Ergebnisse könnte sein, dass in der Studie von Stuetzer et al. (2013) Studierende aus unterschiedlichen Kontinenten befragt wurden. In der Studie von Popescu et al. (2014) wurden hingegen Studierende aus zwei europäischen Nachbarländern befragt.

Crant (1996), Singh und DeNoble (2003), Schmitt-Rodermund (2005), Silva et al. (2012), Popescu et al. (2014) sowie Chaudhary (2017) untersuchten in ihren Forschungsarbeiten den Einfluss des familiären Umfelds auf die Gründungsabsichten einer Person. Nach Crant (1996) ist bei den in seiner Studie befragten Studierenden, die eine besonders hohe Gründungsabsicht aufwiesen, mindestens ein Elternteil selbst Unternehmer. Auch die Studien von Singh und DeNoble (2003), Schmitt-Rodermund (2005), Popescu et al. (2014) und Chaudhary (2017) ergaben, dass es bei Studierenden, die einen Unternehmensgründer in der Familie oder im engeren Freundeskreis haben, wahrscheinlicher ist, dass sie nach dem Studium selbst ein Unternehmen gründen. Nach Silva et al. (2012) hingegen gibt es keinen Zusammenhang zwischen den Gründungsabsichten einer Person und der unternehmerischen Aktivität von deren Familienmitgliedern. Dass Silva et al. (2012) zu einem anderen Ergebnis kommen als

die übrigen Forschungsarbeiten, könnte darin liegen, dass Silva et al. (2012) in ihrer Studie keine Studierenden, sondern Schülerinnen und Schüler befragten. Möglicherweise sind die Gründungsabsichten bei Schülerinnen und Schülern noch nicht so stark ausgeprägt wie bei Studierenden, sodass bei den Schülerinnen und Schülern auf Grund des jüngeren Alters noch kein Zusammenhang zwischen deren Gründungsabsichten und dem Einfluss des familiären Umfelds festgestellt werden konnte.

Ein weiterer personenbezogener Einflussfaktor, der in vier der ausgewählten Forschungsarbeiten untersucht wurde, ist das Geschlecht der Gründerinnen und Gründer. Der Zusammenhang zwischen dem Geschlecht einer Person und deren Gründungsabsichten wird in den Studien von Crant (1996), Singh und DeNoble (2003), Popescu et al. (2014) sowie Caliendo, Fossen, Kritikos und Wetter (2015) untersucht. Die Untersuchungen von Crant (1996), Singh und DeNoble (2003) sowie Popescu et al. (2014) ergaben, dass Männer eher Gründungsabsichten aufweisen als Frauen. Während in den Forschungsarbeiten von Crant (1996), Singh und DeNoble (2003) und Popescu et al. (2014) der Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf die Gründungsabsichten einer Person im Fokus steht und der Einfluss des Geschlechts auf die Gründungsabsichten nur nebenbei erforscht wird, beschäftigen sich Caliendo et al. (2015) in ihrer Forschungsarbeit ausschließlich mit diesem Thema. Caliendo et al. (2015) stellen in ihrer Studie nicht nur fest, dass das Geschlecht einen Einfluss auf die Gründungsabsichten einer Person hat, sie untersuchen auch die Ursachen, warum dies der Fall ist. Nach Caliendo et al. (2015) gründen deutlich mehr Männer ein Unternehmen als Frauen. Einen Erklärungsansatz für diese Tatsache bilden die unterschiedlichen Persönlichkeitseigenschaften von Männern und Frauen. Die Studie ergab, dass Männer eine höhere Risikobereitschaft aufweisen als Frauen, die nach Caliendo et al. (2015) positiv mit höheren Gründungsabsichten korreliert. Die Ergebnisse der Forschungsarbeiten zum Einfluss des Geschlechts auf die Gründungsabsichten einer Person sind also eindeutig. Alle vier Studien kommen zu dem Ergebnis, dass Männer eher ein Unternehmen gründen als Frauen.

In einer der ausgewählten Forschungsarbeiten wird darüber hinaus auch der Einfluss von Genen auf die Gründungsabsichten einer Person untersucht. Shane, Nicolaou, Cherkas und Spector (2010) untersuchten in ihrer Forschungsarbeit, ob genetische Faktoren Unterschiede in den Big Five Persönlichkeitseigenschaften und Gründungsabsichten einer Person beeinflussen. Die Untersuchung ergab, dass Gene den Zusammenhang zwischen Extraversion und Gründungsabsichten sowie zwischen Offenheit und Gründungsabsichten beeinflussen. Für die übrigen drei Big Five Eigenschaften konnte kein Einfluss durch Gene festgestellt werden.

Neben den sechs genannten personenbezogenen Einflussfaktoren setzen sich zwei der gefundenen Forschungsarbeiten auch mit den Themen Social Entrepreneurship und internationale Gründung auseinander. Irengün und Arikboga (2015) betrachten in ihrer Forschungsarbeit das Thema Social Entrepreneurship. Dazu befragten sie Studierende und untersuchten den Zusammenhang zwischen deren Persönlichkeitseigenschaften und der Absicht ein Unternehmen zu gründen. Allerdings untersuchten Irengün und Arikboga (2015) in ihrer Forschungsarbeit nicht die Absicht ein Unternehmen im Allgemeinen zu gründen, sondern die Intention, ein soziales Unternehmen zu gründen. Unter einem sozialen Unternehmen versteht man nach Irengün und Arikboga (2015) ein innovatives, nachhaltiges Unternehmen, das darauf ausgerichtet ist, soziale Probleme zu lösen. Laut den Ergebnissen dieser Untersuchung haben vor allem besonders extravertierte Studierende die Absicht, ein soziales Unternehmen zu gründen.

Mit dem Thema internationale Gründung setzt sich die Forschungsarbeit von Munoz-Bullón, Sánchez-Bueno und Vos-Saz (2015) auseinander. Munoz-Bullón et al. (2015) befragten im Rahmen ihrer Studie Unternehmensgründerinnen und -gründer, die planten in ausländische Märkte zu exportieren. Die Untersuchung ergab, dass Personen, die sich durch eine hohe Proaktivität und Innovationskraft auszeichnen, bei der Erschließung ausländischer Märkte erfolgreicher sind als Gründerinnen und Gründer, bei denen die genannten Persönlichkeitseigenschaften nicht so stark ausgeprägt sind.

Da sowohl zum Thema Social Entrepreneurship als auch zum Thema Gründung internationaler Unternehmen nur jeweils eine Forschungsarbeit untersucht wurde, lassen sich aus den beiden Studien schwer weitere Schlüsse beziehungsweise Vergleiche mit den zuvor analysierten Forschungsarbeiten ziehen. Die Ausführungen machen aber deutlich, wie weit verzweigt die Forschung zur Gründerpersönlichkeit bereits ist. Viele der Forschungsarbeiten, die im Rahmen der Literaturrecherche zur Gründerpersönlichkeit gefunden wurden, untersuchen nicht nur den Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften auf die Gründungsabsichten beziehungsweise den Gründungserfolg einer Person, sondern auch andere personenbezogene Einflussfaktoren. So wird das Thema Gründerpersönlichkeit aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Von den sechs untersuchten weiteren personenbezogenen Einflussfaktoren, kann – anhand der Ergebnisse der Literaturanalyse – der Einfluss der Faktoren Familie, Ausbildung und Studium sowie Geschlecht auf die Gründungsabsichten einer Person bestätigt werden. Für die anderen drei Einflussfaktoren gab es entweder gegensätzliche Ergebnisse oder zu wenige Studien, um im Rahmen dieser Literaturanalyse eine gültige Aussage dazu treffen zu können.

5.4 Bewertung der Forschungsarbeiten zum Thema Gründerpersönlichkeit

Nach der inhaltlichen Analyse der Literatur zum Thema Gründerpersönlichkeit erfolgt abschließend die Bewertung der Relevanz und Qualität der Forschungsarbeiten. Die analysierten Forschungsarbeiten haben den aktuellen Stand der Forschung zur Gründerpersönlichkeit in jedem Fall vorangebracht und wichtige Erkenntnisse geliefert. Mit Hilfe der untersuchten Studien lassen sich die typischen Eigenschaften von Gründerinnen und Gründern zumindest teilweise beschreiben. Dennoch ist die Forschung zu diesem Thema noch nicht abgeschlossen. Es gibt noch offene Fragen, die mit Hilfe der aktuell vorhandenen Forschungsarbeiten nicht

abschließend beantwortet werden konnten und weiterer Forschung bedürfen. Eine abschließende und umfassende Charakterisierung der Gründerpersönlichkeit ist anhand der analysierten Forschungsarbeiten aktuell noch nicht möglich. Der Grundstein hierfür ist aber gelegt. Die analysierten Studien bieten eine gute Grundlage, auf die weitere Forschungen aufbauen können.

Der Aufbau und die Ergebnisse der untersuchten Forschungsarbeiten sind logisch und nachvollziehbar. Allerdings kommen manche der Studien bei der Untersuchung bestimmter Persönlichkeitseigenschaften zu gegensätzlichen Ergebnissen. Möglicherweise liegt das an den teils sehr unterschiedlichen Stichproben, die im Rahmen der Studien befragt wurden. Für die zukünftige Forschung wäre es wichtig, die Ergebnisse der Studien vergleichbarer zu machen, indem die Methoden und Stichproben, die für die Untersuchungen verwendet werden, angeglichen werden. Auch wenn die analysierten Forschungsarbeiten die Beschreibung der Gründerpersönlichkeit noch nicht abschließend ermöglichen, liefern sie wichtige Erkenntnisse. Die Gründerpersönlichkeit wird in den ausgewählten Studien intensiv untersucht. Die meisten der analysierten Forschungsarbeiten beschränken sich dabei nicht nur auf den Vergleich von Gründern und Nicht-Gründern anhand ihrer Persönlichkeitseigenschaften, sondern beleuchten das Thema Gründerpersönlichkeit auch aus anderen Blickwinkeln. Das Thema wird also nicht isoliert, sondern im Zusammenspiel mit anderen Einflussfaktoren, die sich auf die Gründungsabsichten beziehungsweise den Gründungserfolg einer Person auswirken, betrachtet.

6 Ergebnisse der systematischen Literaturanalyse zur Unternehmerpersönlichkeit

Nach der systematischen Literaturanalyse zur Gründerpersönlichkeit werden im folgenden Kapitel die Forschungsarbeiten zum Thema Unternehmerpersönlichkeit anhand der zuvor definierten Analyseebenen analysiert.

6.1 Persönlichkeitseigenschaften, die Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen

Der größte Teil der Forschungsarbeiten zum Thema Unternehmerpersönlichkeit, die für die Literaturanalyse ausgewählt wurden, untersuchen Persönlichkeitseigenschaften, mit Hilfe derer sich Unternehmer von Nicht-Unternehmern unterscheiden lassen. Dabei untersuchen die verschiedenen Forschungsarbeiten unterschiedliche Persönlichkeitseigenschaften. Die Persönlichkeitseigenschaften, die in den ausgewählten Studien am häufigsten und intensivsten untersucht werden, sind zum einen die Big Five Persönlichkeitseigenschaften (Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Extraversion, Verträglichkeit, Neurotizismus) und zum anderen die Eigenschaften Wettbewerbsfähigkeit, Risikobereitschaft, proaktives Handeln, Innovationskraft, internale Kontrollüberzeugung, Leistungsmotivation und Eigenverantwortung. Bei Letzteren handelt es sich zum großen Teil um die Persönlichkeitseigenschaften, die McClelland (1965) zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit festlegte.

