



Munich Business School
University of Applied Sciences

Bachelor-Arbeit

Junge Gründerpersönlichkeiten – Eine vergleichende Betrachtung auf Basis von Persönlichkeitsprofilen

Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades
„Bachelor of Arts“
an der Munich Business School

vorgelegt von: Anna-Kristina Zimmer
Heßstraße 86,
80798 München

Betreuerin: Prof. Dr. Andrea Bookhagen
Zweitbetreuerin: Prof. Dr. Patricia Kraft

Abgabetermin: 31.03.2016

Executive Summary

Unternehmensgründungen sind für das Wirtschaftswachstum eines Landes von großer Bedeutung. So befassen sich die Wirtschaftswissenschaften, die Psychologie und die Verhaltenswissenschaften mit dem Phänomen „Entrepreneurship“.

Die vorliegende Arbeit ermittelt verschiedene Gründerpersönlichkeiten mittels Ausarbeitung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Persönlichkeitsprofile von Unternehmensgründern, die in oder direkt nach einer akademischen Ausbildung ein Unternehmen gründen. Um die Thematik untersuchen zu können, werden verschiedene Persönlichkeitsprofile mithilfe eines auf dem Fünf-Faktoren-Modell basierenden Persönlichkeitstest erstellt. Die Stichprobe umfasst 20 Probanden.

Die Komponente Persönlichkeit wird darauffolgend im Rahmen der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie im Detail untersucht. Von den daraus resultierenden Persönlichkeitstheorien, wird die Eigenschaftstheorie wegen des mit dem Ziel der Arbeit übereinstimmenden Fokus auf Eigenschaftsmerkmale, die der Theorie zufolge im Zentrum der Persönlichkeit und des Verhaltens stehen, für eine genauere Betrachtung ausgewählt. Von verschiedenen Persönlichkeitsmodellen des eigenschaftstheoretischen Ansatzes, wird das Fünf-Faktoren-Modell wegen der aktuellen Präsenz in Literatur und Praxis als Grundlage für Persönlichkeitstest herangezogen und für die empirische Untersuchung verwendet.

Im Rahmen der empirischen Untersuchung, werden mittels einer Clusteranalyse verschiedene Gründer-Typen ermittelt, die teils unterschiedliche Persönlichkeitseigenschaften aufweisen. Anschließend werden Zusammenhänge zwischen den Persönlichkeitsausprägungen und diversen Entscheidungen hergestellt. Als Methode hierfür wird eine Regressionsanalyse herangezogen.

Inhaltsverzeichnis:

Abbildungsverzeichnis.....	6
Tabellenverzeichnis.....	7
Abkürzungsverzeichnis.....	11
1 Einleitung.....	8
1.1 Relevanz und Problematik des Themas:.....	8
1.2 Forschungsfragen.....	9
1.3 Gang der Arbeit.....	9
2 Grundlagen der Arbeit.....	10
2.1 Gründungstrends.....	11
2.2 Entrepreneurshipforschung / Gründerforschung.....	13
2.2.1 Definitionen.....	13
2.2.1.1 Unternehmensgründung - Existenzgründung:.....	13
2.2.1.2 Unternehmer – Entrepreneur:.....	14
2.2.1.3 Unternehmerischer Erfolg.....	18
2.2.2 Entstehung, Entwicklung und Stand der Forschung.....	19
2.2.3 Die Persönlichkeit eines Gründers.....	21
3 Persönlichkeitspsychologie und Differentielle Psychologie.....	25
3.1 Persönlichkeitstheorien im Überblick.....	26
3.1.1 Psychodynamische Theorien.....	27
3.1.2 Bedürfnis- und Motivationstheorien.....	28
3.1.3 Lerntheorien.....	28
3.1.4 Kognitive und Handlungstheorien.....	29
3.1.5 Eigenschaftstheorien.....	30
3.1.6 Biopsychologische Theorien.....	31
3.1.7 Interaktionistische Theorien.....	32
3.1.8 Theorie der Persönlichkeit-System-Interaktionen (PSI).....	33
3.2 Persönlichkeitsmodelle der Eigenschaftstheorien.....	33
3.2.1 Cattells 16-Faktoren-Modell.....	34
3.2.1.1 Entstehung und Entwicklung.....	34
3.2.1.2 Dimensionen.....	34
3.2.2 PEN-System von Eysenck.....	37
3.2.2.1 Entstehung und Entwicklung.....	37
3.2.2.2 Dimensionen.....	38
3.2.3 Fünf-Faktoren-Modell.....	39
3.2.3.1 Entstehung und Entwicklung.....	39
3.2.3.2 Dimensionen.....	40
3.3 Faktorenanalyse.....	42

3.4	Ableitung der Hypothesen	43
4	Persönlichkeitsprofile von Gründern in und nach dem Studium	44
4.1	Teil 1 der Befragung	45
4.2	Teil 2: Persönlichkeitstest	47
4.1	Beschreibung der Zielgruppe	49
4.2	Ergebnisse	54
4.2.1	Aufbereitung und Bereinigung der Daten	54
4.2.2	Auswertung und Vergleich der Ergebnisse.....	56
4.2.2.1	Vorstellung des Datensatzes	56
4.2.2.2	Ausführliches Analyse der Daten.....	57
5	Diskussion	71
5.1	Beantwortung der Forschungsfragen	71
5.2	Überprüfung der Hypothesen	74
5.3	Kritische Betrachtung der Untersuchung	76
6	Fazit	78
	Literaturverzeichnis	85
	Anhang	98

Abbildungsverzeichnis:

Abb. 1: Dendrogramm eines Single-Linkage-Verfahrens, (Stein, et al., 2011 p. 29)	61
Abb. 2: Dendrogramm mit Einzelverknüpfung	61
Abb. 3: Ermittlung der Clusterzahl; Abbildung der Differenzen der Koeffizienten..	62

Tabellenverzeichnis:

Tab. 1: Standard-Nine-Werte der Probanden.....	59
Tab. 2: Mittelwerte und Spannweiten	59
Tab. 3: Clusterkonstellation	62
Tab. 4: Häufigkeiten der Ausprägungen Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe	65
Tab. 5: Anpassungsgüte	66
Tab. 6: Information zur Modellanpassung	67
Tab. 7: Pseudo R-Quadrat	67
Tab. 8: Parameterschätzer	68
Tab. 9: Parallelitätstest für Linien.....	68

Abkürzungsverzeichnis:

CHE	Centrum für Hochschulentwicklung
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
PEN-Modell	Psychotizismus-Extraversion-Neurotizismus-Modell (Persönlichkeitsmodell nach Eysenck)
PSI-Theorie	Theorie der Persönlichkeit-System-Interaktion (Persönlichkeits- theorie von Kuhl)
RST	Reinforcement Sensitivity Theory (Persönlichkeitstheorie nach Gray)
SPSS	Statistic Package for Social Science
TEA-Quote	Total Early-stage Entrepreneurial Activity

1 Einleitung

In den folgenden Abschnitten werden die Relevanz und die Problematik des Themas der vorliegenden Arbeit dargelegt, die Forschungsfragen formuliert und die Gliederung vorgestellt.

1.1 Relevanz und Problematik des Themas:

Entrepreneuriale Aktivitäten schaffen Arbeitsplätze, treiben wirtschaftliche Aktivitäten und Innovation voran und spielen eine entscheidende Rolle für die Wirtschaftsleistung eines Landes (EY, 2015 p. 15). Nach einem Rückgang der Gründungsaktivitäten in Deutschland während der letzten Jahre, kann im Jahr 2014 ein Wachstum von 1,8%, vermerkt werden. Das entspricht 915.000 Gründungen (Statista). Dem KfW-Gründungsmonitor¹ zufolge ist auch der Anteil der Gründer, die einen akademischen Abschluss haben, auf 31% angestiegen. Dies entspricht einem Wachstum von 2% gegenüber dem Vorjahr (Metzger, 2015 p. 6). Die größte Altersgruppe der Gründer ist dem Startup Monitor zufolge, die der 25 bis 34-Jährigen (Prof. Dr. Rispa, et al., 2015 p. 23). Die Gründung eines Unternehmens beinhaltet noch keine Erfolgsgarantie. Die Expertengruppe Start-up Bayern kam zu dem Ergebnis, dass 40% der neugegründeten Unternehmen fünf Jahre nach ihrer Gründung nicht mehr existieren (Henzeler, 2013 p. 16).

Einer Expertenbefragung von Schenk zufolge sind 21,1% des Unternehmenserfolgs von der Persönlichkeit des Gründers abhängig. Einer weiterführenden Studie zufolge wird „der Persönlichkeit des Unternehmers die größte Bedeutung für den Unternehmenserfolg zugeschrieben“. (Früherkennung des Erfolgs von Gründungsunternehmen - Eine Expertenbefragung, 1999 pp. 43-52) Somit hat die Persönlichkeit des Gründers einen essentiellen Einfluss auf den Erfolg seines Unternehmens.

Aufgrund der hohen Rate an gescheiterten Gründungen und wegen des Zusammenspiels von Unternehmenserfolg und Persönlichkeitsmerkmalen des Gründers beschäftigt sich vorliegende Arbeit mit jungen Gründerpersönlichkeiten. Ziel der vorliegenden Arbeit ist der Vergleich von Gründerpersönlichkeitseigenschaften² mittels Ausarbeitung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede ihrer Persönlichkeitsprofile.

¹ „Der KfW-Gründungsmonitor ist eine umfassende Informationsquelle zum Gründungsgeschehen in Deutschland. Für die aktuelle Analyse wurden 50.000 in Deutschland ansässige Personen Fragen zu
² Persönlichkeitseigenschaften sind Extraversion, Neurotizismus, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Offenheit für Erfahrungen (Dorsch-Lexikon der Psychologie: Eigenschaften: 442).

Betrachtet werden Gründer, die während oder direkt nach einer akademischen Ausbildung ein Unternehmen gegründet haben. Um diese Thematik untersuchen zu können, ist die Erstellung von Persönlichkeitsprofilen verschiedener Gründer in einem ausführlichen Test notwendig. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit werden, basierend auf den Erkenntnissen der Forschung, Eigenschaften eines erfolgreichen Unternehmers oder Gründers ermittelt. Dazu wird in einem ersten Schritt die Entrepreneurship/ Gründerforschung behandelt, deren Forschungsergebnisse die Relevanz der Persönlichkeit für den unternehmerischen Erfolgs belegen. Anschließend werden verschiedene Persönlichkeitsmerkmale aus Sicht der Persönlichkeit und Differentialien Psychologie im Detail behandelt.

1.2 Forschungsfragen

Die vorliegende Arbeit ermittelt und vergleicht ganzheitliche Persönlichkeitsprofile von Gründern, die während oder direkt nach einer akademischen Ausbildung gegründet haben. Es wurden folgende Forschungsfragen formuliert, die unter anderem im Kapitel 5 (Kritische Betrachtung der Untersuchung) beantwortet werden:

- 1) Ist die Persönlichkeit eines Gründers für den unternehmerischen Erfolg relevant?
- 2) Lassen sich einem Gründer bestimmte erfolgsrelevante Eigenschaften zuordnen?
- 3) Welche Eigenschaften lassen sich einem Gründer zuordnen?
- 4) Gibt es Unterschiede und Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaften von Gründern?

1.3 Gang der Arbeit

Das zweite Kapitel der vorliegenden Arbeit ist in zwei Teile gegliedert. Im ersten Teil werden aktuelle Gründungstrends thematisiert. Um das Thema Entrepreneurship im Detail zu beleuchten, wird anschließend im zweiten Teil auf die Entrepreneurship-/ Gründerforschung eingegangen. Die in diesem Zusammenhang relevanten Begrifflichkeiten werden definiert und voneinander abgegrenzt. Darauf folgend wird die Entstehungsgeschichte, die Entwicklung und der aktuelle Stand der Gründerforschung thematisiert. Es wird gezeigt, dass die Persönlichkeit eines Gründers für den unternehmerischen Erfolgs von Relevanz ist. Anschließend werden Forschungser-

gebnisse der Entrepreneurship bzw. Gründerforschung betreffend Persönlichkeitsmerkmale eines Gründers bzw. einer Unternehmers wiedergegeben.

Um einen tieferen Einblick in das Thema Persönlichkeit zu gewinnen, widmet sich das Kapitel 3 der Persönlichkeitsforschung und der Differentiellen Psychologie. Es wird ein Überblick über verschiedene Persönlichkeitstheorien gegeben. Aufgrund der Relevanz für die vorliegende Arbeit wird in diesem Teil der vorliegenden Arbeit der Eigenschaftstheoretische Ansatz genauer betrachtet. Der 16 Persönlichkeitsfaktoren-test von Cattell, das PEN-Modell von Eysenck und das Fünf-Faktoren-Modell sind hierbei von Relevanz. Abschließend werden die aus Kapitel 2 und 3 resultierenden Hypothesen abgeleitet.

Die empirische Untersuchung der vorliegenden Arbeit hat das Ziel, Persönlichkeitsprofile von Gründern, die während oder direkt nach dem Studium gründen, zu ermitteln und zu vergleichen. Dieser Teil der Arbeit ist wie folgt unterteilt:

Zunächst wird auf die Empirische Untersuchungsmethode eingegangen. Zur Anwendung kam eine Umfrage in Form eines standardisierten Fragebogens des Psychologen Dr. Satow und eine selbsterarbeitete Ergänzung, mit deren Hilfe ein biographischer Einblick in das Leben des Gründers generiert wird. Diese Herangehensweise ermöglicht eine ganzheitliche Untersuchung der Gründerperson. Darauffolgend wird die Zielgruppe beschrieben. Unter anderem wird auf die Anzahl der Probanden, deren Biographien und Startups eingegangen. Abschließend werden die Ergebnisse ausgewertet und miteinander verglichen.

Im vierten Kapitel werden die in Kapitel 2 und 3 gewonnenen Erkenntnisse bezüglich der Eigenschaften bzw. Persönlichkeitseigenschaften eines Gründers kritisch miteinander verglichen und bewertet.

2 Grundlagen der Arbeit

In Kapitel 2 wird zunächst auf Gründungstrends eingegangen. Hier werden die bedeutendsten Entwicklungen der letzten Jahre herausgearbeitet. Um einen tieferen Einblick in die wissenschaftliche Materie zu ermöglichen, wird anschließend die Entrepreneurship-/ Gründerforschung behandelt. Im Folgenden werden die hierfür relevanten Begrifflichkeiten definiert und voneinander abgegrenzt sowie relevante

Forschungsergebnisse hinsichtlich der Persönlichkeitsmerkmale von Entrepreneuren dargestellt.

2.1 Gründungstrends

Nach einem tendenziellen Rückgang der Gründungszahlen in Deutschland seit 2005/2006 lässt sich im Jahr 2014 ein Plus von 47.000 vermerken, was einem Wachstum im Vergleich zum Vorjahr von 1,8% entspricht (Metzger, 2015 p. 2). Auch der Anstieg der TEA-Quote³ von 5,0% auf 5,27% im Vergleich zum Vorjahr weist auf die zunehmenden Gründungsaktivitäten in Deutschland hin. Verglichen mit den anderen 28 innovationsbasierten am Global Entrepreneurship Monitor⁴ teilnehmenden Staaten sind die Gründungszahlen in Deutschland allerdings relativ gering. Auch das Gründungswachstum in Deutschland ist verglichen mit anderen innovationsbasierten Ländern unterdurchschnittlich angestiegen. Dies wird durch den Rangabstieg von Rang 20 im Jahr 2012 auf Rang 27 im Jahr 2014 deutlich. (Sternberg, et al., 2015 p. 9; Sternberg, et al., 2013 p. 9)

Die drei größten Bereiche, in denen gegründet wird, sind laut KfW-Gründungsmonitor Wirtschaftliche Dienstleistungen, Persönliche Dienstleistungen und Handel. Im Jahr 2011 waren Persönliche Dienstleistungen mit 37% der stärkste Wirtschaftszweig aller Gründungen. Bis 2014 ist der Bereich auf 27% gesunken und belegt somit aktuell Rang zwei. Wirtschaftliche Dienstleistungen sind in den letzten drei Jahren um 7% angestiegen. Momentan sind sie mit 35% der am stärksten vertretene Bereich. Die drittgrößte Branche Handel ist innerhalb von drei Jahren von 12% auf 18% im Jahr 2014 angestiegen. (Metzger, 2015 p. 2)

Der Wettbewerb vieler Städte um Gründer und Gründungen wird stärker. Berlin gilt seit Jahren als Deutschlands Gründungshochburg Nummer eins. Laut einer Studie von McKinsey hat die Stadt Potential, die führende Startup-Metropole Europas zu werden. (McKinsey Berlin, 2013 p. 8) Doch auch andere Städte in Deutschland gewinnen an Bedeutung, wie beispielsweise Hamburg, München oder Bremen, die eine steigende Gründungsquote aufweisen (Metzger, 2015 p. 2).

³ Die TEA-Quote ist der Anteil der Gründer eines Landes. Die Quote wird an der Gesamtbevölkerung, die zwischen 18-64 Jahren alt sind gemessen. Die TEA-Quote ist die einzige Gründungsquote, die nicht nur bereits erfolgte Gründungen (...), sondern auch die mit konkreten Aktivitäten belegbare Gründungsabsichten erfasst.“ (Sternberg, Vorderwühlbecke, & Brixy, 2015, 9).