Unter Wettbewerbsfähigkeit als Persönlichkeitseigenschaft versteht man nach Lee-Ross (2015) die Bereitschaft, sich im Wettbewerb mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern nicht wie allgemein üblich zu verhalten, sondern auch neue, unübliche Strategien zu verfolgen. Die Wettbewerbsfähigkeit als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern wird in den Forschungsarbeiten von Lee-Ross

(2015) sowie Vantilborgh, Joly und Pepermans (2015) untersucht. Vantilborgh et al. (2015) befragten im Rahmen ihrer Studie belgische Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Angestellte. Sie ließen die Teilnehmenden beider Gruppen einen Fragebogen zur Persönlichkeit ausfüllen und verglichen anschließend deren Ergebnisse. Vantilborgh et al. (2015) kamen zu dem Ergebnis, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Angestellte nicht anhand der Ausprägung der Wettbewerbsfähigkeit unterscheiden lassen. Auch Lee-Ross (2015) verglich in seiner Studie die Persönlichkeitseigenschaften von selbständigen Unternehmerinnen und Unternehmern und Angestellten. Im Gegensatz zu Vantilborgh et al. (2015) kam Lee-Ross (2015) zu dem Ergebnis, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer durch eine höhere Wettbewerbsfähigkeit auszeichnen als Angestellte. Es gilt jedoch zu beachten, dass die Studie von Lee-Ross (2015) zwar einen Zusammenhang zwischen der Wettbewerbsfähigkeit und der unternehmerischen Tätigkeit einer Person festgestellt hat, dieser Effekt aber nicht besonders stark ist.

Mit der Persönlichkeitseigenschaft Risikobereitschaft setzen sich vier der untersuchten Forschungsarbeiten auseinander. Caliendo, Fossen und Kritikos (2011), Bengtsson, Sanandaji und Johannesson (2012), Lee-Ross (2015) sowie Vantilborgh et al. (2015) untersuchten in ihren Studien, ob Unternehmer risikobereiter sind als Angestellte. Während in den Studien von Caliendo et al. (2011), Lee-Ross (2015) und Vantilborgh et al. (2015) die Unterschiede zwischen Unternehmerinnen bzw. Unternehmern und Angestellten hinsichtlich ihrer Persönlichkeitseigenschaften im Fokus stehen, untersuchten Bengtsson et al. (2012) in ihrer Studie in erster Linie, inwiefern Geschlechterunterschiede im Unternehmertum durch Geschlechterunterschiede in den Persönlichkeitseigenschaften erklärt werden können. Im Zuge dieser Untersuchung verglichen Bengtsson et al. (2012) auch die Ausprägung der Risikobereitschaft von Unternehmern und Nicht-Unternehmern. Alle vier Studien ergaben, dass Unternehmer eine höhere

Risikobereitschaft aufweisen als Nicht-Unternehmer. Für die Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaft Risikobereitschaft liefern die ausgewählten Forschungsarbeiten somit ein eindeutiges Ergebnis.

Mit dem proaktiven Handeln einer Person als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern setzt sich hingegen lediglich eine der untersuchten Forschungsarbeiten, die Studie von Vantilborgh et al. (2015), auseinander. Nach Vantilborgh et al. (2015) zeichnen sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer durch eine deutlich höhere Proaktivität aus als Nicht-Unternehmer. Es liegen allerdings keine weiteren Studien zur Literaturanalyse vor, die dieses Ergebnis bestätigen könnten.

Die Innovationskraft als Persönlichkeitseigenschaft, anhand derer sich Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen lassen, wird hingegen in drei der ausgewählten Forschungsarbeiten untersucht. Halim, Muda und Amin (2011) sowie Vantilborgh et al. (2015) kommen zu dem Ergebnis, dass sich Unternehmer in der Ausprägung ihrer Innovationskraft von Nicht-Unternehmern unterscheiden. Laut den beiden Studien sind Unternehmer innovativer als Nicht-Unternehmer. Auch Lee-Ross (2015) untersuchte diesen Zusammenhang im Rahmen seiner Studie. Im Gegensatz zu Halim et al. (2011) und Vantilborgh et al. (2015) kam Lee-Ross (2015) jedoch zu dem Ergebnis, dass sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer nicht aufgrund ihrer Innovationskraft voneinander unterscheiden lassen. Lee-Ross (2015) selbst findet dieses Ergebnis überraschend und macht die für die Befragung verwendeten Fragebögen dafür verantwortlich. Laut Lee-Ross (2015) sind die Fragen zur Innovationskraft missverständlich, was möglicherweise dazu geführt haben könnte, dass die Teilnehmenden der Studie die Fragen falsch verstanden und daher anders beantwortet haben.

Mit der internalen Kontrollüberzeugung als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern beschäftigen sich die Studien von Littunen (2000), Halim et al. (2011), Caliendo et al. (2011), Bengtsson et al. (2012) und Lee-Ross (2015). Littunen (2000) untersuchte

in seiner Studie, wie sich typische Eigenschaften der Unternehmerpersönlichkeit im Zeitverlauf verändern. Die Studie ergab, dass sich Gründerinnen und Gründer kurz nach der Gründung durch eine höhere interne Kontrollüberzeugung auszeichnen als Nicht-Gründer. Zu einem späteren Messzeitpunkt, wenn aus einem Gründer ein Unternehmer geworden ist, ist das nach Littunen (2000) allerdings nicht mehr der Fall. Die vier Studien von Halim et al. (2011), Caliendo et al. (2011), Bengtsson et al. (2012) und Lee-Ross (2015) kamen nach einem Vergleich der Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmern und Nicht-Unternehmern hingegen zu dem Ergebnis, dass Unternehmerinnen bzw. Unternehmer eine höhere interne Kontrollüberzeugung aufweisen als Nicht-Unternehmer. Die meisten der analysierten Forschungsarbeiten bestätigen somit die interne Kontrollüberzeugung als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern.

Auch die Leistungsmotivation wurde in zwei der analysierten Forschungsarbeiten als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern bestätigt. Sowohl die Studie von Halim et al. (2011) als auch die Untersuchung von Lee-Ross (2015) ergab, dass sich Unternehmer durch eine deutlich höhere Leistungsmotivation auszeichnen als Nicht-Unternehmer.

Der Zusammenhang zwischen der Ausprägung der Eigenverantwortung und der unternehmerischen Tätigkeit einer Person wurde nur in einer der für die Literaturanalyse ausgewählten Forschungsarbeiten, der Studie von Beugelsdijk und Noorderhaven (2005), untersucht. Beugelsdijk und Noorderhaven (2005) nutzten für ihre Untersuchung den Datensatz der European Values Survey, der im Jahr 1990 erhoben wurde und die Daten von knapp 15.000 Personen aus dreizehn verschiedenen europäischen Ländern abbildet – darunter sowohl Unternehmerinnen und Unternehmer als auch Angestellte. Die Untersuchung dieser Daten ergab, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer und Angestellte anhand der Ausprägung ihrer Eigenverantwortung eindeutig unterscheiden. Nach Beugelsdijk und

Noorderhaven (2005) zeigen Unternehmer deutlich mehr Eigenverantwortung als Nicht-Unternehmer. Da die Forschungsarbeit von Beugelsdijk und Noorderhaven (2005), unter den für die Literaturanalyse ausgewählten Studien, die Einzige ist, die die Eigenverantwortung als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern untersucht, kann dieses Ergebnis im Rahmen der Arbeit nicht durch andere Forschungsarbeiten bestätigt werden.

Neben den Persönlichkeitseigenschaften zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit nach McClelland (1965) wurden in einigen der ausgewählten Forschungsarbeiten auch die Big Five Persönlichkeitseigenschaften als Unterscheidungsmerkmale von Unternehmern und Nicht-Unternehmern untersucht. Zhao und Seibert (2006), Caliendo et al. (2011), Caliendo et al. (2014), Boz und Ergeneli (2014), Antoncic, Bratkovic Kregar, Singh und DeNoble (2015) sowie Obschonka und Stuetzer (2017) verglichen Unternehmer und Nicht-Unternehmer hinsichtlich ihrer Ausprägung von Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus. Zhao und Seibert (2006) untersuchten in ihrer Studie die Big Five Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmerinnen und Unternehmern und Angestellten und verglichen diese miteinander. Hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaft Gewissenhaftigkeit kamen Zhao und Seibert (2006) zu dem Ergebnis, dass Unternehmerinnen bzw. Unternehmer gewissenhafter sind als angestellte Managerinnen und Manager. Die Forschungsarbeiten von Caliendo et al. (2011), Boz und Ergeneli (2014), Antoncic et al. (2015) sowie Obschonka und Stuetzer (2017) kamen jedoch zu einem anderen Ergebnis. Boz und Ergeneli (2014) befragten im Rahmen ihrer Studie nur weibliche Personen. Die Studie ergab, dass sich Unternehmerinnen und angestellte Managerinnen nicht anhand der Ausprägung der Gewissenhaftigkeit unterscheiden lassen. Auch die übrigen drei Studien kamen zu dem Ergebnis, dass die Ausprägung der Gewissenhaftigkeit einer Person kein Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern darstellt.

Bei der Überprüfung der Persönlichkeitseigenschaft Offenheit als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmerinnen und Unternehmern und Nicht-Unternehmern waren die Ergebnisse noch eindeutiger. Die sechs Forschungsarbeiten von Zhao und Seibert (2006), Caliendo et al. (2011), Caliendo et al. (2014), Boz und Ergeneli (2014), Antoncic et al. (2015) sowie Obschonka und Stuetzer (2017) kamen alle zum selben Ergebnis. Laut den genannten Studien sind Unternehmer deutlich offener gegenüber neuen Erfahrungen als Nicht-Unternehmer.

Fünf der genannten Forschungsarbeiten, die Studien von Caliendo et al. (2011), Caliendo et al. (2014), Boz und Ergeneli (2014), Antoncic et al. (2014) sowie Obschonka und Stuetzer (2017), bestätigten zudem, dass Unternehmer extravertierter sind als Nicht-Unternehmer. Lediglich die Studie von Zhao und Seibert (2006) kam bei der Untersuchung der Extraversion als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern zu einem anderen Ergebnis. Nach Zhao und Seibert (2006) unterscheiden sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer nicht hinsichtlich ihrer Ausprägung der Extraversion.

Ob sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer anhand ihrer Verträglichkeit voneinander unterscheiden lassen, konnten die analysierten Forschungsarbeiten nicht eindeutig beantworten. Während die Studien von Caliendo et al. (2011) sowie von Obschonka und Stuetzer (2017) ergaben, dass sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer und Angestellte nicht in der Ausprägung ihrer Verträglichkeit unterscheiden, kamen Zhao und Seibert (2006), Boz und Ergeneli (2014) sowie Antoncic et al. (2015) zu dem Ergebnis, dass sich Unternehmer durch eine niedrigere Verträglichkeit auszeichnen als Nicht-Unternehmer. Allerdings ergab die Studie von Antoncic et al. (2015), dass dieser Effekt nicht besonders stark ist.

Für die Persönlichkeitseigenschaft Neurotizismus lieferten die analysierten Forschungsarbeiten hingegen wieder eindeutigere Ergebnisse. Die Studie von Zhao und Seibert (2006) ist die Einzige von fünf Studien, die zu dem Ergebnis kommt, dass Unternehmer weniger neurotisch sind

als Nicht-Unternehmer. Die Forschungsarbeiten von Caliendo et al. (2011), Boz und Ergeneli (2014), Antoncic et al. (2015) sowie Obschonka und Stuetzer (2017) konnten dies hingegen nicht nachweisen.