⁴ „Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist ein internationales Forschungskonsortium (...). Ziel des GEM ist die international vergleichende Erfassung von Gründungsaktivitäten und Gründungseinstellungen (...).“ (Sternberg, Vorderwühlbecke, & Brixy, 2015, 7).

Das durchschnittliche Alter der Gründer bei erstmaliger Unternehmensgründung beträgt 29,1 Jahre (Prof. Dr. Risipas, et al., 2015 p. 24). Im Jahr 2014 liegt die TEA-Quote der 25-34-Jährigen mit 8,9% deutlich über der TEA-Quote der 18-25-Jährigen (6,9%) und der 55-64-Jährigen (1,5%). Außerdem weist die TEA-Quote der 25-34-Jährigen gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg von 2,1 % auf (Sternberg, et al., 2015 p. 12). Dadurch wird deutlich, dass besonders die Generation Y⁵ gründet (Onpulson - Wirtschaftslexikon). Individuen der Generation Y haben oftmals hohe berufliche und private Ansprüche. Für sie haben normierende gesellschaftliche Faktoren an Wert verloren und Regeln erscheinen ihnen weniger bindend. Außerdem möchten sie als Individuum wahrgenommen werden und streben nach Werten wie Offenheit und Transparenz. Da sie in der Welt der Digitalisierung aufgewachsen sind, werden sie auch oftmals als „*Digital Natives*“ bezeichnet. (Huber, et al., 2013 p. 15)

Noch heute dominiert die Vorstellung, dass sich hauptsächlich Männer in die Selbstständigkeit wagen. Der prozentuale Frauenanteil von Gründungen im Voll- und Nebenerwerb steigt jedoch seit über 10 Jahren an. Im Jahr 2015 wurden 43% der Existenzgründungen von Frauen umgesetzt, was auf den überproportionalen Anstieg der Erwerbsneigung von Frauen zurückzuführen ist. (Metzger, 2015 p. 6 f.) Auch die geschlechtsspezifische Entwicklung der TEA-Quote verdeutlicht zunehmende Gründungsaktivitäten von Frauen (Brixy, et al., 2011 S. 13; Brixy, et al., 2012 S. 11; Sternberg, et al., 2013 S. 12; Sternberg, et al., 2015 S. 12). Im Jahr 2010 lag die TEA-Quote gründender Frauen in Deutschland bei 2,9 %. Im Jahr 2014 waren es bereits 4,0% (Sternberg, et al., 2015 p. 12). Der Frauenanteil von Startup-Gründungen ist zwischen 2014 und 2015 jedoch lediglich von 10,7% auf 13% gestiegen (Prof. Dr. Risipas, et al., 2015 p. 23).

Auch hinsichtlich des akademischen Hintergrunds der Gründer lässt sich eine Veränderung vermerken. Der Gründer-Anteil unter den GEM-Befragten mit Hochschulabschluss ist seit 2005 von einem Viertel auf ein Drittel angestiegen. Dies ist unter anderem auf die in der akademischen Ausbildung erlangten Fähigkeiten zur realistischen Einschätzung der eigenen Möglichkeiten zurückzuführen. (Sternberg, et al., 2015 p. 13) Tendenziell gilt, dass durch Qualifikation die Gründungsneigung an-

⁵ Die Generation Y umfasst Personen, die zwischen 1980 und Anfang der 1990er Jahre geboren sind. Die Bezeichnung „Generation Y“ wurde in Anlehnung an die Vorgängergeneration „Generation X“ gewählt. (Business Dictionary, n.d.)

steigt. Im Jahr 2013 gründeten 2,4% der Hochschulabsolventen ein Unternehmen (Abel-Koch, 2015 p. 1). Insgesamt können 81,2% der Startup-Gründer einen akademischen Abschluss nachweisen. Wird die Gesamtheit der Unternehmensgründungen betrachtet, hatten lediglich 31% einen akademischen Abschluss. (Prof. Dr. Rispaß, et al., 2015 p. 12; Metzger, 2015 p. 6) Was die freien Berufe⁶ anbelangt, ist der Anteil der Gründer mit einem akademischen Hintergrund um 5% angestiegen. Dies ist vorrangig auf die stärkere Gründungsbeteiligung von besser qualifizierten Frauen zurückzuführen. (Metzger, 2015 p. 7)

2.2 Entrepreneurshipforschung / Gründerforschung

Um einen tieferen Einblick in die wissenschaftliche Materie des Entrepreneurship zu ermöglichen, werden relevante Begriffe definiert und voneinander abgegrenzt. Des Weiteren wird die Entrepreneurship-/ Gründerforschung behandelt und die Persönlichkeit eines Gründers skizziert.

2.2.1 Definitionen

Im Folgenden werden für die vorliegende Arbeit relevante Begriffe definiert.

2.2.1.1 Unternehmensgründung - Existenzgründung:

Um den Unterschied zwischen einer Existenz- und einer Unternehmensgründung zu erörtern, werden die Begrifflichkeiten zunächst unabhängig voneinander definiert.

Unternehmensgründung

Eine Unternehmensgründung ist die erste Phase eines Unternehmens (Hering, et al., 2005 p. 5). Der Begriff „Unternehmensgründung“ setzt sich aus zwei Begriffen zusammen: Unternehmen und Gründung. Für die Definition eines Unternehmens wird die im deutschsprachigen Raum häufig verwendete Definition von Gutenberg herangezogen. Nach dieser wird ein Unternehmen als System verstanden, welches auf Produktionsfaktoren und somit auf den Prinzipien der Wirtschaftlichkeit, dem finanziellen Gleichgewicht, der erwerbswirtschaftlichen Tätigkeit und auf innerer sowie äußerer Autonomie basiert (Gutenberg, 1983 p. 511 ff.). Als Gründung definieren Szyperski und Nathusius den Prozess der Schaffung eines gegenüber seiner Umwelt qualitativ abgegrenzten und in dieser Struktur bis dato nicht existierenden Systems

⁶ Es wird zwischen Gewerbe und den freien Berufen unterschieden. Zu letzterer Gruppe zählen u.a. Ärzte, Notare, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. (Creifelds, 2011 S. 452-453)

(Szyperski, et al., 1999 p. 25). Wird der gesamte Begriff untersucht, können folgende Begriffsdefinitionen herangezogen werden:

Szyperski (1999 p. 27) betrachtet eine Unternehmensgründung im engeren Sinne als einen Zusammenschluss einer oder mehrerer natürlicher oder juristischer Personen, die ein Unternehmen durch die Eintragung in dem zuständigen Register gründen. Reynolds (1999 p. 3) bezeichnet eine Unternehmensgründung im weiteren Sinne wie folgt:

*„Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals or an established business“.*⁷

Existenzgründung

Laut Piorkowsky kennzeichnet eine Existenzgründung dagegen die Absicht, das Gründungsunternehmen als Haupteinnahmequelle zu nutzen (Piorkowsky, 1999 p. 193).

Werden Unternehmensgründungen und Existenzgründungen direkt miteinander verglichen, ist Folgendes festzustellen:

Eine Unternehmensneugründung lässt dem Gründer den größten Handlungsfreiraum, da Strukturen bisher nicht vorhanden waren. Bei einer Existenzgründung kann ein unabhängiger Gründer eine bestehende Wirtschaftseinheit übernehmen, um seine Existenz abzusichern (Herr, 2007 p. 21 f.). Auch Szyperski & Nathusius (1999) untersuchen den Unterschied beider Gründungsformen. Laut der Autoren spricht man bei Kleingewerbebetrieben eher von Existenzgründung und bei innovativen Unternehmen von Unternehmensgründung.

2.2.1.2 Unternehmer – Entrepreneur:

In der Entrepreneurship-Forschung existiert eine Vielzahl von Definitionen für die Begriffe „Entrepreneur“, „Gründer“ und „Unternehmer“. Die Begriffe werden oft als Synonyme verwendet, weswegen eine Begriffsabgrenzung oftmals unklar und ungenau ist. Zur Abgrenzung der beiden Begriffe werden im Folgenden Definitionen bedeutender Ökonomen in chronologischer Reihenfolge herangezogen.

⁷ Sinngemäße Übersetzung der Verfasserin der vorliegenden Arbeit:

Jedweder Versuch einen neuen Betrieb oder ein neues Unternehmen zu gründen durch ein Sich-selbstständig-machen, eine neue Unternehmensorganisation oder die Expansion eines bestehenden Unternehmens durch ein Individuum, eine Gruppe von Individuen oder ein bestehendes Unternehmen.

Entrepreneur

Der Begriff „Entrepreneur“ ist laut Hoselitz bis ins Mittelalter zurückzuführen und bezeichnete Personen, die Dinge anpacken („*get things done*“) oder Projekte durchführen („*undertake some project*“) (Brewer, 1992 p. 51). In der Literatur finden sich Hinweise, dass sich der Begriff „Entrepreneur“ von dem französischen Verb *entreprendre*⁸ ableiten lässt (Fueglistaller, et al., 2016). Fueglistaller und Kollegen sind der Meinung, dass der Ökonom Richard Cantillon den Begriff im 18. Jahrhundert in den wirtschaftlichen Kontext einführte unter Betonung der Einkommenserzielung unter Unsicherheit (Fueglistaller, et al., 2016 S. 5). Schumpeter kennzeichnete eine Unternehmung eines Entrepreneurs mittels folgenden Funktionen: Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen, Einführung neuer Produktionsmethoden, Erschließung neuer Märkte, Erschließung neuer Lieferanten und industrielle Reorganisation (Schumpeter, 1932 p. 54). Das zeigt, dass Innovation in jeglicher Hinsicht im Zusammenhang mit entrepreneuren Aktivitäten gebracht wird. Bygrave und Hofer (1991) beschreiben einen Entrepreneur wie folgt: „(...) *someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it.*“⁹ (Bygrave, et al., 1991 p. 14) Im heutigem Sprachgebrauch ist der typische Aspekt eines Entrepreneurs der des Erschaffens oder Erhaltens einer Möglichkeit und die anschließende Umsetzung dieser (Klandt, 1984 p. 29). Der deutsche Begriff „Unternehmer“ wird dem englischen des „*entrepreneurs*“ nicht gerecht. Drucker äußert sich dazu, wie folgt:

„Whereas English speakers identify entrepreneurship with new, small business, the German identify it with power and property, which is (...) mistaking. The Unternehmer – the literal translation into German of Say’s entrepreneur – is the person who both owns and runs a business, the English term would be ,owner-manager‘“. (Drucker, 1992 p. 25)¹⁰

Unternehmensgründer

In der Literatur finden sich Hinweise, dass es sich bei Unternehmensgründern um Individuen handelt, die Aktivitäten in Bezug auf eine Unternehmensgründung aufge-

⁸ *Entreprendre*: unternehmen, in Angriff nehmen (Pons-Online Wörterbuch)

⁹ Sinngemäße Übersetzung der Verfasserin der vorliegenden Arbeit:

Jemand, der eine Chance erkennt und ein Unternehmen gründet, um die Chance wahrzunehmen.

¹⁰ Sinngemäße Übersetzung der Verfasserin der vorliegenden Arbeit:

Während im englischen Sprachgebrauch „*entrepreneurship*“ in Zusammenhang mit kleinen jungen Unternehmen gebracht wird, impliziert der Begriff im deutschen Sprachgebrauch Entscheidungsgehalt und Eigentum, was (...) irreführend ist. Der „Unternehmer“ – Say’s wörtliche Übersetzung von „Entrepreneur“ ins Deutsche – ist jemand, dem ein Unternehmen gehört und der es leitet. Diese Funktion nennt man im Englischen aber „*owner-manager*“.

nommen haben (Rese, 2003 p. 29). Ein Gründer kennzeichnet sich durch die Fähigkeit, „eine neue Kombination durch Schaffung einer neuen bzw. in wesentlichen Komponenten bisher nicht existenten Wirtschaftseinheit“ durchzusetzen (Szyperski, et al., 1977 p. 25). Schumpeter (1952 p. 100f) beschreibt fünf Alternativen zur Durchsetzung neuer Kombinationen:

- Herstellung eines neuen Produkts
- Einführung einer neuen Produktionsmethode
- Erschließung neuer Märkte
- Nutzung neuer Bezugsquellen
- Durchführung einer Neuorganisation in bestehenden Märkten (Etter, 2003 p. 30).

Nach Vollendung der Durchsetzung der Kombination wird eine Gründungsperson zum Gründungsunternehmer. (Klandt, 1984, p. 31; Szyperski & Nathusius, 1977, p. 25)

Unternehmer

In der Literatur sind viele Definitionen für den Begriff „Unternehmer“ vorhanden. Besonders im 20. Jahrhundert haben sich Ökonomen mit der Definition des Unternehmerbegriffs auseinandergesetzt. So hat Knights das Problem der Ungewissheit, der ein Unternehmer ausgesetzt ist, als ein Hauptkennzeichen unternehmerischen Handelns dargestellt. Ein Unternehmer müsse Entscheidungen in ungewissen Situationen treffen und deren Konsequenzen tragen (Blum, et al., 2001 p. 11).

Schumpeter hingegen hat ein engeres Begriffsverständnis. Für ihn zeichnet sich ein Unternehmer durch einen kreativen, Initiative ergreifenden und begeisterungsfähigen Charakter aus. Laut Schumpeter verfügt ein Unternehmer über intrinsische Motivation¹¹ und hat die Fähigkeit, sich immer wieder „äußeren Schwierigkeiten“ zu stellen. Schumpeter postuliert, dass Unternehmer Innovationen voranbringen, die den Markt aus dem Gleichgewicht bringen und als Schlüsselvariabel der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung dienen (Schumpeter, 1911 p. 115 f.).

¹¹ „Eine Motivation für eine bestimmte Handlung wird dann als intrinsisch bezeichnet, wenn diese um ihrer selbst willen ausgeführt wird und nicht wegen (antizipierter) positiver Konsequenzen (...).“ (Dorsch – Lexikon der Psychologie: Motivation, intrinsische; Theorien: 1116 f.)

McClelland (1961 pp. 183 ff., 205) definiert einen Unternehmer lediglich mittels der Organisationsfunktion und der Produktivitätssteigerung eines Unternehmens. Im Jahr 1978 führt Kirzner (1978 p. 32) den Begriff des „reinen Unternehmers“ ein. Ein „reiner Unternehmer“ ist ein „Entscheidungsträger, dessen gesamte Rolle ausschließlich in seiner Findigkeit bezüglich unbekannter Gelegenheiten besteht“ und der „ohne eigene Mittel beginnt“. Gutenberg definiert einen Unternehmer hingegen unter den Gesichtspunkten eines Geschäfts- und Betriebsleiters, der zugleich Eigentümer ist (Hering, et al., 2005 p. 104). Nach Klandt ist ein Unternehmensgründer ausschließlich eine Person, die Gründungsaktivitäten hinsichtlich einer neuen Unternehmung aufgenommen hat. Nach erfolgreicher Gründung und wenn die Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, wird der Unternehmensgründer zum Gründungsunternehmer (Klandt, 1984 p. 31). Ähnlich wie Kirzner nimmt auch Drucker an, dass die Schlüsselfunktion eines Unternehmers darin besteht, auf Wandel zu reagieren und die daraus resultierenden Chancen zu erkennen und zu nutzen und das Beste aus den gegebenen Möglichkeiten zu machen (Drucker, 1985). Baldegger (1988) nähert sich dem Unternehmerbegriff von drei Sichtweisen:

- der statischen oder positionalen,
- der funktionalen und
- der personalen Teil (Seyran, 2008 p. 99 f.).

Die statische oder auch positionale Sichtweise behandelt die Stellung, die Hierarchiestufe und den Eigentumsstatus einer Unternehmung. Die funktionale Sichtweise stellt Verhalten- und Handlungsmerkmale des Unternehmers in den Mittelpunkt (Seyran, 2008 p. 98 ff.). Die personale Sichtweise beschreibt dagegen Persönlichkeitsmerkmale eines Unternehmers (Etter, 2003 p. 29). Rauch und Frese (Rauch, et al., 1998 p. 8) verstehen einen Unternehmer als Person, die „ein Unternehmen gegründet hat und es tagtäglich organisiert“. Laut Bygrave und Hofer (1991 p. 14) nimmt ein Unternehmer Geschäftsmöglichkeiten wahr, die vor ihm noch kein anderer wahrgenommen hat. Eine ähnliche Auffassung vertreten Schumpeter, Kirzner und Drucker, denn auch sie verstehen einen Unternehmer als innovative Person, die neue Marktchancen erkennt und wahrnimmt.

Da die Begriffsabgrenzung der oben diskutierten Begriffe in der Literatur nicht eindeutig ist und die Begriffe oft als Synonyme verwendet werden, ist eine eindeutige

Abgrenzung schwer möglich. Daher werden in vorliegender Arbeit die Begriffe „Unternehmer“, „Entrepreneur“ und „Gründer“ als Synonyme verwendet.

2.2.1.3 Unternehmerischer Erfolg

Unternehmerischer Erfolg richtet sich nach den Zielsetzungen eines Unternehmens bzw. Unternehmers (Herr, 2007 p. 41). Hierbei ist die Formulierung von erreichbaren Zielen von Relevanz (Lang-von Wins, 2004 p. 145). Werden die Ziele erreicht, spricht man von Erfolg (Steiner p. 2). Wegen des häufigen Scheiterns vieler Unternehmensneugründungen im Laufe der ersten Jahre, ist das Minimalkriterium für Erfolg eines Unternehmens das Überleben am Markt. (Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH), 2002, p. 14; Brüderl, Preisendörfer, & Baumann, 1991, p. 99) In der betriebswirtschaftlichen Theorie und Unternehmenspraxis wird der ökonomische Erfolg klassisch als monetärer Gewinn ausgedrückt. (Schäfer, 1995 p. 5) Diese operative Größe ergibt sich aus der Differenz der Leistungen/ Erträge/ Einnahmen einerseits und der Kosten/ Aufwendungen/ Ausgaben andererseits (Coenenberg, et al., 1999 p. 581). Die ausschließliche Darstellung des Erfolgs mittels des Gewinns erweist sich oftmals als zu eng oder ungenau, da die Höhe des Gewinns beispielsweise durch Abschreibungen manipulierbar ist (Schmidt-Sudhoff, 1967 p. 140). Insbesondere im Falle einer Unternehmensneugründung ist der Gewinn oftmals aufgrund der in den ersten Jahren erzielten Verluste keine zuverlässige Erfolgsmessgröße.

Als Indikatoren für unternehmerischen Erfolg werden häufig auch Umsatz, Mitarbeiterzahl und Einkommen des Unternehmers herangezogen. Ein Nachteil der Messgröße Umsatz ist die Nichterfassung des entstehenden erforderlichen Aufwandes (Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH), 2002 p. 13 ff.). Die Anzahl der Mitarbeiter stellt ein solides Beurteilungskriterium für den Erfolg dar, da die Größe von zufälligen Schwankungen, wie die der Finanzindikatoren unberührt bleibt (Schenk, 1998 p. 60). Als Nachteil ist jedoch die Abhängigkeit dieser Messgröße vom Produktionsvolumen anzusehen. Ein weiteres Kriterium könnte das Unternehmergehalt sein. Ein geringes Unternehmergehalt kann besonders bei Kleinunternehmen ein Indiz für den Misserfolg einer Unternehmung sein. Da es sich hierbei jedoch um eine zu sensible Größe handelt, kann sie von der empirischen Forschung nicht erfasst werden (Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH), 2002 p. 15). Ebenfalls möglich ist

eine der auf Wachstum ausgerichteten Grundorientierung widersprechenden Zielsetzung, die sich auf Sicherung des Erreichten oder auf persönliche Autonomie beziehen. Neben der ökonomischen Ebene für unternehmerischen Erfolg kann Erfolg auch im psychologischen Kontext definiert werden. Dies drückt sich unter anderem durch die Zufriedenheit mit den eigenen Arbeitstätigkeiten und einem angenehmen Arbeitsklima aus (Lang-von Wins, 2004 p. 149).

2.2.2 Entstehung, Entwicklung und Stand der Forschung

Die Erforschung des Gründungsphänomens hat an Bedeutung gewonnen. Das Thema hat für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft große Relevanz, da durch Unternehmens- oder Existenzgründungen die strukturelle Arbeitslosigkeit verringert wird und das Wirtschaftswachstum angekurbelt wird. (Picot, Laub, & Schneider, 1989, p. 1; Metz, 2009, p. 65) Die Entrepreneurship-Forschung und Gründerforschung werden in der Literatur als Synonym verwendet. Die Gründerforschung beschäftigt sich mit Ursachen von Erfolg und Misserfolg einer Unternehmensgründung (Schwarz, 3013 p. 66). Im deutschsprachigen Raum hat dieses Teilgebiet der Forschung bis Ende der 1970er-Jahre keine wesentliche Rolle gespielt (Voll, 2008 p. 9). Die Untersuchung der Thematik des Entrepreneurs ist jedoch nicht neu. Cantillon hat mit seinem *Essay on the Nature of Commerce* 1730 die erste theoretische Untersuchung zum Fachbereich Entrepreneurship vorgelegt. In seiner Veröffentlichung nennt Cantillon den Besitz von Land als die Quelle von Reichtum und unterscheidet dabei drei Wirtschaftsakteure: den finanziell unabhängigen Landwirt, den Entrepreneur, der auf eigenes Risiko Marktgüter tauscht und den nach Sicherheit durch ein festes Einkommen strebenden Angestellten. Hier ist der Entrepreneur durch eine hohe Risikobereitschaft gekennzeichnet. Insbesondere setzten sich die Ökonomen des 20. Jahrhunderts mit der Begriffsklärung des Entrepreneurs und dessen Aufgabenfelder auseinander. Die Definitionen können je nach Autor sehr unterschiedlich ausfallen. (Aulinger, 2003 pp. 4-5) Die Forschung wandte sich durch die Untersuchungen des Ökonomen Brich intensiv der Thematik „Entrepreneurship“ zu. Brich (1979) beschäftigte sich mit dem Beschäftigungswachstum kleinerer und mittlerer Unternehmen sowie mit Unternehmensneugründungen und dem Beschäftigungsrückgang durch Großunternehmen. (Birch, 1979, p. 26 ff.; Hering & Vincenti, 2005, p. 31; Low & MacMillan, 1988, p. 139) Zu Beginn wurde dies mittels makroökonomischer Faktoren untersucht, die sich mit entrepreneurischen Aktivitäten und Entscheidungen auseinandersetzten (Casson, 1982, p. 22 ff.; Cope, 2005, p. 374). Anschließend rück-

te in diesem Kontext die Erfassung der Eigenschaften der Gründerperson in den Mittelpunkt. Später wanderte der Fokus hin zum Gründungsunternehmen. (Weiß, 2010 p. 8)

Aus der Entrepreneurship-Forschung haben sich verschiedene Ansätze herausgebildet. Der Eigenschaftsansatz (Traits-Ansatz) stellt „typische Charaktereigenschaften“ eines erfolgreichen Entrepreneurs bzw. Unternehmers in den Mittelpunkt. Hier wird der Entrepreneur durch eine moderate Risikoneigung, eine hohe Ambiguitätstoleranz, eine interne Kontrollüberzeugung, ein starkes Streben nach Autonomie, einen dominanten und unabhängigen Charakter, eine hohe Selbstachtung und ein geringes Bedürfnis nach Konformität und Unterstützung dargestellt (Fallgatter, 2002).

Der demografisch-soziologische Ansatz basiert auf der Annahme, dass sich Unternehmer durch die nur schwer beeinflussbaren Eigenschaften wie beispielsweise Risikobereitschaft oder Leistungsstreben, die im Laufe des Lebens durch Einfluss der Familie und durch eigenen Erfahrungen erworben werden, kennzeichnen lassen (Kailer, et al., 2014). Hier ist der Fokus nicht auf die Gründerperson gerichtet, sondern auf das den Gründer prägende Umfeld (Loerwald, et al., 2008 p. 272).

Die Management-Ansätze gehen von einem Erlernen der unternehmerischen Kompetenz und von der Existenz verschiedener Entrepreneur-Typen aus (Kailer & Weiß, 2014, p. 6; Loerwald, Wiesweg, & Zoerner, 2008, 272). Forschungsgegenstand sind die Aktivitäten des Unternehmers, der einen speziellen Typus von Leader verkörpert (Kailer, et al., 2014 p. 6).

Im verhaltenstheoretischen Ansatz werden die Gründe für die Entscheidung zur Selbstständigkeit analysiert (Kailer, et al., 2014 p. 6). Der Bezugsrahmen von Müller-Böling und Klandt (1993 a) versucht, das Gesamtkonstrukt der Gründerforschung mittels des personenbezogenen, des unternehmensbezogenen und des umweltbezogenen Ansatzes wiederzugeben.

Der den Kern der Entrepreneurship-Forschung bildende personenbezogene Ansatz untersucht die in der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie dynamisch behandelten Persönlichkeitsmerkmale von Unternehmern (Greenberger, 1988, 29; Bruyat & Julien, 2001, 165; Carland, Hoy, Boulton, & Carland, 1984, p. 355; Wippler, 1998, p. 23 f.).

Unternehmensbezogene Ansätze analysieren das Unternehmen und untersuchen, inwiefern unternehmerische Prozesse, Entscheidungen und Strategien zum Erfolg einer Unternehmung beitragen (Picot, et al., 1989 p. 42 ff.).

Umweltbezogene Ansätze hingegen beschäftigen sich mit den externen Rahmenbedingungen, wie beispielsweise Branchenmerkmalen, Institutionen, Netzwerken oder allgemeinen regionalen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen (Fritsch & Niese, 1999; Nerlinger, 1998; Möckel, 2004, p. 50).

Wegen des in der heutigen Forschung herrschenden Konsenses über die Relevanz der Persönlichkeit für den unternehmerischen Erfolg, wird das Konstrukt der Entrepreneurship-Forschung interdisziplinär. Die Wirtschaftswissenschaften, die Psychologie und Verhaltenswissenschaften versuchen, die in der Person liegenden Merkmale zu identifizieren und haben das Ziel, erfolgsbegünstigende Determinanten zu ermitteln (Bijedic p. 185). Bereits Schumpeter untersuchte die Besonderheiten einer unternehmerischen Persönlichkeit (Cetindamar, et al., 2007 p. 202). Die intensive empirische Erforschung der Eigenschaften einer unternehmerischen Persönlichkeit hat jedoch erst in den 1960er Jahren mit der Ausarbeitung des Leistungsmotives im Kontext unternehmerischen Verhaltens von McClelland begonnen (Fallgatter M. J., 2007, p. 197; Shane, 2003, p. 96). Auch bei Szyperski und Nathusius wird der Gründer als zentraler Einflussfaktor auf die Erfolgchancen einer Gründung gesehen (Herr, 2007 p. 87).

Der die Persönlichkeit in den Fokus stellende Ansatz wird jedoch auch kritisiert, da bis heute trotz intensiver Bemühungen keine konsistenten Forschungsergebnisse hinsichtlich Persönlichkeitsattribute erzielt wurden (Barth, 1995, p. 49 f.; Amit, Glosten, & Müller, 1993, p. 821; Bull & Willard, 1993, p. 186; Low & MacMillan, 1988, p. 148). Der herrschende Konsens bezüglich der Relevanz von Persönlichkeitsmerkmalen gründet auf unterschiedlich ausfallenden Forschungsergebnissen der Ökonomen und Psychologen hinsichtlich erfolgsrelevanter Persönlichkeitsmerkmale.

2.2.3 Die Persönlichkeit eines Gründers

In der Forschung herrscht heute ein Konsens hinsichtlich der Relevanz der Gründerpersönlichkeit für den unternehmerischen Erfolg. Die Verfasserin der vorliegenden Arbeit, deren Ziel die Ermittlung und der Vergleich von Persönlichkeitsprofilen von Gründern ist, schließt sich dieser Auffassung an.

Viele Ökonomen haben sich mit der Frage der erforderlichen Persönlichkeitsmerkmale eines erfolgreichen Gründers auseinandergesetzt. Im Folgenden werden die Charaktereigenschaften von Entrepreneuren aufgeführt, welche von bedeutenden Ökonomen und Psychologen für erfolgsrelevant gehalten werden. Die Aufzählung erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Kontrollüberzeugung

Individuen mit einer stark ausgeprägten Kontrollüberzeugung zeichnen sich durch eine starke Selbstwirksamkeitsüberzeugung aus. Sie führen ihre Erfolge und Misserfolge auf interne Faktoren, wie beispielsweise ihre Ausdauer und ihre Fähigkeiten zurück und seltener auf Umwelteinflüsse, wie Glück und Arbeitsbedingungen (Müller, 2007b p. 3). In McClellands Untersuchungen wird eine positive Korrelation zwischen Gründungserfolg und internaler Kontrollüberzeugung belegt (Saßmannshausen, 2012 p. 77). Auch Rotters Untersuchungen prägen die Begrifflichkeit „Kontrollüberzeugung“, die den Grad des individuellen Machbarkeitsdenken und der Verantwortung einer Person beschreiben. Demzufolge sind die Fokussierung auf das eigene Handeln und die Verstärkung der eigenen Aktivitäten, welche die Aussicht auf Erfolg erhöhen, auf Lerneffekte nach Fehlschlägen zurückzuführen (Rotter, 1966 p. 9 ff.; Thome, 1998 p. 55; Haid, et al., 2004 p. 75).

Leistungsstreben

Unter dem Begriff „Leistungsstreben“ wird nach Müller die ausgeprägte Bereitschaft verstanden, sich Herausforderungen zu stellen und die eigenen Fähigkeiten unter Beweis zu stellen (Müller, 2007b p. 3). McClellands Untersuchungen belegen das aus der Motivation eines Individuums resultierende (Staehe, 1999 pp. 165, 218 ff.; Nerdinger, 1995 p. 9; Frey, 1997 p. 310) hohe Leistungsstreben eines Entrepreneurs im Vergleich zu einem Nicht-Entrepreneur (McClelland D. , 1966, p. 201; Nerdinger, 1999, p. 7 ff.; Hisrich & Peters, 1989, p. 51; Thome, 1998, p. 124 ff.). Ein hohes Leistungsstreben kennzeichnet sich wie folgt: die Übernahme von Verantwortungen für getroffene Entscheidungen, das Streben nach den gesetzten Zielen durch eigene Anstrengung und den Wunsch nach Feedback Dritter (Amit, et al., 1993 p. 821). Das Streben nach Excellence stellt einen zentralen Erfolgsfaktor dar (McClelland, 1961). Süßmuth Syckerhoff zweifelt jedoch an der Ursachenbedingtheit des Leistungsstrebens hinsichtlich des unternehmerischen Erfolges, da seiner Auffassung nach ungeklärt bleibt, ob in den betreffenden Studien bereits erfolgreiche

Unternehmer befragt werden und das Leistungsstreben somit nicht als Ursache für Erfolg angesehen werden kann (Süssmuth Dyckerhoff, 1995 p. 50).

Problemlösungsorientierung

Nach McClellands Untersuchungen zeichnet sich ein Entrepreneur verglichen mit einem Nicht-Entrepreneur durch eine hohe Problemlösungsorientierung aus (Saßmannshausen, 2012 p. 77).

Risikobereitschaft

Die Erforschung der Risikobereitschaft eines Entrepreneurs weist in der Literatur eine lange Tradition auf (Thome, 1998, p. 95; Wossidlo, 1970, p. 42; Brockhaus, 1980, p. 513; Hisrich & Peters, 1989, pp. 52 f., 55). So war bereits McClelland (1966) der Auffassung, dass Entrepreneure gewillt sind, ein kalkulierbares Risiko einzugehen (Bellu, 1993, p. 335; Brendl, 1978, p. 114). Resultierend aus McClellands (1966 p. 215) Untersuchungen ist das subjektive Risikoempfinden eines Entrepreneurs in der Regel niedriger ausgeprägt als das objektive Risiko. Nach Redlich umfasst das Risiko eines Unternehmensgründers eine finanzielle Verlustmöglichkeit, die aus einer Entscheidung resultieren kann. Liles hingegen unterscheidet vier verschiedene Typen des Risikos, das mit einer Unternehmensgründung einhergehen kann (Redlich, 1964 p. 112 f.): Das monetäre Risiko, das Karriererisiko, das familiäre Risiko und das physische Risiko. Albers untersucht die Risikoneigung eines Managers verglichen mit der eines Entrepreneurs und geht davon aus, dass Manager eines bestehenden Unternehmens im Gegensatz zu Entrepreneuren eher risikoscheu sind. Eine Risikoneigung gilt jedoch als wesentliche Voraussetzung für den Erfolg und das Wachstum eines Unternehmens (Albers, 1996 p. 306). Die Autoren sind sich allerdings nicht über den Ausprägungsgrad der Risikoneigung eines Entrepreneurs im Vergleich zu einem Nicht-Entrepreneur einig (Thome, 1998 p. 83). Viele vertreten jedoch die Ansicht, dass die Risikobereitschaft der Hauptdifferenzierungsfaktor eines Entrepreneurs verglichen mit einem Nicht-Entrepreneur ist (Thome, 1998, p. 100; Busenitz, 1997, pp. 10 ff.).

Unabhängigkeitsstreben und Durchsetzungsverhalten

Gründer zeichnen sich durch das Streben nach Autonomie und Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung aus. Sie fühlen sich in starren Strukturen und Hierarchien nur wohl, wenn sie an der Spitze stehen. Somit zeichnen sich Gründer nach McClelland,

Hornaday und Aboud oftmals durch eine extreme Durchsetzungsbereitschaft aus (McClelland, 1961; Characteristics of Successful Entrepreneurs, 1971; Research about Living Entrepreneurs, 1982).

Ungewissheitstoleranz

Ein weiteres Persönlichkeitsmerkmal ist die Ungewissheitstoleranz oder bei Autoren wie Fallgatter oder McClelland auch „Ambiguitätstoleranz“ genannt. Eine hohe Ausprägung des Merkmals Ungewissheitstoleranz zeichnet sich dadurch aus, dass Individuen „erfolgreicher mit unstrukturierten, offenen und wenig reglementierten Situationen umgehen können“ (Müller, 2007b p. 4) und somit offener mit neuen Erfahrungen umgehen können. Gründer bleiben auch in ungewissen Situationen handlungs- und entscheidungsfähig und werden als mental belastbar empfunden (Saßmannshausen, 2012 p. 76). Auch Zhaos und Seiberts Untersuchungen belegen, dass Entrepreneurere im Gegensatz zu Managern neuen Erfahrungen offener gegenüber stehen (Zhao, et al., 2006 p. 259). Offenheit für Erfahrungen korreliert oftmals mit Kreativität, wie beispielsweise divergentem Denken (McCrae, 1987). Gielnik, Frese, Graf und Kampschulte haben nachgewiesen, dass divergentes Denken einen positiven Effekt auf die Anzahl der Geschäftsideen hat und somit eine positive Auswirkung auf das Wachstum eines Startups hat (Gielnik, 2012 p. 4).