Die Analyse der Forschungsarbeiten hat ergeben, dass Unternehmer risikobereiter und innovativer sind als Nicht-Unternehmer. Zudem zeichnen sich Unternehmer im Vergleich zu Nicht-Unternehmern durch eine höhere internale Kontrollüberzeugung und durch eine höhere Leistungsmotivation aus. Bei den Eigenschaften Wettbewerbsfähigkeit, proaktives Handeln und Eigenverantwortung kamen die untersuchten Studien hingegen zu keinen eindeutigen Ergebnissen. Hier kamen die analysierten Forschungsarbeiten entweder zu gegensätzlichen Ergebnissen oder es lagen zu wenige Forschungsarbeiten zu einer Persönlichkeitseigenschaft vor, um eine allgemeingültige Aussage treffen zu können. Die Untersuchung der Big Five Persönlichkeitsfaktoren ergab, dass Unternehmer offener und extravertierter sind als Nicht-Unternehmer. Die Annahme, dass Unternehmerinnen bzw. Unternehmer zudem gewissenhafter und weniger neurotisch sind als Nicht-Unternehmer erwies sich laut den Ergebnissen der untersuchten Forschungsarbeiten als falsch. Für die Persönlichkeitseigenschaft Verträglichkeit konnten keine eindeutigen Unterschiede zwischen Unternehmern und Nicht-Unternehmern festgestellt werden. Hier kamen die untersuchten Forschungsarbeiten zu gegensätzlichen Ergebnissen.

Von den zwölf untersuchten Persönlichkeitseigenschaften konnte somit hinsichtlich sechs Eigenschaften festgestellt werden, dass sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer in diesen unterscheiden. Für zwei der analysierten Eigenschaften ergaben die Forschungsarbeiten, dass diese kein Unterscheidungsmerkmal für Unternehmer und Nicht-Unternehmer sind. Für die übrigen vier Persönlichkeitseigenschaften gibt es keine eindeutigen Ergebnisse. Somit kann die Unternehmerpersönlichkeit mit Hilfe der analysierten Forschungsarbeiten zwar in Teilen beschrieben werden, eine umfassende und abschließende Beschreibung derselben ist allerdings noch nicht möglich. Gerade für die vier Persönlichkeitseigenschaften, für

die es bisher noch gegensätzliche Erkenntnisse gibt, ist weitere Forschung notwendig.

6.2 Persönlichkeitseigenschaften, die zu Unternehmenserfolg/Unternehmenswachstum führen

Neben den Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer voneinander unterscheiden lassen, wurden in vier der ausgewählten Forschungsarbeiten zudem Persönlichkeitseigenschaften untersucht, die zu Unternehmenserfolg beziehungsweise zu Unternehmenswachstum führen. Bei den Persönlichkeitseigenschaften, die dahingehend untersucht wurden, handelt es sich überwiegend um Persönlichkeitseigenschaften zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit nach McClelland (1965): Risikobereitschaft, internale Kontrollüberzeugung, Innovationskraft und Leistungsmotivation. Ob eine erhöhte Risikobereitschaft zu Unternehmenserfolg beziehungsweise Unternehmenswachstum führt, untersuchen die beiden Forschungsarbeiten von Owens, Kirwan, Lounsbury, Levy und Gibson (2013) und von Vantilborgh et al. (2015). Beide Studien nahmen an, dass besonders risikobereite Unternehmer erfolgreicher sind als weniger risikobereite Unternehmer. Sowohl Owens et al. (2013) als auch Vantilborgh et al. (2015) kamen jedoch zu dem Ergebnis, dass dies nicht der Fall ist. Laut den beiden Studien hat die Ausprägung der Risikobereitschaft eines Unternehmers keinen Einfluss auf dessen Unternehmenserfolg.

Ob sich eine hohe internale Kontrollüberzeugung positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt, untersuchen die beiden Studien von Lee und Tsang (2001) und von Owens et al. (2013). Lee und Tsang (2001) befragten im Rahmen ihrer Studie knapp 170 chinesische Unternehmer. Die Auswertung der Fragebögen ergab, dass die Unternehmen der Unternehmerinnen und Unternehmer mit einer hohen internalen Kontrollüberzeugung ein höheres Unternehmenswachstum aufweisen als die Unternehmen von Personen mit einer geringen internalen Kontrollüberzeugung. Die

Studie von Owens et al. (2013) kam hingegen zu dem Ergebnis, dass die Ausprägung der internalen Kontrollüberzeugung einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers keinen Einfluss auf den Unternehmenserfolg hat. Die beiden genannten Forschungsarbeiten kommen also zu gegensätzlichen Ergebnissen. Das könnte unter Umständen daran liegen, dass die Studie von Lee und Tsang (2001) den Einfluss der internalen Kontrollüberzeugung von Unternehmerinnen und Unternehmern auf das Unternehmenswachstum untersucht, die Studie von Owens et al. (2013) hingegen den Einfluss der internalen Kontrollüberzeugung von Personen auf deren Unternehmenserfolg.

Ob sich die Innovationskraft und die Leistungsmotivation einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers auf den Unternehmenserfolg auswirken, wird nur in jeweils einer der analysierten Forschungsarbeiten untersucht. Die Studie von Vantilborgh et al. (2015) kam zu dem Ergebnis, dass die Innovationskraft eines Unternehmers keinen Einfluss auf dessen Unternehmenserfolg hat. Die Forschungsarbeit von Lee und Tsang (2011) ergab, dass die Ausprägung der Leistungsmotivation einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers das Unternehmenswachstum hingegen durchaus beeinflusst. Nach Lee und Tsang (2011) weisen Unternehmerinnen bzw. Unternehmer mit einer hohen Leistungsmotivation ein höheres Unternehmenswachstum auf als Personen mit einer geringen Leistungsmotivation. Da sowohl zur Innovationskraft als auch zur Leistungsmotivation im Rahmen der Literaturanalyse nur jeweils eine Forschungsarbeit vorliegt, kann aufgrund der Ergebnisse der genannten Studien keine allgemeingültige Aussage darüber getroffen werden, inwiefern sich die Ausprägungen der beiden Persönlichkeitseigenschaften auf den Erfolg eines Unternehmers auswirken.

Die im Rahmen der Literaturanalyse untersuchten Forschungsarbeiten beinhalten insgesamt vergleichsweise wenig bedeutsame Erkenntnisse darüber, ob sich die Persönlichkeitseigenschaften eines Unternehmers positiv auf dessen Erfolg beziehungsweise auf das Wachstum dessen Unternehmens auswirken. Ein Zusammenhang zwischen der Ausprägung

der Risikobereitschaft beziehungsweise der Innovationskraft einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers und dem Unternehmenserfolg konnte in den analysierten Forschungsarbeiten nicht festgestellt werden. Ein Zusammenhang zwischen der Ausprägung der internalen Kontrollüberzeugung beziehungsweise der Leistungsmotivation einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers und dem Unternehmenserfolg wurde zwar in jeweils einer Forschungsarbeit bestätigt, eine allgemeingültige Aussage lässt sich aufgrund dessen allerdings nicht treffen. Zum einen wurde der Zusammenhang zwischen den genannten Persönlichkeitseigenschaften und dem Unternehmenserfolg nur in wenigen der für die Analyse ausgewählten Studien untersucht, zum anderen lieferten die Forschungsarbeiten teilweise gegensätzliche Erkenntnisse. Es ist also nicht möglich, anhand der analysierten Forschungsarbeiten eindeutig zu beschreiben, ob und welche Zusammenhänge es zwischen den Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers und unternehmerischem Erfolg gibt. Da kaum Forschungsarbeiten einen solchen Zusammenhang bestätigen konnten, ist davon auszugehen, dass der Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften auf den Unternehmenserfolg beziehungsweise das Unternehmenswachstum eher gering ist. Dieses Resümee findet in der Studie von Frank et al. (2007) Bestätigung. Nach Frank et al. (2007) wird der Erfolg einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers kaum durch deren oder dessen Persönlichkeitseigenschaften beeinflusst.

6.3 Weitere Einflussfaktoren auf Unternehmerinnen und Unternehmer

Neun der analysierten Forschungsarbeiten untersuchen neben dem Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften auf Unternehmerinnen und Unternehmer auch andere personenbezogene Einflussfaktoren, die die Person sowie deren Erfolg prägen. Die zentralen personenbezogenen Einflussfaktoren, die in diesem Zusammenhang untersucht wurden, sind das Ge-

schlecht, das Studium, die Region, in der eine Person unternehmerisch tätig ist, sowie die Familie der Unternehmerin bzw. des Unternehmers. Der Einfluss des Geschlechts wird in den Forschungsarbeiten von Bengtsson et al. (2012) sowie von Antoncic et al. (2015) näher betrachtet. Die Studie von Antoncic et al. (2015) untersucht in erster Linie, in welchen Persönlichkeitseigenschaften sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer voneinander unterscheiden. Darüber hinaus untersuchten Antoncic et al. (2015) auch, ob das Geschlecht der Unternehmerin bzw. des Unternehmers diesen Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitseigenschaften und der unternehmerischen Tätigkeit einer Person beeinflusst. Die Studie von Antoncic et al. (2015) kommt zu dem Ergebnis, dass dies nicht der Fall ist. Das Geschlecht eines Unternehmers hat keine Auswirkungen darauf, ob und in welchen Persönlichkeitseigenschaften sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer unterscheiden. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt die Studie von Bengtsson et al. (2012). Im Gegensatz zu der Forschungsarbeit von Antoncic et al. (2015) steht der Einfluss des Geschlechts auf die Unternehmerpersönlichkeit im Vordergrund der Untersuchung von Bengtsson et al. (2012). Bengtsson et al. (2012) versuchen im Rahmen ihrer Studie eine Erklärung dafür zu finden, warum deutlich mehr Männer unternehmerisch tätig sind als Frauen. Die Untersuchung ergab, dass sich dieser Geschlechterunterschied nicht mit Hilfe der Persönlichkeitseigenschaften der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer erklären lässt.

Den Einfluss des Studiums auf die unternehmerische Persönlichkeit untersucht die Forschungsarbeit von Kolb und Wagner (2015). Kolb und Wagner (2015) untersuchten in ihrer Studie die Unterschiede von zwei Arten von Unternehmerinnen und Unternehmern – Personen, die vor Beginn ihrer unternehmerischen Tätigkeit an einer Universität studiert haben und Personen, die das nicht getan haben – im Hinblick auf ihre Persönlichkeitseigenschaften. Die Untersuchung von Kolb und Wagner (2015) ergab, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer mit Universitätshintergrund zumindest in manchen Persönlichkeitseigenschaften von Personen ohne Universitätshintergrund unterscheiden. Nach Kolb und Wagner

(2015) unterscheiden sich die beiden Gruppen unter anderem in den Ausprägungen der Persönlichkeitseigenschaften Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit. Allerdings wurden im Rahmen der Literaturanalyse keine weiteren Forschungsarbeiten untersucht, die sich mit dem Einfluss des Studiums auf die Unternehmerpersönlichkeit beschäftigen und die Ergebnisse von Kolb und Wagner (2015) bestätigen könnten.