Visionäres Verhalten

In der Literatur werden Entrepreneurere oftmals als Personen beschrieben, die ein visionäres Verhalten auszeichnet (Pinchot, 1988 p. 68 ff.). Die Fähigkeit, Mitmenschen zu begeistern, eine Vision zu entwickeln und diese anschließend umzusetzen, kennzeichnen eine Führungspersönlichkeit (Weber, 1980 p. 140; Cunningham, et al., 1991 p. 52). Visionäres Verhalten erfordert besondere kognitive Fähigkeiten und eine gute Vorstellungskraft (Ripsas, 1997 p. 97 ff.). Eine gewisse individuelle Kreativität ist ebenfalls notwendig (Woodman, et al., 1993 p. 294; Siemer, 1991 p. 29). So ist Goebel der Auffassung, dass ein Entrepreneur als Erfinder und Entdecker denkt und handelt und somit Kreativität in diesem Kontext eine wichtige Rolle spielt (Goebel, 1991 p. 154; Nerdinger, 1999 p. 8). Nach Zimmer zeichnen sich kreative Menschen durch Einfallsreichtum, Offenheit gegenüber Neuem, Tatendrang und hohes Selbstbewusstsein aus. Des Weiteren verfügten sie über die Fähigkeit, Dinge auf ungewohnte Weise zu verknüpfen (Zimmer, 2001 p. 46; Siemer, 1991 p. 30). Neuere Forschungen gehen von einer erhöhten Kreativität und Innovationsfähigkeit

bei Entrepreneuren verglichen mit Nicht-Entrepreneuren aus (Koetz, 2006 p. 35). Oftmals zeichnen sich Entrepreneure durch visionäres Verhalten aus, welches jedoch nicht zwingend für den Erfolg einer Unternehmensneugründung erforderlich ist (Collins, 1995b pp. 39, 54). Auch nach Ripsas zeichnet sich ein Unternehmer oder Entrepreneur im Gegensatz zum administrativen Manager durch seine Vision aus (Ripsas, 1997 p. 37 ff.; Haid, 2004 p. 76).

Hinsichtlich der Persönlichkeit besteht im entrepreneurialen Kontext noch erheblicher Forschungsbedarf. Basierend auf bisherigen Forschungsergebnissen kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob bestimmte Eigenschaften für erfolgreiches unternehmerisches Handeln ausreichen. Es kann jedoch gesagt werden, dass Persönlichkeitsmerkmale für die Entrepreneurship-Forschung von Bedeutung sind, da sie das Denken und Fühlen in einer Situation indirekt beeinflussen und somit auf das unternehmerische Handeln wirken. Das wiederum hat letztendlich auch Auswirkungen auf den Erfolg einer Unternehmung (Baum, et al., 2004; Frese, et al., 2007). In der Literatur wird oftmals von einem einheitlichen Entrepreneur-Typus ausgegangen. Es existieren jedoch auch Studien, die von verschiedenen Persönlichkeitstypen von Gründern ausgehen. Eine Vermutung ist, dass sich die Persönlichkeiten von Gründern je nach Branche und Tätigkeit unterscheiden. (Carland, et al., 1984; Miner, 1977).

3 Persönlichkeitspsychologie und Differentielle Psychologie

Da die Persönlichkeit eines Unternehmers bzw. Gründers den Erfolg einer Unternehmung beeinflusst, ist eine Untersuchung des Faktors Persönlichkeit von Interesse. In vorliegender Arbeit wird daher auf die Persönlichkeitspsychologie mit den verschiedenen Persönlichkeitstheorien eingegangen.

Die Persönlichkeitspsychologie und Differentielle Psychologie ist ein Teilbereich der Psychologie. Weitere Fachbereiche sind u.a. die Klinische Psychologie und Psychotherapie, die Entwicklungspsychologie, die Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie, die Neuro- und Biopsychologie und die Arbeits- und Organisationspsychologie. Die Persönlichkeitspsychologie befasst sich mit Beschreibung und Erklärung inter- und intraindividuelle Unterschiede des menschlichen Erlebens und Verhaltens (Weber, et al., 2005 p. 11). Persönlichkeitstheorien kategorisieren das Denken, Fühlen und Verhalten der Menschen im Alltag und ermöglichen somit ein

besseres Verständnis der Erlebniswelt der Menschen und ihrer Verhaltensweisen. (John, 2005 p. 31).

3.1 Persönlichkeitstheorien im Überblick

Persönlichkeitstheorien sind das Ergebnis sorgfältiger Beobachtungen und gründlicher Selbstreflexion von Gelehrten (Friedman, et al., 2004 p. 19). Sie gehen auf Persönlichkeitsstrukturen, Wachstum und Entwicklung der Persönlichkeit und psychopathologische Verhaltensveränderungen ein (John, 2005). In der Literatur wird zwischen verschiedenen Persönlichkeitstheorien unterschieden, deren Benennungen und Untergliederungen je nach Autor marginale Unterschiede aufweisen.

Für die Auswahl einer geeigneten Kategorisierung der Persönlichkeitstheorien wurden neun Professoren der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie der elf vom CHE- Ranking¹² 2015/2016 bestgerankten Universitäten für Psychologie kontaktiert und diesbezüglich nach Literaturempfehlungen gebeten. Von drei Rückmeldungen gab es zwei Literaturempfehlungen, auf welche die Verfasserin zum Zeitpunkt der vorliegenden Arbeit Zugriff hatte: Die der Jacobs Universität in Bremen und die der TU Dresden. Da die Literaturempfehlung der höher gerankten Jacobs Universität keine explizite Kategorisierung der Persönlichkeitstheorien aufweist, wird das von der der TU Dresden empfohlene Werk „Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie“ von Schmitt und Altstötter-Gleich für die Untergliederung der Persönlichkeitstheorien herangezogen. Laut diesem Werk erfolgt die Kategorisierung der Theorien wie folgt: Psychodynamische Theorien, Bedürfnis- und Motivations-theorien, Lerntheorien, Kognitive und Handlungstheorien, Eigenschaftstheorien, Biopsychologische Theorien, Interaktionistische Theorien sowie die Theorie der Persönlichkeit-System-Interaktionen (PSI). Im Folgenden wird kurz auf die verschiedenen Theorien eingegangen. Hier gilt es, herauszufinden, welcher Ansatz sich für die vorliegende Arbeit zur Erfassung der Persönlichkeit eines Gründers eignet. Dazu werden folgende Sachverhalte geklärt.

- Was stellt der Ansatz zur Erfassung der Persönlichkeit in den Mittelpunkt?
- Wie werden Verhalten und die Verhaltens- und Persönlichkeitsunterschiede eines Individuums in diesem Kontext verstanden?

¹² Hochschulranking deutscher Hochschulen, das vom Centrum für Hochschulentwicklung durchgeführt wird.

- Welches sind die wichtigsten Vertreter dieser Theorie und was haben sie festgestellt?
- Was hat der Ansatz für die heutige Persönlichkeitspsychologie zu bedeuten?

In den folgenden Absätzen werden die acht Persönlichkeitstheorien in Anlehnung an Schmitt und Altstötter-Gleich vorgestellt.

3.1.1 Psychodynamische Theorien

In dem von Sigmund Freud maßgeblich geprägten psychodynamischen Persönlichkeitsverständnis, welches als erste umfassende Theorie der Persönlichkeit gilt (Salewski, et al., 2009 p. 39; Fissini, 1998 p. 25), wird die Kardinalfunktion des Verhaltens und somit die Persönlichkeit eines Individuums in der Triebbefriedigung des Sexualtriebs und Aggressionstrieb gesehen. Verhaltens- und Persönlichkeitsunterschiede sind auf angeborene Ausprägungen der Triebstärke zurückzuführen (Schmitt, et al., 2010 p. 28). Als Vertreter der psychodynamischen Theorien sind Freud, Adler und Jung zu betrachten. In Freuds *Psychoanalyse*, welche das Menschenbild in den ersten Jahrzehnten der Psychologie maßgeblich prägte, wird der Menschen als egozentrisches Wesen angesehen, das auf die Befriedigung seiner Triebe konzentriert ist (Weber, et al., 2005 p. 53 f.; Salewski, et al., 2009 p. 58). Alfred Adler, ein Schüler Freuds, stellt dessen grundsätzliche Annahme, den Sexualtrieb als Grundantrieb anzusehen, mit seiner sogenannten *Individualpsychologie* in Frage. Seinem Ansatz zufolge ist das stärkste Motiv eines Menschen ein von außen stammendes erworbenes Motiv, nämlich das Streben nach Überlegenheit und der Wille nach Macht. Adler zufolge sind Charaktereigenschaften Instrumente, ein Mittel zur Erfüllung eines Lebenszwecks und zur Daseinsbewältigung. Carl Gustav Jung, ebenfalls ein Schüler Freuds, grenzte sich mit seiner *Analytischen Psychologie* von seinem Lehrer ab. Jung ging von einem optimistischeren Menschenbild aus. Seine Theorie fußt auf der Differenzierung zwischen dem persönlich Unbewusstem, den Gefühlen und Gedanken sowie dem kollektiv Unbewusstem und bedeutenden emotionalen Symbolen. (Fissini, 1998 p. 56; Weber, et al., 2005 p. 56).

Viele Elemente der psychodynamischen Theorien wurden wiederlegt und spielen in der heutigen Persönlichkeitsforschung keine Rolle mehr. Nur Freuds Erkenntnis bezüglich der Prägung der Persönlichkeitsentwicklung aufgrund frühkindlicher Beziehungsmuster ist bis heute von Bedeutung (Schmitt, et al., 2010 p. 29).

3.1.2 Bedürfnis- und Motivationstheorien

In den Bedürfnis- und Motivationstheorien werden Bedürfnisse und Motive als Antriebsquellen des Verhaltens gesehen. Die unterschiedliche Ausprägung der menschlichen Bedürfnisse und Motive hat interindividuelle Verhaltens- und Persönlichkeitsunterschiede zur Folge (Schmitt, et al., 2010 pp. 29-31).

Murray, dessen Untersuchungen zur Entwicklung der Persönlichkeitspsychologie beigetragen haben, entwickelte angelehnt an Freuds psychoanalytischen Ansatz, ein Persönlichkeitsmodell (Schmitt, et al., 2010 p. 31), welches sich der Unterteilung von Motiven und der Identifikation von Bedürfnissen widmet (Weber, et al., 2005 p. 289; Fissini, 1998 p. 98). Der Experimentalpsychologe Maslow gilt als Vertreter der sogenannten Humanistischen Psychologie. Er wandte sich vom pessimistischen Menschenbild Freuds ab und grenzte sich von lerntheoretischen Ansätzen ab, die den Menschen als Produkt seiner Umwelt betrachten. Sein Ansatz stellt die hierarchische Anordnung von Bedürfnissen fest, die in einer Bedürfnispyramide dargestellt werden (Salewski, et al., 2009 p. 63; Schmitt, et al., 2010 p. 36; Weber, et al., 2005 p. 61; Friedman, et al., 2004 p. 421). Der Begründer der klientenzentrierten Gesprächspsychotherapie Rogers erklärt, wie Menschen lernen, ihre Bedürfnisse und Wünsche zu identifizieren und diese als Teil ihrer Person zu akzeptieren (Salewski, et al., 2009 p. 59). Rogers Ansätze haben zur Entwicklung der Klinischen Psychologie beigetragen.

Führende Motivationsforscher, wie McClelland haben Untersuchungen der Bedürfnis- und Motivationstheorien aufgegriffen und weiterentwickelt. Auch in der gegenwärtigen Forschung sind diese Theorien noch von Bedeutung (Schmitt, et al., 2010 pp. 31-43).

3.1.3 Lerntheorien

Lerntheorien basieren auf der Annahme, dass die Umwelt des Menschen seine Persönlichkeit formt und der Mensch bei seiner Geburt bis auf wenige angeborenen Reflexe und instinktive Verhaltensweisen ein unbeschriebenes Blatt ist (tabula rasa). Somit wird die Persönlichkeit als individuelles Profil dargestellt, welche verschiedene Verhaltensdispositionen aufweist, die durch Lernen erworben werden und beobachtbar sind (Schmitt, et al., 2010 p. 44). Wie Maslow vertreten die Anhänger der Lerntheorien die Auffassung, dass die Lernprinzipien sowohl für den Menschen als auch andere Organismen gelten. (Salewski, et al., 2009 p. 89). Persönlichkeitsunterschiede seien auf unterschiedliche Lerngeschichten zurückzuführen.

In den Lerntheorien wird zwischen klassischer Konditionierung (Maslow und Watson), der operanten Konditionierung (Skinner) und dem Lernen am Modell (Bandura) unterschieden. Bei der Klassischen Konditionierung stehen Prozesse des Verhaltensaufbaus und -abbaus im Vordergrund. Den Ausgangspunkt stellen angeborene und unbedingte Reize und Reaktionen dar. So hat beispielweise der russische Psychologe Pawlow festgestellt, dass bei Hunden ein neutraler Reiz, der gemeinsam mit einem sogenannten unconditionierten Stimulus ausgelöst wird, eine natürliche Reaktion hervorruft. Diese Kenntnisse übertrug Watson auf den Menschen (Schmitt, et al., 2010 p. 44). Operantes Konditionieren¹³ hingegen geht auf die Bedingungen ein, welche die Wahrscheinlichkeit eines Verhaltens erhöhen oder senken, wie beispielsweise Schmerzen. Das Verhalten wird hier durch die dem Verhalten folgenden Konsequenzen gesteuert (Salewski, et al., 2009 p. 89). Skinner ist für ein umfassendes Verständnis bezüglich operanter Konditionierung verantwortlich. Er setzte die Arbeiten von Thorndike fort, welche besagen, dass Reiz-Reaktions-Verknüpfungen auch durch Versuch und Irrtum gelehrt werden können, (Schmitt, et al., 2010 p. 47). Da das Lernen über operante und klassische Konditionierung laut Albert Bandura ein Leben lang andauern, entwickelte er das Lernen am Modell, welches das Lernen durch Beobachtung der Verhaltensweisen der Mitmenschen beschreibt (Salewski, et al., 2009 p. 49).

Die Bedeutung der lerntheoretischen Ansätze ist nach wie vor groß, da Menschen lernende Organismen sind und das Lernen die Grundlage für jede Interventionsmaßnahme ist (Schmitt, et al., 2010 p. 52).

3.1.4 Kognitive und Handlungstheorien

In den kognitiven Theorien und den Handlungstheorien werden die Denkvorgänge als Erklärung für menschliches Verhalten und individueller Unterschiede im Verhalten in den Mittelpunkt gestellt (Schmitt, et al., 2010 p. 54). Verhalten wird u.a. auf Reize aus der physikalischen Umwelt zurückgeführt, wobei die Wahrnehmung der physikalischen Umwelt aus einer komplexen Wechselwirkung zwischen Außenreizen und Prozessen in der Person resultiert. (Fissini, 1998 p. 264). Als Kernstück des Menschseins gelten die Art und Weise der Interpretation der Umgebung. Die Unter-

¹³ Operantes Konditionieren wird als Lernen am Erfolg oder am Misserfolg verstanden (Caspar, 2014, 1193)

schiede der verschiedenen Persönlichkeiten werden als Individualität betrachtet (Friedman, et al., 2004 p. 258).

Im Zusammenhang mit den Kognitiven und Handlungstheorien sind Kelly, Rotter und Bandura zu nennen. Kelly geht davon aus, dass jeder Mensch eine subjektive Realität hat und auf Basis dieser ein individuelles Konstruktsystem¹⁴ entwickelt. Anhand dieses Systems bewertet ein Individuum seine Umwelt. Rotters und Banduras Theorien basieren auf lerntheoretischen Prinzipien, welche jedoch um kognitive Elemente erweitert werden und somit als sozial-kognitive Lerntheorien bezeichnet werden. Rotters Verhaltensgleichung, die viele spätere Theorien geprägt hat, umfasst die Komponenten Verhaltenspotential, Erwartung, Verstärkungswert und Verhalten (Schmitt, et al., 2010 pp. 56-59). Bandura ist der Meinung, dass Persönlichkeitsprofile bei rein lerntheoretischer Konzeption unzulässig sind. Seine Theorie basiert auf der Annahme, dass Personen durch Beobachtungslernen geprägt sind und mehr als ein Rezeptions- oder Reaktionssystem sind, da sich zwischen Reizempfang und Reaktion kognitiv-emotionale Prozesse einschalten, die Reize verarbeiten (Fissini, 1998 p. 432).

In der aktuellen Persönlichkeitsforschung werden diese Ansätze besonders wegen der Möglichkeit der Verknüpfung mit den Eigenschaftstheorien sehr geschätzt (Schmitt, et al., 2010 p. 67).

3.1.5 Eigenschaftstheorien

Eigenschaftstheorien betrachten Eigenschaften als zentrale Beschreibungsgröße der menschlichen Persönlichkeit. Diese Theorien versuchen mittels systematischer wissenschaftlicher Mittel, die Persönlichkeit zuverlässig und schlüssig zu erfassen (Friedman, et al., 2004 p. 335). Eigenschaftstheorien erfüllen in der Forschung drei Funktionen: Zusammenfassung von Verhaltens- und Erlebenstrends in verschiedenen Situationen, Vorhersage künftigen Verhaltens und Erlebens und Lieferung einer Erklärung für individuelle Verhaltens- und Erlebenstrends (Weber, et al., 2005 p. 93; Salewski, et al., 2009 p. 74). Es wird unterschieden zwischen Eigenschaften und Zuständen. Eigenschaften (*traits*) sind Verhaltens- und Erlebensweisen, die eine Person

¹⁴ Ein Konstruktsystem ist eine Zusammensetzung aus vielen Konstrukten. Konstrukte sind nach Kelly die Grundlage der individuellen Wahrnehmung und Interpretation. Sie sind somit eine „Möglichkeit die Welt zu strukturieren“ (Kelly, 1986, p. 22; Franke, 2008, p. 9).

über einen relativ beständigen Zeitraum und in unterschiedlichen Situationen zeigt. Zustände (*states*) sind zeitlich begrenzt und wechseln. (Salewski, et al., 2009 p. 74).

Die drei bekanntesten Vertreter dieser Theorien sind Allport, Cattell und Eysenck. Zu Allports bedeutendsten Untersuchungen gehört die Forschung betreffend verschiedener Wesenszüge sowie die Auflistung und Unterteilung aller persönlichkeitsbeschreibenden Begriffe. Cattell übernimmt die von Allport aufgelisteten und in Gruppen zusammengefassten Eigenschaften, bewertete diese und unterzieht sie einer Faktoranalyse (Friedman, et al., 2004 p. 336). Das Ziel Eysencks war die exakte Messung und Klassifizierung der menschlichen Persönlichkeit, welche er als feste überdauernde Organisation des Charakters, des Temperaments, des Intellekts und der Physis eines Menschen darstellt. (Weber, et al., 2005 p. 97; Salewski, et al., 2009 p. 79).

In der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie wird den Eigenschaftstheorien die größte Bedeutung zugemessen. Umstritten sind jedoch die Einflüsse auf die methodische und diagnostische Entwicklung, auf die Theorien und Modelle der psychologischen Diagnostik auf psychologische Messmethoden sowie auf Verfahren der multivariaten Statistik (Schmitt, et al., 2010 p. 98).

3.1.6 Biopsychologische Theorien

Die biopsychologischen Theorien basieren auf der Erkenntnis, dass ein Teil der individuellen Unterschiede im Erleben und Verhalten eines Menschen auf Unterschiede im biologischen System zurückzuführen sind (Stemmler, et al., 2011 p. 284)

Erblichkeitsstudien belegen, dass über die Hälfte der Differenzen von phänotypischen¹⁵ Persönlichkeitsmerkmalen auf genetischen Faktoren beruhen (Stemmler, et al., 2011 p. 284). Somit werden in einer Reihe von Theorien hirnanatomische, hirnphysiologische und neurochemische Parameter miteinbezogen (Weber, et al., 2005 p. 71). Als bedeutende Vertreter dieser Ausrichtung der Persönlichkeitstheorie sind Kretschmer, Eysenck, Gray und Cloninger zu nennen. In Eysencks Modell zur Erfassung der Persönlichkeit werden als Ursache für Psychotizismus, Extraversion und Neurotizismus bestimmte Begebenheiten im Gehirn verantwortlich gemacht. Grays

¹⁵ Ein Phänotypus ist „ (...) die Summe der sich aus der Gesamtheit der Erbanlagen (...) ausgebildeten Merkmale (...) eines Organismus.“ Aus den gleichen Erbanlagen „können durch verschiedene Umwelteinflüsse verschiedene Phänotypen entstehen.“ (Dorsch - Lexikon der Psychologie: Phänotypus, 1260).

Reinforcement Sensitivity Theory (RST) gilt ab den 1970er-Jahren als wichtige Alternative zu Eysencks Theorie. Gray nimmt ebenfalls an, dass individuelle Unterschiede auf das Hirnsystem zurückzuführen sind und daraus eine unterschiedliche Sensitivität für Hinweisreize wie Belohnung und Bestrafung resultiert (Stemmler, et al., 2011 pp. 285-296). Cloninger unterteilt Persönlichkeit in zwei Teilsysteme, die in sieben Dimensionen mit 25 Facetten dargestellt werden, welche sich gegenseitig beeinflussen und steuern (Schmitt, et al., 2010 p. 106).

Die Entwicklung bio-psychologischer Untersuchungs- und Messmethoden hat in den letzten Jahren große Fortschritte gemacht, was die Überprüfung der biopsychologischen Theorien möglich macht. Ziel der gegenwärtigen Forschung besteht in der biologischen Begründung von mit den Persönlichkeitseigenschaften und Persönlichkeitszuständen korrelierenden Prozessen und deren Verarbeitung und Einfluss auf die Steuerung von menschlichem Verhalten.

3.1.7 Interaktionistische Theorien

Interaktionistische Theorien sehen ein Zusammenspiel zwischen Merkmalen einer Person und den Verhaltensmerkmalen, die eine Person in einer bestimmten Situation entwickelt. Die Vertreter dieses Ansatzes Endler und Spielberger sowie Mischel haben dies in unterschiedlicher Weise konkretisiert. Es wird zwischen reaktiven (unterschiedliche Personen interpretieren ein und dieselbe Situation unterschiedlich), evokativen (Menschen, die sich in derselben Situation befinden, beeinflussen sich gegenseitig), proaktiven (eine Person provoziert aktiv eine Situation) und manipulativen Interaktionen (eine handelnde Person gestaltet aktiv eine Situation) unterschieden. Persönlichkeitsunterschiede können dazu führen, dass Menschen Situationen unterschiedlich wahrnehmen und unterschiedlich reagieren. Endler und Spielberger haben Angst- und Ärgertheorien entwickelt, welche Interaktionen zwischen Persönlichkeitsfaktoren und Situationsfaktoren aufzeigen (Schmitt, et al., 2010 pp. 106-114). Mischel spricht von Personenvariablen, da individuelle Unterschiede in der Art einer Situation zu begegnen und Unterschiede hinsichtlich der kognitiven affektiven Voraussetzungen, zu beobachten sind (Salewski, et al., 2009 pp. 115-116). Er unter-

scheidet somit starke¹⁶ und schwache¹⁷ Situationen aufgrund des Verhaltensspielraums und der dadurch deutlich werdenden Persönlichkeitsunterschiede.

In den letzten Jahren wurden interaktionistische Theorien wieder häufiger herangezogen, da laut Analysen Verhalten am besten bei einer gleichzeitigen Betrachtung von Persönlichkeit- und Situationsmerkmalen vorhergesagt werden kann (Schmitt, et al., 2010 pp. 118-119).

3.1.8 Theorie der Persönlichkeit-System-Interaktionen (PSI)

Die von Julius Kuhl entwickelte Theorie der Persönlichkeit-System-Interaktion (PSI) besagt, dass Absichten im Intentionsgedächtnis¹⁸ gespeichert werden und durch einen passenden Hinweisreiz aktiviert werden. Diese Theorie weist allgemeinpsychologische, motivationspsychologische, biopsychologische und kognitivpersönlichkeitspsychologische Elemente auf und kann grundsätzlich auf alle Verhaltensweisen angewandt werden. Die Theorie erklärt Verhalten als Zusammenspiel von vier Informationsverarbeitungssystemen, die alle an der Verhaltenssteuerung beteiligt sind und unterschiedliche Funktionen erfüllen. Aus der individuellen unterschiedlichen Ansprechbarkeit der Systeme resultieren Verhaltens- und Persönlichkeitsunterschiede. Die Gesamtheit der Theorie zu überprüfen ist nicht möglich, jedoch stützen zahlreiche Befunde zentrale Annahmen der Theorie (Schmitt, et al., 2010 pp. 120-124).

3.2 Persönlichkeitsmodelle der Eigenschaftstheorien

In der Literatur wird zur Untersuchung der Persönlichkeit eines Gründers hauptsächlich auf Eigenschaften Bezug genommen. Und da die eigenschaftstheoretischen Ansätze zu den bedeutendsten Theorien der Persönlichkeit und Differentiellen Psychologie gehören (Schmitt, et al., 2010 p. 98), werden die wichtigsten Modelle der Eigenschaftstheorien genauer betrachtet. Insbesondere sind das 16-Faktoren-Modell von Cattell, das PEN-Modell von Eysenck sowie das Fünf-Faktoren-Modell von Costa und McCrae bzw. Norman von Relevanz. Allport gilt zwar als Pionier der ei-

¹⁶ „Starke Situationen sind solche, in denen Menschen aufgrund von Normen sehr ähnliches Verhalten zeigen. An einer roten Ampel beispielsweise halten die meisten Autofahrer“ (Schmitt & Altstötter-Gleich, 2010, p. 116).

¹⁷ „(...) [S]chwache Situationen [lassen] viel Verhaltensspielraum für den Einfluss von Persönlichkeitsfaktoren. Ihre Freizeit beispielsweise gestalten Menschen sehr unterschiedlich (...)“ (Schmitt & Altstötter-Gleich, 2010, p. 116).

¹⁸ „Das Intentionsgedächtnis ist zuständig für die Repräsentation und Aufrechterhaltung von Absichten. (...) Das Intentionsgedächtnis wird unterstützt durch sequenziell (...) arbeitende analytische Prozesse wie das Denken und das Planen.“ (Kuhl, PSI-Theorie: 3)

genschaftstheoretischen Ansätze und hat mit seiner Arbeit der Kategorisierung aller persönlichkeitsbeschreibenden Begriffe und der Unterscheidung verschiedener Wesenszüge einen wichtigen Grundstein für die Forschung geschaffen. Er hat jedoch kein nennenswertes Modell zur Beschreibung spezifischer Persönlichkeitsmerkmale entwickelt. Aus diesem Grund wird im Folgenden nicht auf seine Arbeit eingegangen.

3.2.1 Cattells 16-Faktoren-Modell

Im Folgenden wird die Entstehung und Entwicklung von Cattells Modell behandelt, bevor die Dimensionen, anhand derer die Eigenschaften einer Person dargestellt werden, vorgestellt werden.

3.2.1.1 Entstehung und Entwicklung

Cattells Ziel war die Aufdeckung und Klassifizierung der wirklich bedeutsamen Eigenschaften eines Individuums (Salewski, et al., 2009 p. 77). Er publizierte u.a. den heute häufig benutzen Persönlichkeitstest *Sixteen Personality Factor Questionnaire* (16 PF) (Maltby, et al., 2011 p. 301). Mittels einer Faktorenanalyse aus den Daten von Allports und Odberts Datenliste, den aus Selbstbeurteilungsfragebögen gewonnenen Q-Daten¹⁹ und den sogenannten L-Daten²⁰ aus Personeneinschätzungen durch Fremdbeobachtungen wurden den Grundeigenschaften entsprechend 16 Primärfaktoren ermittelt (Salewski, et al., 2009 p. 77). Die 16 Faktoren weisen jeweils zwei Gegenpole auf, wie beispielsweise Robustheit und Sensibilität. Nach weiteren Untersuchungen wurden weitere sieben Faktoren identifiziert, die jedoch im heute bekannten Persönlichkeitstest nicht enthalten sind (Maltby, et al., 2011 p. 305).

3.2.1.2 Dimensionen

Das Modell umfasst sechzehn Dimensionen, die in den folgenden Absätzen beschrieben werden.

Faktor A: Wärme

Kontaktfreudige Menschen weisen einen hohen Wert auf und neigen dazu, warmherzig und aufmerksam für die Gefühle anderer zu sein. Sachbezogene Individuen haben

¹⁹ „Mit Q-Daten bezeichnet Cattell Daten, die anhand von Selbstberichten und Fragebögen gesammelt wurden (...).“ (Friedman & Schustack, 2004, 338)

²⁰ „L-Daten bestehen aus Informationen, die über das Leben einer Person gesammelt werden, z.B. mithilfe von Schulzeugnissen.“ (Friedman & Schustack, 2004, 338)

dagegen die Tendenz, reserviert, unpersönlich und distanziert zu sein. (Stemmler, et al., 2011 p. 248).

Faktor B: Logisches Schlussfolgern

Personen, bei denen die Fähigkeit, logische Schlussfolgerungen zu ziehen, stark ausgeprägt ist, sind in der Lage, abstrakt zu denken. Menschen, die eine niedrige Ausprägung des Faktors Schlussfolgern aufweisen, denken meist eher konkret (Stemmler, et al., 2011 p. 248).

Faktor C: Emotionale Stabilität

Emotional instabile Menschen sind stimmungslabil, eher neurotisch und können in einem hohen Maß ängstlich sein. Personen, die sich der emotionalen Widerstandsfähigkeit zuordnen lassen, sind stabil, kommen gut mit ihrem Leben zurecht, sind ausgeglichen und haben eine realistische Lebenseinstellung (Maltby, et al., 2011 p. 306).

Faktor E: Dominanz

Am positiven Ende (Selbstbehauptung) weisen Individuen meist folgende Eigenschaften auf: Überheblichkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Aggression, Forscherheit, Arroganz, Ungestörtheit, Ungehorsam und Tatkraft. Der negative Pol (Soziale Anpassung) lässt sich meist mit Begriffen wie Bescheidenheit, Unsicherheit, Nachgiebigkeit und Zurückhaltung beschreiben (Maltby, et al., 2011 p. 306).

Faktor F: Lebhaftigkeit

Personen mit einer hohen Lebhaftigkeitsausprägung sind in der Regel lebhaft, gesprächig, fröhlich, zugänglich, spontan und gesellig. Wohingegen Personen mit einer niedrigen Ausprägung eher ernste sowie pessimistische Charakterzüge aufweisen. Sie neigen dazu, eigenbrötlerisch, selbstbeobachtend, sorgenvoll, und kleinlaut zu sein und sind anfälliger für Depressionen. (Maltby, et al., 2011 p. 306).

Faktor G: Regelbewusstsein

Ein ausgeprägtes Regelbewusstsein ist durch Beharrlichkeit, Verlässlichkeit und eine gute Selbstkontrolle geprägt. Individuen, die sich dem Gegenpol zuordnen lassen, neigen hingegen dazu, den Weg mit dem geringsten Widerstand zu gehen (Maltby, et al., 2011 pp. 306-307).

Faktor H: Soziale Kompetenz

Hier wird zwischen einer kühnen, angenehmen, abenteuerlustigen und geselligen Persönlichkeit (positive Ausprägung) einerseits und einer schüchternen, distanzierenden, in sich gekehrten und ängstlichen Persönlichkeit (negative Ausprägung) andererseits unterschieden (Maltby, et al., 2011 p. 307).

Faktor I: Empfindsamkeit

Individuen mit einem hohen Empfindsamkeit-Wert sind empfindsam, gefühlvoll und sentimental. Dem Gegenpol lassen sich Eigenschaften wie Sachlichkeit, Unsentimentalität und Robustheit zuordnen (Stemmler, et al., 2011 p. 249).

Faktor L: Wachsamkeit

Menschen, die sich dem negativen Pol zuordnen lassen, sind vertrauensvoll, gelassen und verständnisvoll. Individuen des positiven Pols haben skeptische und eifersüchtige Charakterzüge. In der Regel leben sie zurückgezogen (Maltby, et al., 2011 p. 307).

Faktor M: Abgehobenheit

Weisen Personen eine hohe Ausprägung von Faktor M auf, sind sie meist unkonventionell, intellektuell und fantasievoll. Individuen mit einem niedrigen Wert gelten hingegen als konventionell, praktisch orientiert, logisch denkend und pflichtbewusst (Maltby, et al., 2011 p. 307).

Faktor N: Privatheit

Eine unbefangene Person ist spontan, anspruchsvoll und gilt als naiv. Ein überlegenes Individuum, mit einer starken Ausprägung des Faktors N, ist scharfsinnig, weltgewandt, aufgeweckt und einsichtsvoll (Cattell, et al., 1977).

Faktor O: Besorgtheit

Individuen mit einem niedrigen Wert sind besorgt, selbstzweifelnd und verletzlich. Ein hoher Wert wird hingegen mit Selbstsicherheit, Selbstzufriedenheit und selbstbehaltenden Eigenschaften assoziiert (Stemmler, et al., 2011 p. 249).

Faktor Q1: Offenheit für Veränderung

Cattells Auffassung zufolge haben Individuen mit einer niedrigen Ausprägung des Faktors Q1 Furcht vor Unsicherheiten und streben daher nach bekannten und bewährten Dingen. Personen mit einer hohen Ausprägung bevorzugen stattdessen das Unkonventionelle und halten wenig von gesellschaftlichen Normen. (Stemmler, et al., 2011 p. 249)

Faktor Q2: Selbstgenügsamkeit

Niedrigen Werten lassen sich selbstgenügsame, einzelgängerische und zurückgezogene Individuen zuordnen. Hohen Werten hingegen sozial orientierte und anschlussfreudige Persönlichkeiten (Stemmler, et al., 2011 p. 249).

Faktor Q3: Perfektionismus

Während Personen mit einer niedrigen Ausprägung des Faktors Q3 spontan, unorganisiert und undiszipliniert sind, gelten Individuen mit einer hohen Ausprägung als zwanghaft, kontrolliert und diszipliniert (Maltby, et al., 2011 p. 309).

Faktor Q4: Anpassung

Weist eine Person einen hohen Wert auf, ist sie angepasst, reizbar und nervös. Ist der Wert niedrig, ist sie entspannt, ruhig, gelassen und geduldig. (Maltby, et al., 2011 p. 309).

3.2.2 PEN-System von Eysenck

In den folgenden Unterkapiteln wird die Entstehung und Entwicklung des Persönlichkeitsmodells von Eysenck skizziert und ein Überblick über die von ihm herausgearbeiteten Eigenschaften gegeben.