Das ist auch bei der Untersuchung des Einflusses der Familie auf die Unternehmerin bzw. den Unternehmer der Fall, der lediglich in einer Forschungsarbeit, von Boz und Ergeneli (2014), untersucht wird. Boz und Ergeneli (2014) kamen im Rahmen ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass der Erziehungsstil der Eltern einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit ihres Kindes hat. Eltern, die eine hohe Akzeptanz zeigen und ihre Kinder wenig kontrollieren, ebnen den Weg dafür, dass ihre Kinder zu innovativen und selbstbestimmten Personen heranwachsen – Eigenschaften, die einen Unternehmer laut Boz und Ergeneli (2014) auszeichnen.

Inwiefern die Region, aus der ein Unternehmer stammt, einen Einfluss auf die Unternehmerpersönlichkeit hat, wurde in den Forschungsarbeiten von Legohérel, Callot, Gallopel und Peters (2004) sowie von Obschonka, Schmitt-Rodermund, Silbereisen, Potter und Gosling (2013) untersucht. Obschonka et al. (2013) haben im Rahmen ihrer Studie die Daten von über einer halben Million Amerikanerinnen und Amerikaner analysiert mit dem Ziel herauszufinden, ob sich die befragten Unternehmerinnen und Unternehmer, je nachdem aus welcher Region in den USA sie stammen, in ihren Persönlichkeitseigenschaften unterscheiden. Die Untersuchung ergab, dass es kein konsistentes unternehmerisches Persönlichkeitsprofil über die unterschiedlichen Regionen hinweg gibt. Die Unternehmerpersönlichkeiten aus den unterschiedlichen Regionen unterscheiden sich. Die Forschungsarbeit von Legohérel et al. (2004) bestätigt dieses Ergebnis. Legohérel et al. (2004) verglichen in ihrer Studie allerdings Personen aus unterschiedlichen Ländern (Polen, Österreich und Frankreich) und nicht aus unterschiedlichen Regionen innerhalb eines Landes.

Neben den Einflussfaktoren Geschlecht, Studium, Familie und Region setzen sich zwei der analysierten Forschungsarbeiten auch mit dem Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften auf die Zufriedenheit eines Unternehmers auseinander. Eine weitere Forschungsarbeit untersucht den Zusammenhang zwischen der Unternehmerpersönlichkeit und Social Entrepreneurship. Smith, Bell und Watts (2014) verglichen in ihrer Studie soziale Unternehmerinnen und Unternehmer mit Personen, die Unternehmen im traditionellen Sinne führen. Die Untersuchung von Smith et al. (2014) ergab, dass soziale Unternehmerinnen bzw. Unternehmer eine höhere Kreativität sowie eine höhere Risikobereitschaft aufweisen als Personen, die Unternehmen im traditionellen Sinne leiten. Somit weist die Studie nach, dass auch zwischen der Art eines Unternehmens und den Persönlichkeitseigenschaften der jeweiligen Unternehmerinnen und Unternehmer ein Zusammenhang besteht. Da allerdings nur eine Forschungsarbeit zum Thema Social Entrepreneurship zur Literaturanalyse vorliegt, können die Ergebnisse von Smith et al. (2014) nicht durch weitere Studien bestätigt werden.

Den Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers auf die Zufriedenheit untersuchen Lange (2012) sowie Gupta und Muita (2013) in ihren Forschungsarbeiten. Lange (2012) verwendete für seine Studie den Datensatz des European Social Survey. Die Untersuchung der Daten ergab, dass die Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers einen Einfluss auf die Zufriedenheit mit der selbständigen Tätigkeit haben. Vor allem eine hohe Ausprägung der Eigenschaften Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit führt zu einer hohen Zufriedenheit bei Unternehmerinnen und Unternehmern. Zudem ergab die Studie von Lange (2012), dass Selbständige generell eine höhere Arbeitszufriedenheit aufweisen als Angestellte. Die Studie von Gupta und Muita (2013) kommt hingegen zu einem anderen Ergebnis. Die Untersuchung von Gupta und Muita (2013) ergab, dass es keinen bedeutsamen Zusammenhang zwischen der Unternehmerpersönlichkeit und der Arbeitszufriedenheit gibt. Möglicherweise sind die gegen-

sätzlichen Ergebnisse der beiden Forschungsarbeiten darauf zurückzuführen, dass die Studien die Daten von Unternehmern aus zwei unterschiedlichen Kontinenten analysiert haben. Lange (2012) verwendete Daten von europäischen Unternehmerinnen und Unternehmern, Gupta und Muita (2013) befragten hingegen amerikanische Personen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Analyse der ausgewählten Forschungsarbeiten ergeben hat, dass die Region beziehungsweise die Kultur, aus der eine Unternehmerin oder ein Unternehmer stammt, die unternehmerische Persönlichkeit beeinflusst. Die Region ist dabei der Einzige der untersuchten sonstigen Einflussfaktoren, für den in den analysierten Forschungsarbeiten ein bedeutsamer Zusammenhang mit der Unternehmerpersönlichkeit nachgewiesen werden konnte. Für den Einflussfaktor Geschlecht wurde hingegen in zwei Studien kein Zusammenhang mit der Unternehmerpersönlichkeit gefunden. Die Einflüsse von Studium und Familie auf die Unternehmerpersönlichkeit wurden lediglich in jeweils einer Forschungsarbeit untersucht. Deshalb lässt sich darauf aufbauend keine allgemeingültige Aussage treffen, ob ein Zusammenhang zwischen Unternehmerpersönlichkeit und Studium beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit und familiärem Hintergrund der Unternehmerin oder des Unternehmers besteht.

Ähnlich ist es bei der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen der Unternehmerpersönlichkeit und Social Entrepreneurship. Auch bei der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen den Persönlichkeitseigenschaften einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers und der Arbeitszufriedenheit konnten keine bedeutsamen Ergebnisse gefunden werden, da sich die beiden hierzu analysierten Forschungsarbeiten gegenseitig widersprechen. Dass die Analyse weiterer Einflussfaktoren auf Unternehmerinnen bzw. Unternehmer so wenige bedeutsame Ergebnisse liefert, ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass wenig Literatur zu diesen Themen analysiert wurde. Das liegt wiederum daran, dass die genannten weiteren

Einflussfaktoren bei der Untersuchung und Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit, die im Fokus dieser Arbeit steht, eine eher untergeordnete Rolle spielen.

6.4 Negative Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit

Fünf der recherchierten Forschungsarbeiten beschäftigen sich explizit mit den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit. Da das vergleichsweise viele Studien sind, sollen diese im Rahmen einer eigenen Analyseebene untersucht werden. Im Gegensatz zu den bisher analysierten Forschungsarbeiten, handelt es sich bei den Forschungsarbeiten zu den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit um reine Textbeiträge verschiedener Forschenden, also nicht um empirische Erhebungen. Miller (2015) ruft in seinem Paper Persönlichkeitsforschende dazu auf, zukünftig vermehrt auch die negativen Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit zu untersuchen, da sich die bisherige Forschung bei der Untersuchung der Unternehmerpersönlichkeit weitestgehend auf die Untersuchung positiver Persönlichkeitseigenschaften beschränkt. Nach Miller (2015) können sich aus den bisher untersuchten unternehmerischen Persönlichkeitseigenschaften, wie zum Beispiel Selbstsicherheit, Leistungsmotivation und Unabhängigkeit, schnell negative Eigenschaften, wie Narzissmus, Rücksichtslosigkeit und Verantwortungslosigkeit, entwickeln.

DeNisi (2015) reagierte auf Millers Forderung und verfasste ebenfalls einen Textbeitrag zu den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit. DeNisi (2015) hält die Forderung von Miller (2015) für nachvollziehbar, fügt allerdings hinzu, dass sich die zukünftige Forschung bei der Untersuchung negativer Ausprägungen der unternehmerischen Persönlichkeitseigenschaften nicht nur auf die von Miller (2015) genannten Eigenschaften (Selbstsicherheit, Leistungsmotivation und Unabhängigkeit) beschränken sollte. DeNisi (2015) ist der Meinung, dass auch weitere Persönlichkeitseigenschaften, die die Forschung für typisch unternehmerische

Persönlichkeitseigenschaften befindet, hinsichtlich ihrer negativen Ausprägungen untersucht werden sollten.

Auch Klotz und Neubaum (2016) reagierten auf das Paper von Miller (2015) und stimmten dessen Forderung zu. Zudem fordern Klotz und Neubaum (2016) andere Forschende dazu auf, die Unternehmerpersönlichkeit grundsätzlich noch stärker zu untersuchen. Denn laut Klotz und Neubaum (2016) sind die Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit eines Menschen und seiner unternehmerischen Tätigkeit sehr komplex und von großer Bedeutung für die Entrepreneurship Literatur. Um noch umfassendere Erkenntnisse zur Unternehmerpersönlichkeit gewinnen zu können, schlagen Klotz und Neubaum (2016) unter anderem vor, die Management Teams von Unternehmen zu untersuchen.

Als Antwort auf das Paper von Klotz und Neubaum (2016) verfasste Miller (2016) einen weiteren Textbeitrag zu den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit. Miller (2016) stimmte den Aussagen von Klotz und Neubaum (2016) zwar größtenteils zu, zweifelt allerdings daran, dass die Untersuchung von Management Teams bedeutsame neue Erkenntnisse zu den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit sowie zur Unternehmerpersönlichkeit im Allgemeinen bringt. Miller und Le Breton-Miller (2017) veröffentlichten zudem ein Paper, indem sie darauf hinwiesen, dass im Rahmen zukünftiger Forschungsprojekte zur Unternehmerpersönlichkeit neben negativen Persönlichkeitseigenschaften auch andere negative Einflussfaktoren, wie beispielsweise wirtschaftliche und soziokulturelle Umstände, näher untersucht werden sollten. Da es bisher noch kaum wissenschaftliche Untersuchungen zu negativen Einflüssen auf die Unternehmerpersönlichkeit gibt, lässt sich aktuell noch keine Aussage darüber machen, welche negativen Eigenschaften eine unternehmerische Persönlichkeit typischerweise ausmachen. Die analysierten Forschungsarbeiten sind sich allerdings einig, dass die in den vorherigen Kapiteln untersuchten Persönlichkeitseigenschaften, wie zum Beispiel Leistungsmotivation oder Risikobereitschaft, sowohl positive als auch negative Ausprägungen haben können.

6.5 Bewertung der Forschungsarbeiten zum Thema Unternehmerpersönlichkeit

Die im Rahmen der Literaturanalyse untersuchten Forschungsarbeiten haben wichtige Erkenntnisse zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit geliefert und die Forschung zu diesem Thema vorangebracht. Mit Hilfe der Studien konnten einige Persönlichkeitseigenschaften identifiziert werden, anhand derer sich Unternehmerinnen und Unternehmer von Nicht-Unternehmern abgrenzen lassen. Allerdings konnten für einige andere, der in den Forschungsarbeiten untersuchten Persönlichkeitseigenschaften, noch keine eindeutigen und bedeutsamen Ergebnisse erzielt werden. Es gibt noch viele offene Fragen, zu deren Beantwortung weitere Forschung notwendig ist. Vor allem der Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften auf den Erfolg einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers oder die negativen Aspekte der Unternehmerpersönlichkeit bedürfen noch weiterer Forschung. Die Ergebnisse der analysierten Studien beinhalten erste Ansätze zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeit, eine umfassende und abschließende Charakterisierung derselben ist auf der Grundlage der untersuchten Forschungsarbeiten allerdings noch nicht möglich. Der Grundstein für weitere Forschung ist aber in jedem Fall gelegt.