3.2.2.1 Entstehung und Entwicklung

Eysenck hatte wie Cattell das Ziel, Persönlichkeit exakt messen und klassifizieren zu können (Salewski, et al., 2009 p. 79). Im Gegensatz zu Cattell ging Eysenck davon aus, dass sich Eigenschaften noch weiter kategorisieren lassen (Stemmler, et al., 2011 p. 255). Daher wird im PEN-System, das auch als „*Giant Three*“ bezeichnet wird, die Persönlichkeit eines Individuums mittels drei Dimensionen erfasst, wobei jeder Dimension verschiedenen Eigenschaften zugeordnet werden (Salewski, et al., 2009 p. 79). Eysencks Arbeit wurde vom Gedankengut europäischer Psychologen

und der Forschung, die sich mit der Vererbung psychologischer Merkmale befasst, beeinflusst. Des Weiteren kam dem Wissenschaftler der Fortschritt im Bereich der Faktorenanalyse zugute. (John, 2005 p. 291 ff.). Eysenck übernimmt von Jung das Konzept der Extraversion und des Neurotizismus. Den Sachverhalt der Dimension des Neurotizismus hat Eysenck ebenfalls von Jung übernommen, den Begriff jedoch selber geprägt (Fissini, 1998 p. 385). Die drei Dimensionen wurden mittels eines Fragebogens gemessen (Stemmler, et al., 2011 p. 261). Extraversion und Neurotizismus zählen zu den heute am häufigsten untersuchten Dimensionen und sind in den meisten Persönlichkeitstest enthalten (Psychomedia - Lexikon für Psychologie). Das PEN-Modell wird weiterhin häufig zur Erfassung und Beschreibung der Persönlichkeit herangezogen. Jedoch gelten die biologischen Korrelate, die Eysenck vorschlug, weitestgehend als nicht bestätigt (Dorsch - Lexikon der Psychologie, PEN-Modell).

3.2.2.2 Dimensionen

Mittels Faktorenanalyse identifizierte Eysenck die Dimensionen Introversion/ Extraversion und Neurotizismus. Grundsätzlich korrelieren die zwei Faktoren nicht miteinander. Nach weiterer Forschung fügte Eysenck die dritte Dimension Psychotizismus hinzu (John, 2005 pp. 295-296). Im Folgenden werden Eysencks Dimensionen vorgestellt.

Psychotizismus vs. psychische Gesundheit und soziale Anpasstheit

Individuen mit einer hohen Ausprägung von Psychotizismus sind meist aggressiv, antisozial, egozentrisch, unpersönlich, impulsiv, kalt, hartherzig aber auch überdurchschnittlich kreativ (Schmitt, et al., 2010 p. 93).

Extraversion vs. Intraversion

Eysenck stellt Extraversion und Intraversion als die Pole dar, deren Einfluss sich besonders stark im Umgang mit Mitmenschen zeigt. Personen mit einem hohen Extraversions-Wert gelten als gesellige, lebhaft, aktive, bestimmte, reizsuchende, sorglose, dominante, ungestüme und kühne Menschen. Eine introvertierte Persönlichkeit ist dagegen eher in sich gekehrt, selbstgenügsam und bedächtig (Schmitt, et al., 2010 p. 91).

Neurotizismus vs. Emotionale Stabilität

Individuen, die einen hohen Wert in der Dimension Neurotizismus aufweisen, sind oftmals ängstlich, niedergeschlagen, irrational, schüchtern, launisch, emotional, angespannt, haben Schuldgefühle und ein niedriges Selbstwertgefühl. Neurotizismus wird mit einer negativen Emotionalität assoziiert. (Stemmler, et al., 2011 pp. 258-259). Des Weiteren neigen diese Menschen zu psychosomatischen Beschwerden, wie Kopfschmerzen, Muskelverspannungen oder Schlafstörungen (Schmitt, et al., 2010 p. 92).

3.2.3 Fünf-Faktoren-Modell

Folgende Abschnitte gewähren einen Einblick in die Entstehung und die Entwicklung des Fünf-Faktoren-Modells und die Dimensionen, anhand derer Persönlichkeitsmerkmale abgebildet werden.

3.2.3.1 Entstehung und Entwicklung

Unter Psychologen herrscht zunehmend Einigkeit dahingehend, dass eine Persönlichkeit mithilfe von fünf Faktoren ganzheitlich erfasst werden kann. In der Literatur ist neben dem Fünf-Faktoren-Modell von Costa und McCrae bzw. Norman (1963) (engl. OCEAN²¹), das sogenannte „Alternative Fünf-Faktoren-Modell“ von Zuckerman et al. (1993) zu finden. Wegen seiner Relevanz als einflussreichstes Persönlichkeitsmodell wurde das klassische Fünf-Faktoren-Modell als Grundlage zur Erfassung der Persönlichkeit für die vorliegende Arbeit gewählt. Folglich wird dieses Modell im folgenden Unterkapitel ausführlicher behandelt.

Das aus der Faktorenanalyse hervorgebrachte Modell (Maltby, et al., 2011 pp. 318-320) stellt ein Gesamtsystem der Persönlichkeit bestehend aus fünf breiten Persönlichkeitsfaktoren dar (Stemmler, et al., 2011 p. 267). Forscher versuchten, grundlegende Einheiten der Persönlichkeit durch Analyse zu ermitteln. Dazu beschrieben Probanden sich selbst (Q-Daten) und wurden von Dritten beschrieben (L-Daten). In der Beschreibung wurde auf ein großes Spektrum von Begriffen zurückgegriffen, das beispielsweise durch charakterbeschreibende Begriffe aus einem Wörterbuch angeboten wurde (lexikalischer Ansatz). (John, 2005 p. 321). So haben Costa und McCrae mithilfe des Datensatzes von Cattell und dem PEN-Persönlichkeitsmodell

²¹ OCEAN ist ein Akronym und steht für *openness* (Offenheit für neue Erfahrungen), *conscientiousness* (Gewissenhaftigkeit), *extraversion*, *agreeableness* (Verträglichkeit, Liebenswürdigkeit) und *neuroticism* (Big Five Modell, n.d.)

von Eysenck die Dimensionen Neurotizismus und Extraversion übernommen und Psychotizismus durch den Faktor Offenheit ersetzt und das NEO-Modell²² entwickelt (Maltby, et al., 2011 p. 322; Schmitt, et al., 2010 p. 94). Tupes und Christal (1992), die den Grundstein für das Fünf-Faktoren-Modell legten (Schmitt, et al., 2010 p. 94), identifizierten in verschiedenen Untersuchungen fünf der Persönlichkeit zugrundeliegende Faktoren (Maltby, et al., 2011 p. 319). Diese fünf Faktoren wurden von Goldberg (1981) aufgegriffen und die „*Big Five*“ genannt (Stemmler, et al., 2011 p. 268). Unter diesem Namen sind die Fünf Faktoren in die Literatur eingegangen (Schmitt, et al., 2010 p. 94).

Auch Norman reproduzierte mithilfe des Variablenansatzes von Cattell fünf Faktoren. Die von Peabody und Goldenberg durchgeführten Analysen ergaben ebenfalls die Fünf-Faktoren-Struktur (Stemmler, et al., 2011 p. 268 f.; Maltby, et al., 2011 p. 319). Bei der Überprüfung der Relevanz des verwendeten Wortmaterials stellte Norman fest, dass sich sowohl das von Allport und Odbert sowie von Cattell verwendete Material auf die zehn Kategorien der fünf Faktoren aufteilten (Schmitt, et al., 2010 p. 94). Nach Einbeziehung dieser Forschungsergebnisse wurde das Modell von Costa und McCrea um die Dimensionen Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit ergänzt (Maltby, et al., 2011 p. 322). Heute basieren viele Persönlichkeitstests auf dem Fünf-Faktoren-Modell.

3.2.3.2 Dimensionen

Im Folgenden werden die Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells entsprechend der heute geltenden Bezeichnungen vorgestellt. Hier sei allerdings angemerkt, dass die Erfinder des Fünf-Faktoren-Modells die Dimensionen z.T. anders bezeichnet und interpretiert haben.

Neurotizismus

Neurotizismus, auch bekannt als psychische Labilität, beschreibt den Grad der psychischen Anpassung. Ein hoher Grad an Neurotizismus äußert sich beispielsweise in Nervosität, Besorgtheit, Ängstlichkeit, Irritierbarkeit, Impulsivität und einer niedrigen Toleranz gegenüber Stress (Salewski, et al., 2009 p. 82; Satow, 2012 p. 4). Eine niedrige Ausprägung, die durch psychische Stabilität gekennzeichnet ist, impliziert

²² NEO ist ein Akronym und steht für Neurotizismus, Extraversion und Offenheit (*openness*) (Hossiep, 2014, p. 621)

den für einen Gründer „typischen“ Wesenszug: starke Selbstwirksamkeitsüberzeugung, sprich Kontrollüberzeugung (Zhao, et al., 2006 p. 260).

Extraversion

Diese Dimension bezieht sich auf das Ausmaß zwischenmenschlicher Aktionen und dem Bedürfnis nach Stimulation. Extravertierte Menschen sind meist sozial aufgeschlossen, aktiv und interessieren sich für unterschiedliche Sinneseindrücke (Salewski, et al., 2009 p. 82). Häufig ist zu beobachten, dass erfolgreiche Führungskräfte extravertiert sind. Erfolgreiche Unternehmensgründer, wie Bill Gates, Warren Buffett oder Steven Spielberg sind jedoch eher introvertierte Menschen (Satow, 2012 p. 4).

Offenheit für neue Erfahrungen

Unter dieser Dimension verstehen einige Theoretiker Intelligenz. (Schmitt, et al., 2010 p. 94) Andere wiederum sehen den Faktor Intelligenz nicht als im Fünf-Faktoren-Modell inbegriffen. Insbesondere wird das eigenständige Suchen nach Erfahrung und Toleranz gegenüber Unbekanntem mit einer hohen Ausprägung an Offenheit in Verbindung gebracht. Des Weiteren korreliert Offenheit für Erfahrungen insbesondere mit Kreativität, wie beispielsweise divergentem Denken (McCrae, 1987 p. 52). Ein hoher Wert der Dimension Offenheit für Erfahrungen, der innovative, kreative und aufgeschlossene Persönlichkeiten umfasst, beinhaltet somit ebenfalls Charakterzüge eines Gründers. (Salewski, et al., 2009 p. 82; Zhao, et al., 2006 p. 261). Personen mit einer niedrigen Ausprägung gelten hingegen als konventionell und „engstirnig“ (Zhao, et al., 2006 p. 261)

Verträglichkeit

Verträglichkeit wird durch die Qualität zwischenmenschlicher Beziehungen deutlich. So sind Menschen mit einer hohen Verträglichkeit oftmals gutmütig, vertrauensvoll und leichtgläubig (Salewski, et al., 2009 p. 82). Individuen mit einer niedrigen Ausprägung gelten als manipulativ, egoistisch, misstrauisch oder rücksichtslos. Sie stellen ihre eigenen Interessen in Vordergrund und manipulieren ihre Mitmenschen, um ihre eigenen Interessen durchzusetzen. Somit geht einem niedrigen Wert in der Dimension Verträglichkeit oftmals mit einem starken Durchsetzungsvermögen einher. Dies seien auch Charakterzüge, die ein Gründer aufweise (Zhao, et al., 2006 p. 261).

Gewissenhaftigkeit

Hier werden Organisation, Ausdauer und Motivation bei zielgerichtetem Handeln untersucht. Bei hoher Ausprägung sind häufig systematisches Handeln, Fleiß, Diszipliniertheit, Ehrgeiz und Ausdauer zu beobachten (Salewski, et al., 2009 p. 82). Gewissenhafte Individuen gelten als sehr leistungsstrebend. Dieser Charakterzug lässt sich den Eigenschaften eines Gründers zuordnen (Zhao, et al., 2006 pp. 261-262).

3.3 Faktorenanalyse

Allen drei oben beschriebenen Modellen liegt eine faktorenanalytische Methodik zugrunde. Daher wird im Folgenden auf diese statistische Methodik eingegangen.

Die Faktorenanalyse ist das in den letzten Jahren am häufigsten angewandte Analysetool für multivariate²³ Merkmalszusammenhänge in der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie (Stemmler, et al., 2011 p. 73). Es handelt es sich hierbei um eine statistische Methode, mit der Gruppen von hoch miteinander korrelierenden Variablen identifiziert werden können. (Dorsch – Lexikon der Psychologie, p. 551) So steht der Begriff Faktor für eine gemeinsame Ursache mehrerer Variablen (Schmitt, et al., 2010 p. 78). Die Faktoranalyse hat die Auswertung von in Beziehung stehenden Variablen vereinfacht. Auch im täglichen Leben sind Faktoranalysen allgegenwärtig, beispielsweise bei der Gruppierung von Musikrichtungen. So werden Bands oder Sänger mit ähnlicher Musikrichtung zu einer Kategorie zusammengeführt (Maltby, et al., 2011 pp. 925-926). Die Faktorenanalyse reduziert eine Vielzahl von Daten auf eine geringere Anzahl von Daten, die den Sachverhalt kürzer beschreibt (Fissini, 1998 p. 314). Oftmals werden die Daten in einem Fragebogen erhoben, der verschiedene Abstufungen als Antwortmöglichkeit anbietet (z.B. trifft gar nicht zu – trifft eher nicht zu – trifft eher zu – trifft genau zu). Die Antworten der Probanden weisen oftmals Ähnlichkeiten auf. Ziel der Analyse ist es, die Faktoren, welche die Gemeinsamkeiten am besten repräsentieren, zu isolieren. So kann beispielsweise Schüchternheit und Ängstlichkeit dem Oberbegriff „emotionale Instabilität“ zusammengefasst werden (Salewski, et al., 2009 p. 76).

In der Literatur wird zwischen exploratorischer und konfirmatorischer Faktoranalyse unterschieden. Exploratorische Analysen dienen der Ergründung der zu einer Gruppe gehörenden Elemente oder Faktoren. Die konfirmatorische Faktorenanalyse hingegen

²³ Multivariat: Mehrere Variablen betreffend. (Duden, Multivariat, 2016)

wird zur Überprüfung der exploratorischen Analyse verwendet. In der exploratorischen Faktoranalyse wird zunächst festgestellt, wie viele Faktoren den vorhandenen Variablen zugrunde liegen. Dieses Verfahren wird als Extraktion bezeichnet. Die Zuordnung der Variablen zu den extrahierten Faktoren nennt man Rotation. Die sogenannte Hauptkomponentenanalyse²⁴ ist das am häufigsten angewandte Verfahren zur Faktorenanzahlbestimmung. (Maltby, et al., 2011 pp. 925-934) . Im Gegensatz zur explorativen Faktorenanalyse testet und überprüft die konfirmatorische Faktorenanalyse eine angenommene Struktur. (Bühl, 2008 p. 527) Sie setzt ein theoretischen Modell, welches die Zuordnung der Variablen zu den Faktoren bestimmt voraus (Reinecke, 2014 p. 137).

Zur Durchführung der explorativen und konfirmatorischen Faktorenanalyse können verschiedene computerbasierte Statistikprogramme herangezogen werden, u.a. SPSS, ein Daten- und Analyse-Tool von IBM oder die kostenlose Statistik-Software R.

3.4 Ableitung der Hypothesen

Hao Zhao und Scott E. Seibert erforschten in ihrer Studie *The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review* die unterschiedlichen Ausprägungen der fünf Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells bei Entrepreneuren verglichen mit Managern. Nach ihren Untersuchungen weisen Entrepreneure einen niedrigen Wert in der Dimension Neurotizismus und Verträglichkeit auf. In den Dimensionen Offenheit für Erfahrungen und Gewissenhaftigkeit haben Entrepreneure höhere Werte als Manager. Die Dimension Extraversion weist keine Unterschiede zwischen Entrepreneuren und Nicht-Entrepreneuren auf (Zhao, et al., 2006 pp. 260-262).

Auf Basis der von Zhao und Seibert gewonnenen Erkenntnisse und der in Kapitel 3.2.3.2 dargelegten Dimensionen, wird die HYPOTHESE 1 der vorliegenden Arbeit wie folgt formuliert:

Die Probanden, die während oder direkt nach ihrem Abschluss gründeten, haben allgemein einen niedrigen Wert der Faktoren Neurotizismus und Verträglichkeit, während ihre Werte des Faktors Offenheit für Erfahrungen und Gewissenhaftigkeit

²⁴ Die Hauptkomponentenanalyse ist ein „spezielles Verfahren der multivariaten Analyse, das der Verfahrensgruppe des Faktorenanalyse zuzurechnen ist.“ (Wirtschaftslexikon 24, 2016)

hoch ausfallen. Hinsichtlich des Faktors Extraversion wird ein Durchschnittswert erwartet.

Einige Studien (Carland, et al., 1984; Miner, 1977) deuten auf die Existenz verschiedener Gründer-Persönlichkeitstypen hin. Trotz der Auffassung, dass sich allgemeine Tendenzen hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaften eines Gründers (Hypothese 1) feststellen lassen, schließt sich die Verfasserin der vorliegenden Arbeit der Auffassung von Carland, Hoy, Boulton & Carland sowie Miner an. Deshalb lautet HYPOTHESE 2 wie folgt:

Es existieren verschiedene Typen von Gründern, die sich in den Ausprägungen ihrer Persönlichkeitseigenschaften unterscheiden.