Die Forschungsarbeiten sind logisch aufgebaut und die Ergebnisse nachvollziehbar. Dennoch kommen manche der analysierten Studien bei der Untersuchung bestimmter Persönlichkeitseigenschaften zu gegensätzlichen Ergebnissen. Das kann unter anderem an den unterschiedlichen Methoden, zum Beispiel an den unterschiedlichen Fragebögen, die zur Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaften von Unternehmerinnen bzw. Unternehmern verwendet wurden, liegen. Zudem wurden im Rahmen der Literaturanalyse nicht nur deutsche Studien untersucht, sondern auch internationale Forschungsarbeiten. Möglicherweise haben auch die unterschiedlichen Stichproben einen Einfluss auf die Ergebnisse der Forschungsarbeiten. Doch unabhängig davon, welche Methoden und welche Stichproben in den Studien verwendet wurden, wird das Thema Unterneh-

merpersönlichkeit in den analysierten Forschungsarbeiten intensiv untersucht. Die Studien konzentrieren sich nicht nur auf die Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer und Nicht-Unternehmer voneinander unterscheiden lassen, sondern betrachten auch andere personenbezogene Einflussfaktoren, die Auswirkungen auf die Unternehmerpersönlichkeit haben. Dadurch wird das Thema Unternehmerpersönlichkeit nicht nur aus einer Perspektive, sondern aus unterschiedlichen Blickwinkeln untersucht. Das ist auch notwendig, um das komplexe Konstrukt der Unternehmerpersönlichkeit verstehen zu können.

7 Diskussion und Vergleich der Analyseergebnisse

Sowohl in den analysierten Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit als auch in den Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit werden vorrangig Persönlichkeitseigenschaften untersucht, anhand derer sich Gründerinnen bzw. Gründer und Nicht-Gründer beziehungsweise Unternehmerinnen bzw. Unternehmer und Nicht-Unternehmer voneinander unterscheiden lassen. Die meisten der Persönlichkeitseigenschaften, die in der Literatur zur Gründerpersönlichkeit untersucht werden, spielen auch in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit eine zentrale Rolle. Zu den Persönlichkeitseigenschaften, die sowohl in der Literatur zur Gründerpersönlichkeit als auch in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit häufig untersucht wurden, zählen Leistungsmotivation, Risikobereitschaft, proaktives Handeln, Innovationskraft und interne Kontrollüberzeugung.

Auch die Ergebnisse der Forschungsarbeiten zu den Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Gründerinnen und Gründer von Nicht-Gründern unterscheiden lassen, decken sich überwiegend mit den Ergebnissen der Forschungsarbeiten zu den Persönlichkeitseigenschaften, mit Hilfe derer sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer von Nicht-Unternehmern unterscheiden lassen. Die Analyse der ausgewählten Forschungsarbeiten ergab, dass sich sowohl Gründer und Nicht-Gründer als auch Unternehmer und Nicht-Unternehmer anhand der Persönlichkeitseigenschaften Leistungsmotivation, Innovationskraft und interne Kontrollüberzeugung voneinander unterscheiden lassen. Gründer beziehungsweise Unternehmer weisen eine höhere Leistungsmotivation, eine höhere Innovationskraft und eine höhere interne Kontrollüberzeugung auf als Nicht-Gründer beziehungsweise Nicht-Unternehmer.

Bei der Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaft Risikobereitschaft kamen die Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit und die Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit jedoch zu unter-

schiedlichen Ergebnissen. Die Analyse der Studien zur Unternehmerpersönlichkeit ergab, dass Unternehmerinnen bzw. Unternehmer eine höhere Risikobereitschaft aufweisen als Nicht-Unternehmer. Die analysierten Studien zur Gründerpersönlichkeit kamen diesbezüglich zu widersprüchlichen Ergebnissen. Nur sechs von zwölf Forschungsarbeiten kamen zu dem Ergebnis, dass sich Gründerinnen bzw. Gründer durch eine höhere Risikobereitschaft auszeichnen als Nicht-Gründer. Die übrigen Forschungsarbeiten konnten die Ausprägung der Risikobereitschaft einer Person nicht als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern nachweisen.

Da gerade das Gründen eines Unternehmens ein gewisses Risiko für die Gründerin bzw. den Gründer mit sich bringt, weil diese bzw. dieser nicht weiß, ob zum Beispiel die Produkte oder die Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet, am Markt ankommen, ist dieses Ergebnis anders als erwartet. Dass die Risikobereitschaft im Rahmen der Literaturanalyse als Unterscheidungsmerkmal von Unternehmern und Nicht-Unternehmern, nicht aber als Unterscheidungsmerkmal von Gründern und Nicht-Gründern, bestätigt wurde, liegt unter Umständen daran, dass zur Analyse des Zusammenhangs zwischen der Risikobereitschaft und der Gründerpersönlichkeit zwölf Forschungsarbeiten vorlagen, für die Analyse des Zusammenhangs zwischen der Risikobereitschaft und der Unternehmerpersönlichkeit jedoch nur vier Studien. Möglicherweise hätte die Analyse von mehr Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit ebenfalls zu gegensätzlicheren Ergebnissen geführt.

Bei der Untersuchung der Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Unternehmer und Nicht-Unternehmer voneinander unterscheiden lassen, spielen zudem die Big Five Persönlichkeitseigenschaften Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus eine zentrale Rolle. Die Analyse der Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit ergab, dass sich Unternehmerinnen bzw. Unternehmer durch eine höhere Offenheit und eine höhere Extraversion auszeichnen als Nicht-Unternehmer. Diese Ergebnisse sind nachvollziehbar, da

Unternehmerinnen und Unternehmer in vielen Situationen darauf angewiesen sind, auf Menschen zugehen zu können, zum Beispiel im Rahmen der Kundenakquise. Eine hohe Ausprägung der Gewissenhaftigkeit, eine niedrige Verträglichkeit und ein niedriger Neurotizismus sind, den Ergebnissen der Literaturanalyse zufolge, hingegen keine typischen unternehmerischen Persönlichkeitsmerkmale. Überraschenderweise spielen die Big Five Persönlichkeitseigenschaften in der ausgewählten Literatur zur Gründerpersönlichkeit keine so zentrale Rolle wie in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit. Möglicherweise liegt das aber auch daran, dass die Literaturanalyse im Rahmen dieser Arbeit nicht alle Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit vollumfänglich betrachtet.

Neben den Persönlichkeitseigenschaften, mit Hilfe derer sich Gründer von Nicht-Gründern beziehungsweise Unternehmer von Nicht-Unternehmern unterscheiden lassen, untersuchen einige der analysierten Forschungsarbeiten auch Persönlichkeitseigenschaften, die zum Gründungserfolg beziehungsweise zum Unternehmenserfolg führen. Die Anzahl dieser Forschungsarbeiten ist allerdings deutlich geringer als die Anzahl der Studien, die Persönlichkeitseigenschaften, anhand derer sich Gründer von Nicht-Gründern beziehungsweise Unternehmer von Nicht-Unternehmern unterscheiden lassen, untersuchen. Zudem liefern die analysierten Forschungsarbeiten kaum bedeutsame Ergebnisse zu dem Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitseigenschaften einer Person und deren Gründungserfolg beziehungsweise Unternehmenserfolg. Weder die analysierten Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit noch die analysierten Studien zur Unternehmerpersönlichkeit haben eine oder mehrere Persönlichkeitseigenschaften identifiziert, die eindeutig zu Gründungserfolg beziehungsweise Unternehmenserfolg führen.

Für die meisten der in diesem Zusammenhang analysierten Persönlichkeitseigenschaften kommen die untersuchten Forschungsarbeiten zu gegensätzlichen Ergebnissen. Da sich die Persönlichkeitseigenschaften, die in der Literatur zur Gründerpersönlichkeit untersucht werden, weitest-

gehend mit den Persönlichkeitseigenschaften, die in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit analysiert werden, überschneiden, ist hier eine gewisse Vergleichbarkeit gegeben. Sowohl in der Literatur zur Gründerpersönlichkeit als auch in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit werden die Persönlichkeitseigenschaften Risikobereitschaft, internale Kontrollüberzeugung und Leistungsmotivation hinsichtlich ihres Einflusses auf den Gründungserfolg beziehungsweise Unternehmenserfolg untersucht. Dass sowohl die analysierte Literatur zur Gründerpersönlichkeit als auch die Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit bei der Untersuchung des Einflusses der Persönlichkeit auf den Gründungserfolg beziehungsweise Unternehmenserfolg keine eindeutigen und bedeutsamen Ergebnisse liefern, liegt unter Umständen unter anderem an der geringen Anzahl an Forschungsarbeiten, die diesbezüglich untersucht wurde. Zum anderen erscheint es auch logisch, dass der Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften einer Person auf deren Unternehmenserfolg nicht besonders hoch ist, da der Unternehmenserfolg etwas Langfristiges ist, das von vielen verschiedenen anderen Einflussfaktoren überwiegend ökonomischer Art, wie zum Beispiel Konkurrenz oder Konjunktur, beeinflusst wird.

Neben den genannten Persönlichkeitseigenschaften wurden sowohl in der Literatur zur Gründerpersönlichkeit als auch in der Literatur zur Unternehmerpersönlichkeit noch weitere personenbezogene Einflussfaktoren auf Gründerinnen und Gründer beziehungsweise Unternehmerinnen und Unternehmer untersucht. Die weiteren Einflussfaktoren, die in den Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit untersucht wurden, decken sich weitestgehend mit den Einflussfaktoren, die in den Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit untersucht wurden. Für beiden Themen spielen die Einflussfaktoren Geschlecht, Ausbildung/Studium, Region/Kultur und Familie eine zentrale Rolle. In den Studien zur Gründerpersönlichkeit wurde darüber hinaus noch der Einfluss von Arbeitserfahrung und Genen auf die Gründerpersönlichkeit untersucht. Bei der Analyse der Ergebnisse der ausgewählten Literatur zeigte sich, dass die For-

schungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit hinsichtlich weiterer personenbezogener Einflussfaktoren auf andere Ergebnisse kommen als die Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit. Die Analyse ergab, dass die Familie, das Geschlecht und die Ausbildung beziehungsweise das Studium die Gründungsabsichten einer Person beeinflussen. Die Unternehmerpersönlichkeit wird hingegen nur von der Region beziehungsweise der Kultur, aus der eine Unternehmerin bzw. ein Unternehmer stammt, beeinflusst.

In diesem Zusammenhang muss angemerkt werden, dass die Beschreibung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit im Fokus dieser Arbeit und somit auch im Fokus der Literaturanalyse steht. Die Untersuchung weiterer personenbezogener Einflussfaktoren ist nicht Hauptaufgabe der vorliegenden Arbeit und erfolgte daher nur nebenbei. Dennoch hat die Analyse der genannten Einflussfaktoren im Rahmen dieser Arbeit seinen Zweck erfüllt. Die Analyse schafft es zwar nicht verbindliche Aussagen darüber zu machen, welche weiteren Einflussfaktoren die Gründerpersönlichkeit und die Unternehmerpersönlichkeit inwieweit beeinflussen, sie macht aber deutlich, dass es neben den Persönlichkeitseigenschaften noch viele weitere personenbezogene Einflussfaktoren gibt, die die Gründer- und die Unternehmerpersönlichkeit somit zu einem komplexen Konstrukt machen. Das beweist auch die Tatsache, dass ein Unternehmer nicht gleich ein Unternehmer ist. Ausgewählte Forschungsarbeiten, die im Rahmen dieser Arbeit analysiert wurden, unterscheiden zum Beispiel zwischen sozialen Unternehmern und Unternehmern im traditionellen Sinne beziehungsweise zwischen sozialen Gründern und Gründern im traditionellen Sinne.

Ein paar der Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit beschäftigen sich neben Persönlichkeitseigenschaften und anderen personenbezogenen Einflussfaktoren auch explizit mit den negativen Aspekten der Unternehmerpersönlichkeit. Hierbei handelt es sich allerdings nicht um empirische Untersuchungen, sondern um reine Textbeiträge, die andere Forscher dazu auffordern, dass Thema Unternehmerpersönlichkeit

noch einmal aus neuen Blickwinkeln zu betrachten und zu untersuchen. Diese Aufforderung ist nach Meinung der Autorin dieser Arbeit sehr treffend, da die Literaturanalyse ergeben hat, dass es schon einige wichtige Erkenntnisse sowohl zur Gründerpersönlichkeit als auch zur Unternehmerpersönlichkeit gibt (vgl. Abbildung 7), aber trotzdem noch sehr viele offene Frage, die weiterer Forschung bedürfen.

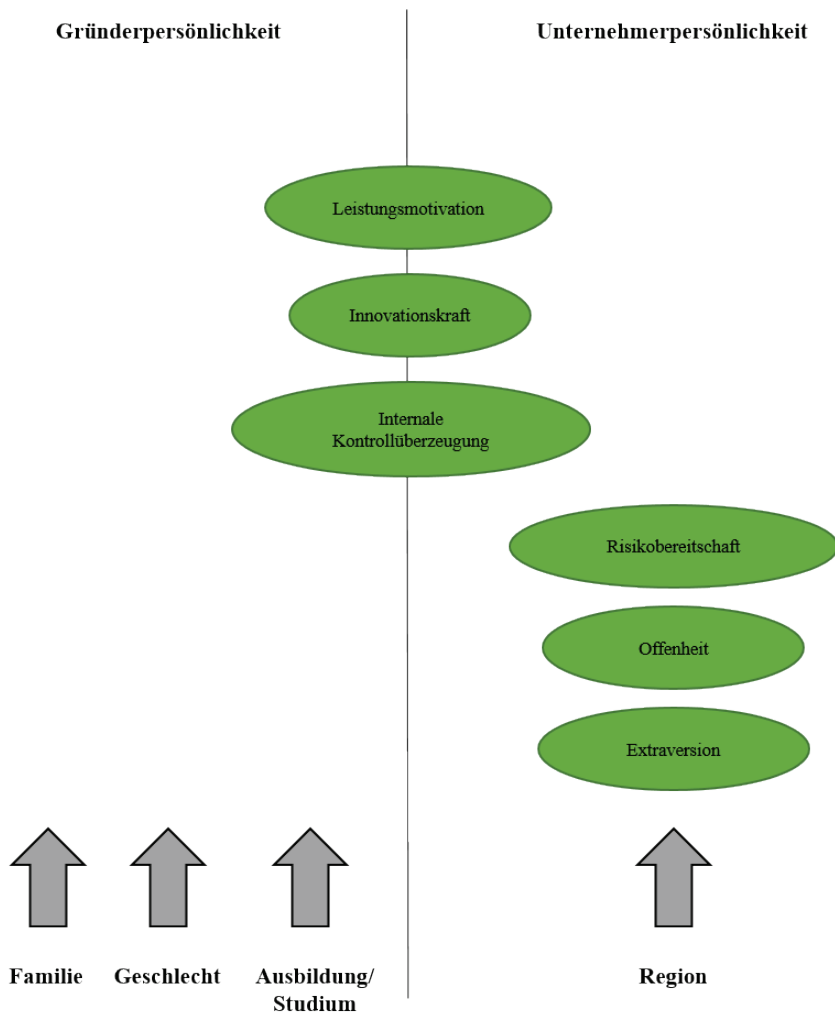


Abbildung 7. Ergebnisse der Literaturanalyse.

8 Kritische Auseinandersetzung

Die vorliegende Arbeit liefert mit Hilfe der systematischen Literaturanalyse einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zur Gründerpersönlichkeit sowie über den aktuellen Stand der Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit und vergleicht die beiden Forschungsstände miteinander. Es gilt allerdings zu beachten, dass in dieser Arbeit, aus Gründen der Beschränkung des Umfangs, bei weitem nicht alle Forschungsarbeiten zur Gründer- beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit abgebildet sind. Für die Literaturanalyse wurden nur kostenfrei zur Verfügung stehende Forschungsarbeiten verwendet. Von diesen wurden wiederum die am Wichtigsten erscheinenden Studien ausgewählt. Die Auswahl erfolgte im Hinblick darauf, einen möglichst umfangreichen Blick auf die Forschung zu Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit zu bieten. Die Arbeit zeigt, wie komplex die Themen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit sind, aus welchen Blickwinkeln die beiden Themen bisher untersucht wurden und welche Wechselwirkungen es mit anderen Themen und Einflussfaktoren gibt.

Darunter litt die Tiefe bei der Untersuchung einzelner Themen. Gerade zur Untersuchung des Zusammenhangs zwischen den Persönlichkeitseigenschaften einer Gründerin oder eines Gründers beziehungsweise einer Unternehmerin oder eines Unternehmers und dem Erfolg oder auch zur Untersuchung von anderen personenbezogenen Einflussfaktoren wurden nur wenige Forschungsarbeiten analysiert. Das hat zur Folge, dass die durchgeführte Literaturanalyse nicht in allen untersuchten Punkten aussagekräftige Ergebnisse liefert. Diese Tatsache machte auch den Vergleich des Stands der Forschung zur Gründerpersönlichkeit mit dem Stand der Forschung zur Unternehmerpersönlichkeit in manchen Punkten schwierig.

Eine weitere Schwierigkeit bei der Interpretation der Analyseergebnisse war, dass viele der untersuchten Forschungsarbeiten nicht eindeutig unterscheiden, welche Art von Gründer beziehungsweise Unterneh-

mer sie untersuchen. Wie in den Kapiteln 1.1 und 2.2 erläutert, gibt es unterschiedliche Gründertypen beziehungsweise Unternehmertypen. Eine Person, die ein Startup gründet hat sicherlich andere Motive zur Gründung als eine Existenzgründerin bzw. ein Existenzgründer im Handwerk. Vor allem in den englischsprachigen Forschungsarbeiten wurde allerdings meist einheitlich die Bezeichnung Entrepreneur verwendet, was die Interpretation der Analyseergebnisse erschwerte. Inwiefern sich die unterschiedlichen Arten von Gründern und Unternehmern in ihren Persönlichkeitseigenschaften unterscheiden, wäre somit eine weitere interessante Fragestellung, die in zukünftigen Forschungsarbeiten noch weiter untersucht werden sollte.

Doch auch wenn manche, der in dieser Arbeit aufgeworfenen Fragen, nicht aussagekräftig und abschließend beantwortet werden konnten, macht es die durchgeführte Literaturanalyse dennoch möglich, einen ersten Überblick über die bisherige Forschung zur Gründerpersönlichkeit und zur Unternehmerpersönlichkeit zu geben. Für eine detailliertere Betrachtung der beiden Themen ist aber eine noch umfangreichere Literaturanalyse sowie weitere Forschung notwendig.

9 Fazit

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln erwähnt, können der Gründerpersönlichkeit sowie der Unternehmerpersönlichkeit mit Hilfe der analysierten Forschungsarbeiten charakteristische Eigenschaften zugeordnet werden. Die eingangs gestellte Frage „Bin ich ein Unternehmertyp?“ lässt sich also mit Hilfe dieser Arbeit zumindest in Teilen beantworten. Sowohl die Gründerpersönlichkeit als auch die Unternehmerpersönlichkeit zeichnen sich durch eine hohe Ausprägung der Leistungsmotivation, eine hohe Innovationskraft und eine hohe internale Kontrollüberzeugung aus. Die Unternehmerpersönlichkeit zeichnet sich zudem durch eine hohe Ausprägung der Risikobereitschaft, eine hohe Offenheit sowie eine hohe Extraversion aus. Diese Charakterisierungen der beiden Persönlichkeiten sind aber nicht abschließend. Die analysierten Forschungsarbeiten bieten eine Grundlage zur Beschreibung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise der Unternehmerpersönlichkeit. Um die Gründerpersönlichkeit und die Unternehmerpersönlichkeit vollumfänglich beschreiben zu können, ist darauf aufbauend in jedem Fall noch weitere Forschung notwendig.

Doch nicht nur die charakteristischen Persönlichkeitseigenschaften der Gründer- beziehungsweise der Unternehmerpersönlichkeit sollten zukünftig weiter untersucht werden. Auch andere Zusammenhänge, wie zum Beispiel der Einfluss der Persönlichkeitseigenschaften auf den Unternehmenserfolg und weitere personenbezogene Einflussfaktoren sollten in Zukunft stärker erforscht werden, um eine ganzheitliche Betrachtung der Gründerpersönlichkeit beziehungsweise Unternehmerpersönlichkeit zu ermöglichen. Auf Basis der im Rahmen dieser Literaturanalyse untersuchten Forschungsarbeiten wurde ein Einfluss der Region, aus der ein Unternehmer stammt, auf dessen unternehmerische Persönlichkeit festgestellt. Zudem wurde festgestellt, dass die Gründungsabsichten einer Person durch die Familie, das Geschlecht und die Ausbildung beziehungsweise das Studium beeinflusst werden.

Bei dem Vergleich der Forschungsarbeiten zur Gründerpersönlichkeit mit den Forschungsarbeiten zur Unternehmerpersönlichkeit fällt auf, dass sich die beiden Persönlichkeiten in vielen Punkten ähneln, zum Beispiel was die Ausprägung bestimmter charakteristischer Persönlichkeitseigenschaften angeht. Das ist auch nachvollziehbar, da es sich bei der Gründerpersönlichkeit und der Unternehmerpersönlichkeit im Prinzip um dieselbe Person handelt, die sich in verschiedenen Stadien der Unternehmensgründung befindet. Für die Gründerpersönlichkeit wurden etwas mehr Forschungsarbeiten gefunden als für die Unternehmerpersönlichkeit. Allerdings waren die Unterschiede in der Anzahl der gefundenen Forschungsarbeiten nicht gravierend und eine Vergleichbarkeit der beiden Themen trotzdem gegeben.

Auch wenn es schwierig ist, einen genauen Zeitpunkt zu bestimmen, ab wann aus einer Gründerin bzw. einem Gründer eine Unternehmerin bzw. ein Unternehmer wird, wäre es für die zukünftige Forschung sicherlich interessant und gewinnbringend, mehr Langzeitstudien zu diesem Thema durchzuführen. Denn bei der Literaturanalyse ist aufgefallen, dass sich die meisten der untersuchten Forschungsarbeiten entweder mit der Gründerpersönlichkeit oder mit der Unternehmerpersönlichkeit beschäftigen, aber selten mit beiden gleichzeitig. Dadurch kann man sich oftmals nicht sicher sein, ob die Unterschiede zwischen Gründerpersönlichkeit und Unternehmerpersönlichkeit darauf zurückzuführen sind, dass es tatsächlich Unterschiede zwischen den beiden gibt oder, ob diese Unterschiede durch unterschiedliche Methoden von unterschiedlichen Forschern bedingt sind.