HYPOTHESE 3 basiert auf den Annahmen der Hypothese 2.

Die verschiedenen Gründer-Typen treffen aufgrund ihrer unterschiedlichen Persönlichkeitsmerkmale unterschiedliche Entscheidungen.

4 Persönlichkeitsprofile von Gründern in und nach dem Studium

Kapitel 4 widmet sich der empirischen Untersuchung. Hier wird die empirische Auswertungsmethode eingegangen, die Zielgruppe vorgestellt und die Auswertung der Ergebnisse dargestellt.

Die Forschungsstrategie der vorliegenden Arbeit ist eine Mischform aus qualitativer und quantitativer Datengewinnung in Form einer Online-Umfrage. Lienert bezeichnet eine Befragung als „wissenschaftliches Routineverfahren zur Untersuchung eines oder mehrerer empirisch abgrenzbarer Persönlichkeitsmerkmale mit dem Ziel einer möglichst quantitativen Aussage über den relativen Grad der individuellen Merkmalsausprägung“ (Lienert, 1969 p. 7). Diese Definition ist allerdings zu eng gefasst, da ebenso qualitative Aussagen, d.h. kategoriale Merkmale, Ziel des Tests sein können (Rost, 2004 pp. 17-18). Qualitative Merkmale liegen vor, wenn sich Personen hinsichtlich ihrer Ausprägungen unterschiedlichen Kategorien zuordnen lassen. (Moosbrugger, et al., 2012 p. 28) Quantitative Merkmale hingegen können in abgestuften Merkmalskategorien dargestellt werden. (Rost, 2004 pp. 19-20)

Die im Rahmen der vorliegenden Bachelor-Thesis durchgeführte Umfrage „Erfassung der Persönlichkeit eines jungen Gründers“ dient der ganzheitlichen Erfassung

und Ermittlung der Persönlichkeit eines Gründers. Bei dem durchgeführten Test handelt es sich um ein computergestütztes Verfahren, da dieses gegenüber einem „Papier und Bleistift-Test“ ökonomischer²⁵ ist. Bei der Erstellung des Fragebogens wurden die Wissenschaftlichen Voraussetzungen einer Untersuchung berücksichtigt.

Der Fragebogen für die empirische Untersuchung der vorliegenden Arbeit ist in zwei Teile gegliedert. Die Gesamtbearbeitungszeit beträgt ca. 20 Minuten.

4.1 Teil 1 der Befragung

Der erste Teil der Untersuchung umfasst 16 Items²⁶ zur Ermittlung von Daten zur Person (Kontaktdaten, Geschlecht, Alter, Ausbildung, Arbeitserfahrung), und zum Startup (Branche, Ort der Idee, Profitabilität, Finanzierung). Da der Kenntnisstand über Startups und akademische Ausbildung der Probanden vor der Befragung relativ gering war, erfolgte – gemäß der Empfehlung von Moosbrugger und Kelava – die Konstruktion der Fragestellung intuitiv. (Moosbrugger, et al., 2012 p. 36). Hinsichtlich Teil 1 der Befragung kann das Risiko einer Verfälschung der Testergebnisse weitestgehend ausgeschlossen werden, da es sich um die Erhebung von Persönlichkeitsdaten oder von Daten, die sich auf das Startup beziehen, handelt („Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.“, „Haben Sie Ihr Studium bereits abgeschlossen?“). Somit muss Teil 1 keine Kontrollfragen enthalten. Diese sind andernfalls im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung notwendig (Moosbrugger, et al., 2012 p. 31)

Freies Antwortformat

Vier der 16 Fragen haben ein freies Antwortformat²⁷ (1, 4, 6, 12), da die Antworten nicht geclustert werden können („Kontaktdaten“) oder da die Verfasserin der vorliegenden Arbeit so viel Information wie möglich sammeln wollte („Bitte beschreiben Sie diese Situation in zwei bis drei Sätzen“). Um die Länge der Antworten der Fragen 4 und 6 einzuschränken, wurde ein Maximum von drei Sätzen festgesetzt. Insgesamt 8 Items mit gebundenem²⁸ Antwortformat sind zusätzlich mit einem offenen Antwortfeld versehen (Items 5, 7, 8, 9, 11, 13, 14 und 15), um den Probanden die

²⁵ Die Testökonomie geht auf die Wirtschaftlichkeit eines Tests ein, indem die entstehenden Kosten berücksichtigt werden. Bei einer relativ niedrigen Beanspruchung finanzieller und zeitlicher Ressourcen gilt das Kriterium der Ökonomie als erfüllt. (Moosbrugger, et al., 2012 p. 21)

²⁶ Items sind Bestandteile oder Fragen eines Tests, die Antworten oder Reaktionen hervorrufen. (Rost, 2004 p. 18)

²⁷ „Die Testperson formuliert die Antwort auf die gestellte Frage nach eigener Beliebigkeit.“ (Kubinger & Holocher-Ertl, 2012, 428)

²⁸ Bei Fragen mit gebundenen Antwortformaten sind Antwortkategorien vorgegeben. (Buehner, 2011 p. 110)

Möglichkeit zu geben, eine detaillierte Antwort zu geben oder für den Fall, dass keine der angebotenen Antwortmöglichkeiten zutreffend ist.

Die Fragen des freien Antwortformats weisen qualitative Merkmale auf, da sie nicht in abgestuften Merkmalskategorien dargestellt werden können (Moosbrugger, et al., 2012 p. 41).

Gebundenes Antwortformat

Bei Fragen mit gebundenen Antwortformaten sind Antwortkategorien vorgegeben. Somit wird kein Freiraum für eigene Antwortoptionen gegeben (Buehner, 2011 p. 110). Insgesamt 12 Items des Fragebogens lassen sich der Kategorie des gebundenen Antwortformats (2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16) zuzuordnen. Die Auswertung der Items mit gebundenem Antwortformat gilt als äußerst ökonomisch, da diese mittels Schablonen, Scanner oder computergestützter Verfahren durchgeführt wird (Moosbrugger, et al., 2012 p. 43).

Die im Fragebogen verwendeten gebundenen Antwortformate beschränken sich auf dichotome²⁹ Fragen und Mehrfachwahlaufgaben³⁰.

Den dichotomen Aufgaben lassen sich 5 Items (Items 2, 9, 13, 14 und 15) zuzuordnen. Besonders die Ja-Nein-Alternative ist in der erarbeiteten Befragung mit 4 Items relativ stark vertreten. Vorteile hierbei sind die Einfachheit und die Ökonomie hinsichtlich der Erarbeitung und der Auswertung. Die Zumutbarkeit³¹ ist durch die zeitlich kurze Bearbeitungszeit gewährleistet (Moosbrugger, et al., 2012 p. 48 f.). Allerdings weisen Ja-Nein-Aufgaben eine erhöhte Zustimmungstendenz auf (Krosnick, 1999 p. 552). Da sich jedoch bei der durchgeführten Befragung alle dichotomen Fragen auf Fakten beziehen („Haben Sie Ihr Studium bereits abgeschlossen“), kann die eine Zustimmungstendenz weitestgehend ausgeschlossen werden.

Sieben Items aus dem ersten Teil des Fragebogens werden den Mehrfachwahlaufgaben (Items 5, 7, 10, 11 und 16) zugeordnet. Im Test wurden drei klassische Mehr-

²⁹ Dichotome Aufgaben werden den sog. Auswahlaufgaben zugeordnet, bei denen die Probanden aus verschiedenen Antwortoptionen (Distraktoren) auswählen können. Im Fall von dichotomen Aufgaben gibt es lediglich zwei Antwortoptionen. (Moosbrugger & Kelava, 2012, pp. 48 f.)

³⁰ Bei mehr als zwei Antwortmöglichkeiten (Distraktoren) spricht man von Mehrfachwahlaufgaben. (Moosbrugger & Kelava, 2012, pp. 45 ff.)

³¹ Zumutbarkeit: Die Durchführung des Tests darf die Probanden zeitlich, psychisch oder körperlich nicht überlasten. Ein Test sollte seine Probanden bezüglich dieser Kriterien schonen. Dieses Kriterium beschränkt sich ausschließlich auf die Probanden. (Moosbrugger & Kelava, 2012, p. 22 f.)

fachaufgaben, sprich Multiple-Choice-Aufgaben³² (Items 3, 8 und 10), und vier Fragen mit mehreren zutreffenden Antwortalternativen (Items 5, 7, 11 und 16) verwendet.

Zu den Multiple-Choice-Aufgaben zählen in diesem Fall auch „Wie alt sind Sie?“ und „Wie ist die Eigenkapital-/Fremdkapitalverteilung Ihres Startups?“, da eine sogenannte Dropdown Funktion integriert ist, von der eine Antwortoption ausgewählt werden kann.

Bei den verwendeten Mehrfachaufgaben kann der Proband über die Anzahl der Antworten entscheiden. Diese Antwortoption wurde eingebaut, da ggf. mehr als eine Antwortoption zutrifft („Warum haben Sie sich entschieden zu gründen?“).

Die gebundenen Antwortformate können in abgestuften Merkmalskategorien dargestellt werden und weisen somit qualitative Merkmale auf.

4.2 Teil 2: Persönlichkeitstest

Teil 2 der Befragung ist ein Persönlichkeitstest, der von dem Psychologen Dr. Satow zur Verfügung gestellt wurde. Dieser Fragebogen wurde ausgewählt, da er seit seiner Einführung im Jahr 2010 bereits von über 50.000 Personen ausgefüllt wurde. (Dr. Satow, 2012 p. 3). Der auf dem Fünf-Faktoren-Modell basierende Persönlichkeitstest ist als Paper-Pencil-Version, als Excel-Version oder als Online-Version verfügbar. Die Verfasserin der vorliegenden Arbeit entschied sich aus den bereits weiter oben dargelegten Gründen für die Online-Version.

Da das Fünf-Faktoren-Modell auf einer Faktorenanalyse basiert, liegt dem Persönlichkeitstest eine internale oder auch faktorenanalytische Konstruktionsstrategie zugrunde. Neben den Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells erfasst der Persönlichkeitstest von Dr. Satow zusätzlich drei menschliche Grundmotive, die eine ganzheitlichere Erfassung eines Persönlichkeitsprofils ermöglichen. Dr. Satow unterscheidet drei Grundmotive: Das Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung, das Bedürfnis nach Macht und Einfluss und das Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe (Dr. Satow, 2012 p. 4 ff.). So wollen Individuen mit einer hohen Ausprägung der ersten Kategorie (Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung) immer der Beste sein und sind erst zufrieden, wenn sie ihre Ziele erreicht haben. Sie wollen Anerkennung für ihre Leis-

³² Bei den Multiple-Choice-Aufgaben kann lediglich eine Antwortoption angegeben werden. (Moosbrugger & Kelava, 2012, p. 43)

tung und sind bereit, dafür auf vieles andere zu verzichten. Personen mit einem hohen Bedürfnis nach Macht und Einfluss haben den Drang Dinge selber in die Hand zu nehmen und diese zu kontrollieren und beeinflussen. Und Menschen, die ein starkes Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe haben, sehnen sich nach abgesicherten Verhältnissen. Sie mögen keine Überraschungen.

Aufgrund der Tatsache, dass bei Persönlichkeitstest die Gefahr einer positiven Darstellung besteht (MacCann, et al.) empfehlen Moosbrugger und Kelava (Moosbrugger, et al., 2012 p. 25) die Integration von Kontrollfragen. Daher wird in dem Persönlichkeitstest die Ehrlichkeit bei der Beantwortung der Fragen in die Dimension Ehrlichkeit bei der Testbeantwortung miteinbezogen.

Die 72 Fragen des Persönlichkeitstests lassen sich der Kategorie des gebundenen Aufgabenformats zuordnen.

Alle Items sind als Beurteilungsaufgaben formuliert, da in Persönlichkeitstests der Grad der Zustimmung oder Abneigung („Trifft gar nicht zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft genau zu“) als Indikator eines Persönlichkeitsmerkmals gemessen wird. Durch die vier Skalenstufen wird die Möglichkeit einer neutralen Antwortoption eliminiert (Dr. Satow, 2012 p. 10). Bei den Skalenstufen handelt es sich um diskret gestufte³³ verbale bipolare Ratingskalen. Es liegt eine bipolare Skala mit einem positiven Pol mit starker Zustimmung („trifft genau zu“) einerseits und einem negativen Pol mit starker Ablehnung („Trifft gar nicht zu“) andererseits vor. Durch die verbale Ratingskala wird eine einheitliche Interpretation der Skalenpunkte gefördert. (Moosbrugger, et al., 2012 pp. 50-51) Psychologische Tests³⁴ weisen oft eine komplexe Struktur auf und bestehen aus mehreren Testaufgaben, die beispielsweise zur Ergebnisfindung einer Dimensionsausprägung dienen. Ein Item reicht hinsichtlich der Messgenauigkeit nicht aus (Moosbrugger, et al., 2012 p. 34 ff.). Daher werden alle Dimensionsausprägungen (Neurotizismus, Extraversion, etc.) anhand bis zu zehn Fragen ermittelt.

Der Test wurde vor Durchführung an zwei Testpersonen getestet.

³³ Diskret gestuft: Es sind konkrete Angaben der Abstufungen vorhanden. (Moosbrugger & Kelava, 2012, p. 50 f.)

³⁴ Psychologische Testverfahren sind „speziell entwickelte Techniken zur Messung von Persönlichkeitsmerkmalen (...)“. (Gabler Wirtschaftslexikon, n.d.)

4.1 Beschreibung der Zielgruppe

Seit dem Jahr 2005 ist der Anteil der Gründer mit akademischen Abschluss von einem Viertel auf ein Drittel gestiegen (siehe Kapitel 2.1 Gründungstrends). Im Jahr 2013 gründeten 2,4% der Hochschulabsolventen ein Unternehmen (Abel-Koch, 2015 p. 1). Mit Blick auf die steigende Tendenz der Unternehmensgründungen seitens der Hochschulabsolventen umfasst die Zielgruppe der vorliegenden Untersuchung Gründer, die während oder direkt nach ihrem akademischen Abschluss gegründet haben.

Im Rahmen der Befragung wurden insgesamt 32 Entrepreneure zwischen dem 18.01.2016 und dem 06.03.2016 direkt kontaktiert. Die Kontaktaufnahme erfolgte auf folgenden Wegen: 19 via Facebook, 9 via Email, 3 direkt über die Unternehmenswebsite und 1 über LinkedIn. Die Rücklaufquote der direkt kontaktierten Gründer betrug rund 44% (14 Probanden).

Des Weiteren wurde die Umfrage in Social-Media-Gruppen der Plattformen Facebook (AC.E e.V. - Mitglieder & Alumni, Gründermanagement, Munich Startups, Munich Startups and Entrepreneurs) und LinkedIn (On Startups – The Community For Entrepreneurs, Startup Germany Club) sowie dem Alumni-Netzwerk MBS Connect der Hochschule Munich Business School veröffentlicht. Die Ausschöpfungsquote der indirekt kontaktierten Probanden mittels Social Media ist nicht zu ermitteln. Zwar ist die Anzahl der Mitglieder bekannt. Sie liegt zwischen 77 und rund 500.000. Allerdings kann die Anzahl der Gruppenmitglieder/ Abonnenten, welche der Zielgruppe angehören, und die Anzahl derer, welche die Veröffentlichung gesehen haben, nicht bestimmt werden.

Folgend werden die Probanden und ihre Startups vorgestellt. Die Unterteilung erfolgt nach Startup. Diese werden in Anlehnung an die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamts (2008) unterteilt.

Verarbeitendes Gewerbe

Das verarbeitende Gewerbe umfasst die Herstellung von Waren. Somit lässt sich die Herstellung von Bier ebenfalls diesem Wirtschaftszweig zuordnen (Statistisches Bundesamt, 2008, 11.05.0, 202).

Die BABO Beverages UG ist ein innovatives Getränke-Startup. BABO Beverages ist das erste Unternehmen, das blaues Bier herstellt. Es wird in den Geschmacksrichtun-

gen Heidelbeere/ Brombeere und schwarzer Johannisbeere innerhalb Deutschlands vertrieben. Fünf Studenten der Technischen Universität München haben das Startup während ihres Studiums gegründet. Zum Gründungsteam gehören u.a. zwei 25 Jahre alte Brauwesen- und Getränketechnologie-Studenten sowie ein 28-jährige Lebensmitteltechnologiestudent. Die fünf jungen Unternehmer waren am 25.08.2015 in der VOX-Show „Die Höhle der Löwen“ zu sehen. Unterstützt wird das Unternehmen seither von den Investoren Jochen Schweizer und Lencke Steiner, zwei Juroren der Sendung.

Handel

Diesem Wirtschaftszweig lassen sich die Öcherbox (Statistisches Bundesamt, 2008, 46.17.1, 46.17.2, 46.17.9, 46.18.9, 372-373) und die Importheke.ch (Statistisches Bundesamt, 2008, 46.18.5, 373) zuordnen, da beide Organisationen den Weiterverkauf ohne Weiterverarbeitung der Waren in den Mittelpunkt stellen.

Ein 22-jährige Unternehmensführungsstudent der Universität St. Gallen, hat während seines Studiums die Non-Profit-Organisation Importheke.ch gegründet. Er importierte Kosmetikprodukte von Deutschland in die Schweiz und verkaufte diese weiter. Der Erlös wurde über die Organisationsplattform Voluntry.com gespendet. Für ehrenamtliche Tätigkeiten vergibt die Plattform Punkte, die für Meetings mit inspirierenden Persönlichkeiten der Wirtschaft, Politik oder Gesellschaft eingelöst werden können (voluntry).