Literaturverzeichnis

- Allport, G. (1958). *Werden der Persönlichkeit: Gedanken zur Grundlegung einer Psychologie der Persönlichkeit*. Bern: Verlag Hans Huber.
- Amelang, M., & Bartussek, D. (1997). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung* (4. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2015). The Big Five Personality-Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841. doi: 10.1111/jsbm.12089
- Asendorpf, J. B. (2015). *Persönlichkeitspsychologie für Bachelor* (3. Aufl.). Berlin: Springer.
- Asendorpf, J. B., & Neyer, F. J. (2012). *Psychologie der Persönlichkeit* (5. Aufl.). Berlin: Springer.
- Bengtsson, O., Sanandaji, T., & Johannesson, M. (2012). Do Women Have a Less Entrepreneurial Personality? IFN Working Paper, 944, 1–31.
- Beugelsdijk, S., & Noorderhaven, N. (2005). Personality Characteristics of Self-Employed; An Empirical Study. *Small Business Economics*, 24(2), 159–167.
- Bijedic, T. (2013). *Entwicklung unternehmerischer Persönlichkeit im Rahmen einer Entrepreneurship Education: Didaktische Lehr-Lern-Konzeption und empirische Analyse für die Sekundarstufe II*. München: Rainer Hampp Verlag.
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women entrepreneurs' personality characteristics and parents' parenting style profile in Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 109, 92–97. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.425

- Brandstätter, H. (1999). Unternehmensgründung und Unternehmenserfolg aus persönlichkeitspsychologischer Sicht. In K. Moser, B. Batinic, & J. Zempel (Hrsg.), *Unternehmerisch erfolgreiches Handeln* (S. 155–172). Göttingen: Hogrefe-Verlag.
- Braukmann, U., Bijedic, T., & Schneider, D. (2008). Unternehmerische Persönlichkeit – eine theoretische Rekonstruktion und nominaldefinitorische Konturierung. *Schumpeter School of Business and Economics*.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509–520.
- Bundesverband Deutsche Startups. (2016). *Deutscher Startup Monitor 2016*. KPMG.
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787–814. doi: 10.1007/s11187-013-9514-8
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2011). Selbständige sind anders: Persönlichkeit beeinflusst unternehmerisches Handeln. *DIW Wochenbericht*, 78(11), 2–8.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., Kritikos, A. S., & Wetter, M. (2015). The Gender Gap in Entrepreneurship: Not just a Matter of Personality. *CE-Sifo Economic Studies*, 61(1), 202–238. doi: 10.1093/cesifo/ifu023
- Cetindamar, D., & Fis, A. M. (2007). Schumpeter’s Twins: Entrepreneur and Intrapreneur. In E. Carayannis, & C. Ziemnowicz (Hrsg.), *Rediscovering Schumpeter: Creative Destruction Evolving into „Mode 3”* (S. 199–217). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Chaudhary, R. (2017). Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education + Training*, 59(2), 171–187. doi: 10.1108/ET-02-0024

- Colakoglu, N., & Gözükar, I. (2016). A comparison study on personality traits based on the attitudes of university students toward entrepreneurship. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 229, 133–140. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.07.122
- Cooper, A. (2003). Entrepreneurship: The Past, the Present, the Future. In Z. Acs, & D. Audretsch (Hrsg.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction* (S. 21–34). New York: Springer.
- Crant, J. M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4. Aufl.). Los Angeles: SAGE.
- De Jong, A., Song, M., & Song, L. Z. (2013). How Lead Founder Personality Affects New Venture Performance: The Mediating Role of Team Conflict. *Journal of Management*, 39(7), 1825–1854. doi: 10.1177/0149206311407509
- De Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382–396. doi: 10.1108/13620430710756762
- DeNisi, A. S. (2015). Some Further Thoughts on the Entrepreneurial Personality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 997–1003. doi: 10.1111/etap.12168
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften* (5. Aufl.). Berlin: Springer.
- Fallgatter, M. (2002). *Theorie des Entrepreneurship: Perspektiven zur Erforschung der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

- Fallgatter, M. (2007). *Junge Unternehmen: Charakteristika, Potenziale, Dynamik*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(3), 227–251. doi: 10.1080/0898562070121838
- Göbel, S., & Frese, M. (1999). Persönlichkeit, Strategien und Erfolg bei Kleinunternehmern. In K. Moser, B. Batinic, & J. Zempel (Hrsg.), *Unternehmerisch erfolgreiches Handeln* (S. 93–113). Göttingen: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Gupta, A., & Muita, S. R. (2013). Relationship between Entrepreneurial Personality, Performance, Job Satisfaction and Operations Strategy: An Empirical Examination. *International Journal of Business and Management*, 8(2), 86–95. doi: 10.5539/ijbm.v8n2p86
- Halim, M. A., Muda, S., & Amin, W. A. (2011). The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 183–192. doi: 10.5539/ijbm.v6n6p183
- Hatos, A., Hatos, R., Badulescu, A., & Badulescu, D. (2015). Are Risk Attitudes and Individualism Predictors of Entrepreneurship in Romania? *Amfiteatru Economic*, 17(38), 148–161.
- Hax, H. (2005). *Unternehmen und Unternehmer in der Marktwirtschaft*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Herzberg, P. Y., & Roth, M. (2014). *Persönlichkeitspsychologie*. Wiesbaden: Springer.
- Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2010). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor*. Berlin: Springer.

- Institut für Mittelstandsforschung (2017). Selbstständig im Nebenerwerb: Start in Etappen. Abgerufen 30. Juni 2017, von <http://www.ifm-bonn.org/statistiken/gruendungen-und-unternehmensschliessungen/#accordion=0&tab=0>
- Irengün, O., & Arikboga, S. (2015). The Effect of Personality Traits on Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186–1195. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.172
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.07.109
- Kessler, A., & Frank, H. (2009). Nascent Entrepreneurship in a Longitudinal Perspective: The Impact of Person, Environment, Resources and the Founding Process on the Decision to Start Business Activities. *International Small Business Journal*, 27(6), 720–742. doi: 10.1177/0266242609344363
- Kirzner, I. M. (1988). *Unternehmer und Marktdynamik*. München: Philosophia Verlag.
- Klotz, A. C., & Neubaum, D. O. (2016). Research on the Dark Side of Personality Traits in Entrepreneurship: Observations from an Organizational Behavior Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 7–17. doi: 10.1111/etap.12214
- Kolb, C., & Wagner, M. (2015). Crowding in or crowding out: the link between academic entrepreneurship and entrepreneurial traits. *The Journal of Technology Transfer*, 40(3), 387–408. doi: 10.1007/s10961-014-9346-y
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., & Mugler, J. (2003). The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment, and the Startup Process – A Configurational Approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 23–42.

- Korunka, C., Kessler, A., Frank, H., & Lueger, M. (2010). Personal characteristics, resources, and environment as predictors of business survival. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(4), 1025–1051. doi: 10.1348/096317909X485135
- Lang, F. R., & Lüdtke, O. (2005). Der Big Five-Ansatz der Persönlichkeitsforschung: Instrumente und Vorgehen. In S. Schumann (Hrsg.), *Persönlichkeit: Eine vergessene Größe der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lange, T. (2012). Job satisfaction and self-employment: autonomy or personality? *Small Business Economics*, 38(2), 165–177. doi: 10.1007/s11187-009-9249-8
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. (2001). The Effects of Entrepreneurial Personality Background and Network Activities on Venture Growth. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583–602.
- Lee-Ross, D. (2015). Personality characteristics of the self-employed: A comparison using the World Values Survey data set. *Journal of Management Development*, 34(9), 1094–1112. doi: 10.1108/JMD-06-2014-0062
- Legohérel, P., Callot, P., Gallopel, K., & Peters, M. (2004). Personality characteristics, attitude toward risk, and decisional orientation of the small business entrepreneur: A study of hospitality managers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(1), 109–120. doi: 10.1177/1096348003257330
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295–310. <https://doi.org/10.1108/13552550010362741>
- Luca, M. R., & Cazan, A.-M. (2011). Involvement in Entrepreneurial Training and Personality. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 30, 1251–1256. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.10.242

- Luca, M. R., Cazan, A.-M., & Tomulescu, D. (2012). To be or not to be an entrepreneur... *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 33, 173–177. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.01.106
- Luca, M. R., Cazan, A.-M., & Tomulescu, D. (2013). Entrepreneurial personality in higher education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 84, 1045–1049. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.696>
- McClelland, D. (1951). *Personality*. New York: William Sloane Associates.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389–392.
- McCrae, R., & Costa, P. (1990). *Personality in Adulthood*. New York: The Guilford Press.
- Miller, D. (2015). A Downside to the Entrepreneurial Personality? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 1–8. doi: 10.1111/etap.12130
- Miller, D. (2016). Response to „Research on the Dark Side of Personality Traits in Entrepreneurship: Observations from an Organizational Behavior Perspective“. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 19–24. doi: 10.1111/etap.12216
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2017). Underdog Entrepreneurs: A Model of Challenge-Based Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 7–17. doi: 10.1111/etap.12253
- Müller, G. F. (2000). „Fragebogen zur Diagnose unternehmerischer Potenziale (F-DUP)“ erweiterte und mehrfach verbesserte deutsche Version des Entrepreneurial Potential Questionnaire von A. S. King. Landau: Selbstverlag.

- Munoz-Bullón, F., Sánchez-Bueno, M. J., & Vos-Saz, A. (2015). Nascent entrepreneurs' personality attributes and the international dimension of new ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 473–492. doi: 10.1007/s11365-013-0284-1
- Myers, D. G. (2014). *Psychologie* (3. Aufl.). Berlin: Springer.
- Nitu-Antonie, R. D., Sirghi, N., Hategan, C.-D., Feder, E.-S., & Socoliuc, O. R. (2014). Education – Vector of Entrepreneurship Development. *Transformations in Business & Economics*, 13(3C), 348–369.
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., & Salmela-Aro, K. (2017). Entrepreneurship as a twenty-first century skill: entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small Business Economics*, 48(3), 487–501. doi: 10.1007/s11187-016-9798-6
- Obschonka, M., Schmitt-Rodermund, E., Silbereisen, R. K., Potter, J., & Gosling, S. D. (2013). The Regional Distribution and Correlates of an Entrepreneurship-Prone Personality Profile in the United States, Germany, and the United Kingdom: A Socioecological Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(1), 104–122. doi: 10.1037/a0032275
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Schmitt-Rodermund, E. (2011). Successful Entrepreneurship as Developmental Outcome: A Path Model From a Lifespan Perspective of Human Development. *European Psychologist*, 16(3), 174–186. doi: 10.1027/1016-9040/a000075
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203–231. doi: 10.1007/s11187-016-9821-y
- Owens, K. S., Kirwan, J. R., Lounsbury, J. W., Levy, J. J., & Gibson, L. W. (2013). Personality correlates of self-employed small business owners' success. *Work*, 45(1), 73–85. doi: 10.3233/WOR-121536

- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. Malden: Blackwell Publishing.
- Popescu, C. C., Maxim, A., & Diaconu, L. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intentions among Romanian Students. *Transformations in Business & Economics*, 13(3C), 370–388.
- Rese, A. (2004). *Organisationsverständnis von Unternehmensgründern*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Roberts, B. W., & DelVecchio, W. F. (2000). The Rank-Order Consistency of Personality Traits from Childhood to Old Age: A Quantitative Review of Longitudinal Studies. *Psychological Bulletin*, 126(1), 3–25. doi: 10.1037//0033-2909.126.1.3
- Sader, M., & Weber, H. (1996). *Psychologie der Persönlichkeit* (2. Aufl.). Weinheim: Juventa Verlag.
- Salewski, C., & Renner, B. (2009). *Differentielle und Persönlichkeitspsychologie*. München: Ernst Reinhardt.
- Saßmannshausen, S. P. (2012). *Entrepreneurship-Forschung: Fach oder Modetrend?* (Bd. 71). Lohmar: Josef Eul Verlag.
- Schaller, A. (2001). Entrepreneurship oder wie man ein Unternehmen denken muß. In U. Blum, & F. Leibbrand (Hrsg.), *Entrepreneurship und Unternehmertum: Denkstrukturen für eine neue Zeit*. Wiesbaden: Gabler.
- Schlick, G. H. (1995). *Innovationen von A-Z: Begriffe, Definitionen, Erläuterungen und Beispiele*. Renningen-Malmsheim: Expert-Verlag.
- Schmitt-Rodermund, E. (2005). Wer wird Unternehmer? Persönlichkeit, Erziehungsstil sowie frühe Interessen und Fähigkeiten als Vorläufer für unternehmerische Aktivität im Erwachsenenalter. *Wirtschaftspsychologie*, 7(2), 7–23.
- Schumpeter, J. A. (1926). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (2. Aufl.). München: Duncker & Humblot.

- Selbstständig im Nebenerwerb: Start in Etappen. (2017). *WIM*, (1–2), 15–16.
- Shane, S., Nicolaou, N., Cherkas, L., & Spector, T. D. (2010). Genetics, the Big Five, and the Tendency to Be Self-Employed. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1154–1162. doi: 10.1037/a0020294
- Silva, F., Couto, G., & Coelho, H. (2012). Entrepreneurial Potential in the Younger Generation. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 25(1), 93–102.
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Views on Self-employment and Personality: An Exploratory Study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265–281.
- Smith, R., Bell, R., & Watts, H. (2014). Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 200–221. doi: 10.1108/SEJ-08-2013-0033
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Davidsson, P., & Schmitt-Rodermund, E. (2013). Where do entrepreneurial skills come from? *Applied Economics Letters*, 20(12), 1183–1186. doi: 10.1080/13504851.2013.797554
- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuß, R., & Frese, M. (1999). Who Becomes a Small Scale Entrepreneur in a Post-Socialist Environment: On the Differences between Entrepreneurs and Managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 31–42.
- Vantilborgh, T., Joly, J., & Pepermans, R. (2015). Explaining Entrepreneurial Status and Success from Personality: An Individual-Level Application of the Entrepreneurial Orientation Framework. *Psychologica Belgica*, 55(1), 32–56. doi: 10.5334/pb.be
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26(2), xiii–xxiii.

Zeffane, R. (2013). Need for achievement, Personality and Entrepreneurial potential: A study of young adults in the United Arab Emirates. *Journal of Enterprising Culture*, 21(1), 75–105. doi: 10.1142/S0218495813500040

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271. doi: 10.1037/0021-9010.91.2.259

Zimbardo, P. G. (1995). *Psychologie* (6. Aufl.). Berlin: Springer.

Folgende Bände sind bisher in dieser Reihe erschienen:

Band 1 (2019)

Lischka, H. M., Sauer, S. & Sülzenbrück, S. (Hrsg.)

Typisch! Empirische Beiträge zum Einfluss von Stereotypen auf menschliches Verhalten

ISSN (Print) 2569-0876 ISSN (eBook) 2569-0884

Band 2 (2020)

Kurzenhäuser-Carstens, S. & Sülzenbrück, S. (Hrsg.)

Einfluss von appbasiertem Achtsamkeitstraining auf Gesundheit und Wohlbefinden von Berufstätigen.

ISSN 2569-0876 (Print) – ISSN 2569-0884 (eBook) /

ISBN (Print) 978-3-89275-127-4 – ISBN (eBook) 978-3-89275-128-1

Band 3 (2020)

Sülzenbrück, S. & Sauer, S. (Hrsg.)

Wege zur empirischen Abschlussarbeit in der Wirtschaftspsychologie.

ISSN 2569-0876 (Print) – ISSN 2569-0884 (eBook) /

ISBN (Print) 978-3-89275-139-7 – ISBN (eBook) 978-3-89275-140-3

Band 4 (2020)

Surma, S. & Sülzenbrück, S. (Hrsg.)

Open Space Büroflächen – moderne Arbeitsform oder Belastungsfaktor?

ISSN 2569-0876 (Print) – ISSN 2569-0884 (eBook) /

ISBN (Print) 978-3-89275-166-3 – ISBN (eBook) 978-3-89275-167-0

Band 5 (2021)

Sülzenbrück, S. & Externbrink, K. (Hrsg.)

Ethische Führung in der Finanzbranche – eine Mixed-Methods-Studie zur Bedeutung ethischer Grundsätze in der Führungspraxis sowie zum Zusammenhang von ethischer Führung und psychologischem Kapital von Geführten in Banken

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-194-6 – ISBN (eBook) 978-3-89275-195-3

Band 6 (2021)

Sachse, K. & Sülzenbrück, S. (Hrsg.)

Qualitative Untersuchung sozialer Kompetenzen im Topsharing und deren Berücksichtigung in der Management-Diagnostik

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-200-4 – ISBN (eBook) 978-3-89275-201-1

Band 7 (2021)

Sandra Sülzenbrück / Kai Externbrink (Hrsg.)

Eine unzufriedenstellende Organisation bekommt unzufriedenstellende Mitarbeitende:

Konstruktion einer Skala zur inneren Kündigung

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-202-8 – ISBN (eBook) 978-3-89275-203-5

Band 8 (2021)

Lenka Ďuranová / Sandra Sülzenbrück (Hrsg.)

Der Zusammenhang zwischen IKT-Anforderungen und Erholungsbedarf:
Zur potenziell mediiierenden und moderierenden Rolle mentalen Abschaltens

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-226-4 – ISBN (eBook) 978-3-89275-227-1

Band 9 (2022)

Sandra Sülzenbrück / Kai Externbrink (Hrsg.)

Systemische Führung und Wohlbefinden: Beeinflusst ein Systemischer Führungsstil die physische und psychische Gesundheit der Geführten? Eine quantitative Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der Big Five Persönlichkeitseigenschaften

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-244-8 – ISBN (eBook) 978-3-89275-245-5

Band 10 (2022)

Lenka Ďuranová / Sandra Sülzenbrück (Hrsg.)

Ein oder Aus? Auswirkungen der Mehrarbeit durch Technologienutzung auf die Erholung und das Wohlbefinden von Beschäftigten

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-248-6 – ISBN (eBook) 978-3-89275-249-3

Band 11 (2022)

Lenka Ďuranová / Kai Externbrink (Hrsg.)

Selbstwirksamkeit, Selbstregulation und Prokrastination – Überprüfung eines Mediationsmodells

ISSN (Print) 2569-0876 – ISSN (eBook) 2569-0884

ISBN (Print) 978-3-89275-262-2 – ISBN (eBook) 978-3-89275-263-9



Forschungsstark und praxisnah:

Deutschlands Hochschule für Berufstätige

Raphaela Schmaltz studiert den berufsbegleitenden Master-Studiengang Taxation am FOM Hochschulzentrum Köln.

Die FOM ist Deutschlands Hochschule für Berufstätige. Sie bietet über 40 Bachelor- und Master-Studiengänge, die im Tages- oder Abendstudium berufsbegleitend absolviert werden können und Studierende auf aktuelle und künftige Anforderungen der Arbeitswelt vorbereiten.

In einem großen Forschungsbereich mit hochschuleigenen Instituten und KompetenzCentren forschen Lehrende – auch mit ihren Studierenden – in den unterschiedlichen Themenfeldern der Hochschule, wie zum Beispiel Wirtschaft & Management, Wirtschaftspsychologie, IT-Management oder Gesundheit & Soziales. Sie entwickeln im Rahmen nationaler und internationaler Projekte gemeinsam mit Partnern aus Wissenschaft und Wirtschaft Lösungen für Problemstellungen der betrieblichen Praxis.

Damit ist die FOM eine der forschungstärksten privaten Hochschulen Deutschlands. Mit ihren insgesamt über 2.000 Lehrenden bietet die FOM rund 57.000 Studierenden ein berufsbegleitendes Präsenzstudium im Hörsaal an einem der 36 FOM Hochschulzentren und ein digitales Live-Studium mit Vorlesungen aus den hochmodernen FOM Studios.

Alle Institute und KompetenzCentren unter
[fom.de/forschung](https://www.fom.de/forschung)

Die Hochschule.
Für Berufstätige.



ISBN (Print) 978-3-89275-278-3

ISSN (Print) 2569-0876

ISBN (eBook) 978-3-89275-279-0

ISSN (eBook) 2569-0884



Institut für Wirtschaftspsychologie
der FOM Hochschule
für Oekonomie & Management

FOM Hochschule

iwp

FOM. Die Hochschule. Für Berufstätige.

Mit über 57.000 Studierenden ist die FOM eine der größten Hochschulen Europas und führt seit 1993 Studiengänge für Berufstätige durch, die einen staatlich und international anerkannten Hochschulabschluss (Bachelor/Master) erlangen wollen.

Die FOM ist der anwendungsorientierten Forschung verpflichtet und verfolgt das Ziel, adaptionsfähige Lösungen für betriebliche bzw. wirtschaftsnahe oder gesellschaftliche Problemstellungen zu generieren. Dabei spielt die Verzahnung von Forschung und Lehre eine große Rolle: Kongruent zu den Masterprogrammen sind Institute und KompetenzCentren gegründet worden. Sie geben der Hochschule ein fachliches Profil und eröffnen sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern als auch engagierten Studierenden die Gelegenheit, sich aktiv in den Forschungsdiskurs einzubringen.

Weitere Informationen finden Sie unter fom.de

Das Institut für Wirtschaftspsychologie (iwp) der FOM hat sich unter der Leitung von Prof. Dr. habil. Sandra Sülzenbrück und Prof. Dr. Kai Externbrink zum Ziel gesetzt, in den vier großen Anwendungsfeldern der Wirtschaftspsychologie – Arbeit, Organisation, Personal und Konsumenten – empirisch zu forschen. Das iwp strebt danach, die gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnisse für die (Unternehmens-)Praxis sowie die Scientific Community möglichst unmittelbar zugänglich und nutzbar zu machen. Unter anderem werden folgende Themen in den Anwendungsfeldern untersucht:

- Arbeitszufriedenheit, Stress und Erholung, Digitalisierung und die Erfordernisse und Auswirkungen der Entgrenzung des Arbeitens im Bereich Arbeitspsychologie,
- Organisationsdiagnose und -entwicklung sowie Führung im Bereich Organisationspsychologie,
- die Entwicklung von psychologischen Testverfahren für Personalpraktiker im Bereich Personal,
- Entscheidungsprozesse bei Käufen und Finanzentscheidungen sowie der Entwicklung neuer Messverfahren im Bereich Konsumentenpsychologie.

Weitere Informationen finden Sie unter fom-iwp.de



Der Wissenschaftsblog der FOM Hochschule bietet Einblicke in die vielfältigen Themen, zu denen an der FOM geforscht wird: fom-blog.de