Ein Student der FH Aachen hat das Startup „Die Öcherbox“ während seines Umweltingenieurwissenschaften-Studiums gegründet. Mittlerweile studiert der 21-Jährige Media-and-Communications-for-Digital-Business. Die Öcherbox ist eine Geschenkbox, die online zusammenstellt wird und an die „Liebsten“ in der ganzen Welt verschickt werden kann. Zur Auswahl stehen neun für die Stadt Aachen typische „Mitbringsel“, wie z.B. Printen, Aachener Domlikör und ein Aachener Kneipenquartett. Diese werden von Dritten erworben (Öcherbox)

Information und Kommunikation

Dieser Wirtschaftszweig umfasst unter anderem das Designen der Struktur und des Inhalts sowie der Durchführung der notwendigen Programmierarbeiten zur Entwicklung und Implementierung von Software-Anwendungen. Hierzu gehören ebenfalls mobile Software-Anwendungen. Daher lassen sich die zwei Applications Hoomn

und Playzes (Statistisches Bundesamt, 2008, 62.01.9, 441) sowie die Unternehmen bynary GmbH und Proxation GmbH (Statistisches Bundesamt, 2008, 62.01.1, 62.01.9, 440-441) sowie SNACC IT GmbH (Statistisches Bundesamt, 2008, 62.01.9, 62.02.0, 441) dem Wirtschaftszweig Information und Kommunikation zuordnen. Auch das noch unbenannte Startup eines Probanden fällt in den Bereich Information und Kommunikation, da eine Internetplattform im Mittelpunkt stehen soll. Aufgrund des frühen Stadiums des Startups kann dieses jedoch nicht genauer zugeteilt werden.

Die bynary GmbH entwickelt Software für Web und mobile Software-Anwendungen (bynary GmbH). Ein 22-jähriger Medieninformatik & Informationswissenschafts-Student der Universität Regensburg hat das Startup mit seinem Bruder gegründet.

Auch die von einem 24-jährigen General Management-Absolventen der IBS Nürnberg gegründete Proxation GmbH ist ein Dienstleistungsunternehmen der Informationstechnologie. Das junge Unternehmen bietet ebenfalls Entwicklung von Web- und Mobile-Applications an. Des Weiteren kümmert sich das Unternehmen um die Entwicklung von sogenannten Shopware Shops, das aktuell erfolgreichste eCommerce-System, inklusive Software Plugins und Responsive Design, die eine optimale Darstellung von Websites auf allen Endgeräten generieren. (Proxation GmbH).

Hoomn ist eine Application, die als lokale Austauschplattform dient. Der User kann ohne Registrierung und ohne, dass seine Daten ausgewertet werden, Fragen an andere Hoomn-Nutzer in seiner Umgebung stellen. Die Application verbindet den User direkt mit Menschen, die ihm weiterhelfen können. Erhältlich ist diese für Apple und Android Produkte (Hoomn). Ein 27-Jähriger hat das Startup während seines VWL-Studiums an der Ludwig-Maximilian-Universität mitgegründet.

Ein Munich-Business-School-Absolvent, entwickelte während seines International Business Studiums die Idee für das Online-Game Playzes. Playzes ist das erste location-based Online-shopping-Game. Durch das Besuchen ausgewählter Restaurants oder Cafés können User mittels Geolocation Punkte für das Onlinespiel sammeln. Bei Erreichen einer bestimmten Punktzahl steigt der User in das nächsthöhere Spiellevel auf. Außerdem bekommen die User Rabatte auf ausgewählte Getränke und Speisen.

Die SNACC IT GmbH versteht sich als IT-Service-Provider, der zielorientiert den bestehenden IT-Service der Kunden ergänzt (SNACC IT GmbH). Studierende führen

im Bereich IT Services Management Projekte durch, die von Unternehmen mit ServiceNow, einem Anbieter von Cloud-basierten Services, angefragt wurden. In Zusammenarbeit mit Entwicklern und Beratern erarbeiten Studierende qualitätsgesicherte Lösungen. Ein 24-Jähriger, der an der Fachhochschule Aachen Ingenieur-Informatik studiert, hatte die Idee für das Startup.

Die Kernidee eines 26 Jahre alten Vertriebsmanagement-Absolventen, ist, die Lebensmittelindustrie zu revolutionieren. So werden die Besucher seiner Plattform u.a. über gesunde Lebensmittel aufgeklärt. Das Startup befindet sich momentan im Aufbau, weswegen es nicht möglich war, konkrete Informationen zu erfassen. Das Startup hat noch keinen Namen.

Grundstücks- und Wohnungswesen

Das Unternehmen HIDIR Immobilien lässt sich dem Wirtschaftszweig Grundstücks- und Wohnungswesen zuordnen. Dieser Wirtschaftszweig umfasst Unternehmen, die sich mit dem Kauf und Verkauf sowie der Vermietung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen befasst. (Statistisches Bundesamt, 2008, 68.31.1, 68.31.2, p. 459). HIDIR Immobilien vermarktet Wohn- und Gewerbeimmobilien in Lübeck und Umgebung und wirbt mit Kundenzufriedenheit, einem flächendeckendem Netzwerk von engagierten sowie erfahrenen Immobilienmaklern und marktgerechten Preisen (Immobilien). Ein 24-jähriger Absolvent der Hochschule für Ökonomie & Management, kurz FOM, ist Co-Gründer des Lübecker Maklerunternehmens.

Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen

Diesem Wirtschaftszweig, der meist ein hohes Maß an Ausbildung erfordert, lassen sich die Unternehmensberatung Ideenschmiede Obersulm (Statistisches Bundesamt, 2008, 70.22.0, p. 466), das Marktforschungsunternehmen TEAM 20/60 (Statistisches Bundesamt, 2008, 73.20.0, p. 475) sowie die Mode-Labels Shoemates GmbH und Mable zuordnen. Auch das Spielzeug-Unternehmen Schüschu (Statistisches Bundesamt, 2008, 74.10.1, 476) gehört diesem Wirtschaftszweig an. Auch die Eventagentur byce lässt sich in diesem Wirtschaftszweig einordnen (Statistisches Bundesamt, 2008, 74.90.0, p. 478)

Die Ideenschmiede Odersulm präsentiert ein vielfältiges Angebot an beratenden Tätigkeiten, die unter anderem Gründungsberatung und strategische Unterstützung hinsichtlich Marketingstrategien umfassen. Ein Betriebswirtschaftswissenschafts-

Absolvent der DHBW Mosbach hat das Unternehmen nach seinem Abschluss gegründet.

Dem freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungssektor gehört ebenfalls die Markt- und Meinungsforschung an (Statistisches Bundesamt, 2008 p. 475). TEAM 20/60 unterstützt Unternehmen bei Recherchetätigkeiten hinsichtlich Sales-Aktivitäten und strategischer Entscheidungen. So steht das Unternehmen beispielsweise bei der Informationsgewinnung und bei der Entscheidungsfindung hinsichtlich neuer Märkte zur Seite. Somit ist Teil des Aufgabenbereichs von TEAM 20/60 die Untersuchung des Marktpotentials. Ein 26 Jahre alter Co-Gründer hat das Unternehmen nach seinem Customer-Affairs-Studium an der Technischen Universität München mitgegründet.

Das von einer 25 Jahre alten AMD-Modedesign-Absolventin gegründete Modelabel mable, ist ein Modeunternehmen, das Kleidung für Frauen mit „gesunden“ Größen entwickelt. Mit ausgefallenen Schnitten und Stoffen, die in Übergrößen in dieser Form nicht erhältlich waren, hebt sich das Münchner Startup von der Konkurrenz ab (mable).

Ein Student der Universität Passau hat Shoemates GmbH während seines Masterstudiums im Fach BWL zusammen mit einem Freund gegründet. Hier werden Frühlings- und Sommerschuhe in bunten Designs kreiert und vertrieben. Das Unternehmen kennzeichnet sich besonders durch soziale Nachhaltigkeit. So ist für das Verpacken und Versenden der Schuhe eine Behindertenwerkstatt aus Passau zuständig. Außerdem wird pro verkauftem Paar Schuhe ein Paar Schuhe an ein Schulkind in Afghanistan gespendet. Der Spendenschuh wird vom afghanische Hersteller, die AFG Collection Shoes Company produziert. So soll geholfen werden, die Wirtschaft in Afghanistan wieder aufzubauen (Shoemates).

Auch das Entwerfen von anderen Gebrauchsstücken, wie beispielsweise Spielzeug fällt unter die Kategorie Industrie-, Produkt- und Mode-Design. Schüschu ist das erste Spielzeug für Kinder bis acht Jahren, welches gleichzeitig als Aufbewahrungssystem genutzt werden kann. Die Grundform ist daher eine Box. Durch das anstecken individuell ausgewählter Accessoires entstehen die unterschiedlichsten Spielzeuge, die von einem Schiff bis zum Schaukelpferd reichen (SCHÜSCHU GmbH). Ein 26-jähriger Betriebswirtschaftslehre-Student der Universität Augsburg und ein

21-Jähriger, der International Business an der Munich Business School studiert gehören dem fünf-köpfigen Gründerteam an.

Eine 24-Jährige hat die Werbeagentur byce im Rahmen ihrer Masterarbeit in Eventmarketing und live-Communication gegründet. Die Agentur organisiert Veranstaltungen für Privat- und Firmenkunden.

Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen

Messe, Ausstellungs- und Kongressveranstalter sind eine Unterklasse des sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungssektors. Dieser Wirtschaftszweig beinhaltet die Organisation und Veranstaltung von Messen, Kongressen und Sitzungen mit oder ohne Bereitstellung von Personal. DENAVA GmbH i.G. ist eine Buchungsplattform für Eventlocations im Bereich Business und lässt sich dieser Unterklasse zuordnen. Die Plattform wirbt u.a. mit informativen Vergleichsmöglichkeiten, Planung nach Budget mittels Preisübersicht, Mobiliar, das hinzugebucht und dessen Anordnung nach Belieben ausgewählt werden kann, sowie Personal, wie Security, und sonstigen Leistungen, die ebenfalls je nach Bedarf angefragt werden können (DENAVA GmbH). Das Startup, das am 18.01.2016 offiziell in das Handelsregister eingetragen wurde, besteht aus einem dreiköpfigen Gründerteam. Der 24-Jährige, der die Idee für DENAVA hatte, hat das Unternehmen während seines Studiums an der Munich Business School mitgegründet.

4.2 Ergebnisse

Im Folgenden wird auf die Bereinigung und Aufarbeitung der Daten eingegangen. Im Anschluss wird der aufgearbeitete Datensatz analysiert.

4.2.1 Aufbereitung und Bereinigung der Daten

In der vorliegenden Arbeit wurden die aus der Befragung mittels SurveyMonkey³⁵ gewonnenen Daten automatisch in eine Excel-Datei exportiert. Um die Daten in Excel und in SPSS³⁶ auswerten zu können, wurden die Antwortoptionen des 1. Teils der Umfrage, die textlich erfasst sind, in numerische Antworten umgewandelt. Bei Fragen mit mehreren Antwortmöglichkeiten werden die jeweiligen Antwortoptionen separat erfasst.

³⁵ SurveyMonkey ist ein Softwaretool für die Auswertung von Fragebögen.

³⁶ Ein Statistik- und Analysetool von IBM.

Da die Daten automatisch exportiert und somit vollständig übertragen wurden, gilt eine fehlerhafte Übertragung als unwahrscheinlich. Dennoch ist eine Datenüberprüfung erforderlich, da auch bei einer elektronischen Datenübertragung Fehler nicht ausgeschlossen werden können. (Diaz-Bone, 2015 p. 78 f.). Um die Daten des 1. Teils der Befragung zu überprüfen, wurden die Häufigkeit der Antworten in Excel prozentual erfasst und anschließend mit der prozentualen Auswertung von Survey-Monkey verglichen. Da sich keine Abweichungen ergaben, geht die Verfasserin der Arbeit von der Richtigkeit hinsichtlich der Datenübertragung aus.

Der 2. Teil der empirischen Untersuchung, wurden zunächst in ein Auswertungsmodell von Dr. Satow eingetragen und ausgewertet. Anschließend wurden die Auswertungen in die Excel-Tabelle übernommen. Um Fehler bei der Übertragung auszuschließen, wurden die in das Auswertungsmodell eingetragenen Antworten zweimal mit den Antworten der Online-Umfrage abgestimmt.

Bei der Revision wurde deutlich, dass aus den Antworten folgendes für Zugehörigkeit zur Zielgruppe ausschlaggebende Merkmal nicht in jedem Fall eindeutig identifizierbar ist: Die Gründung des Startups während oder direkt nach der akademischen Ausbildung. Bei der direkten Kontaktaufnahme mit den Entrepreneuren wurden ausschließlich Gründer kontaktiert, die während oder direkt im Anschluss an ihren akademischen Abschluss gegründet haben. Da die Umfrage allerdings auch auf Social-Media-Seiten und in Social-Media-Gruppen veröffentlicht wurde, muss dieses Kriterium in einigen Fällen explizit überprüft werden. So wurden 9 der 23 Probanden diesbezüglich nochmals kontaktiert und befragt. Es stellte sich heraus, dass 3 Probanden nicht der Zielgruppe angehören und somit nicht in die Auswertung miteinbezogen werden konnten.

Bei Überprüfung auf Vollständigkeit der empirischen Untersuchung wurden einige Unvollständigkeiten entdeckt. Von 20 Probanden haben sieben unvollständige Angaben ihrer Kontaktdaten gemacht (Name des Startups, besuchte Hochschule, Kapitalverteilung), zwei Proband hinsichtlich der Finanzierung des Startups und ein Proband hinsichtlich der akademischen Ausbildung. Im Falle des fehlenden Namens wurde der Proband nochmals kontaktiert. Die Nachfrage ergab keine Klärung des Startup-Namens, sich dieses noch im Aufbau befindet. Was die anderen Informationen betrifft, so wollten die Probanden diese Informationen jedoch bewusst nicht preisgeben. Daher wurden diese Daten wie gegeben analysiert.

4.2.2 Auswertung und Vergleich der Ergebnisse

Die Stichprobe wird mittels univariater Analysemethoden vorgestellt. Anschließend werden multivariate Analysen herangezogen.

4.2.2.1 Vorstellung des Datensatzes

Die für die Arbeit gewonnenen Daten werden mittels univariaten Analysemethoden³⁷ vorgestellt.

An der Befragung haben 23 Probanden teilgenommen. Allerdings können lediglich 20 in die Analyse miteinbezogen werden, da drei Probanden nicht der Zielgruppe angehören. Die Stichprobe setzt sich aus 2 weiblichen und 18 männlichen Gründern zusammen. In der Befragung, an der 21- bis 28-jährige Gründer teilgenommen haben, sind die 24-Jährigen (25%) und die 26-Jährigen (20%) am stärksten vertreten. Das Durchschnittsalter liegt bei rund 24,5 Jahren. Das Alter der Befragten weicht jedoch durchschnittlich um rund 2 Jahre vom Durchschnittsalter ab.

Alle Probanden können eine akademische Ausbildung vorweisen. 50% der Probanden sind Fachhochschulstudenten oder -absolventen und 45% Studierende oder Absolventen von Universitäten. 5% konnten mangels ausreichender Informationen nicht zugeordnet werden. Insgesamt 13 Probanden waren im Rahmen ihres Studiums ein Auslandssemester oder -praktikum absolviert. Neun der Befragten haben noch keine Auslandserfahrungen gesammelt.

Eine deutliche Mehrzahl der Zielgruppe (80%) hat bereits während ihrer akademischen Ausbildung gegründet. Davon waren 9 zum Gründungszeitpunkt an einer Universität und 6 an einer Fachhochschule eingeschrieben.

Da in zwei Fällen mehrere Gründer eines Startups befragt wurden, beläuft sich die Anzahl der Startups auf 17. Die Startups der Befragten befinden sich hauptsächlich in Bayern (10 Startups). Die restlichen 7 Startups befinden sich in Hessen (2), Nordrhein-Westfalen (2), Hamburg (1), Baden-Württemberg (1) und Schleswig-Holstein (1). Der Dienstleistungssektor (Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen, Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen) ist mit 8 Startups (rund 47%) am stärksten vertreten. Ihm folgen Information und Kommunikation mit 5 Startups. Handel ist mit 2 Startups vertreten und Grundstück und Wohnungswesen

³⁷ Diese Methoden der statistischen Datenanalyse untersuchen jeweils nur eine Variabel (Wirtschaftslexikon).

sowie das verarbeitende Gewerbe mit jeweils einer Unternehmensgründung. Die Umsetzung der Idee bis zum Gründungszeitpunkt hat bei der Mehrzahl der Befragten (55%) bis zu sechs Monaten gedauert. Bei jeweils 15% hat die Gründung 6 bis 12 oder 12 bis 18 Monate in Anspruch genommen und bei 5% 1/2 Jahre. Bei 10% der Startups hat die Umsetzung über zwei Jahre in Anspruch genommen.

Hinsichtlich der Finanzierung lässt sich vermerken, dass ein Proband diesbezüglich keine Informationen angegeben wollte. Insgesamt haben 16 Gründer mehr als auf eine Finanzierungsform zurückgegriffen. So hat rund 90% der Zielgruppe das Startup teils oder komplett (3 Probanden) aus eigenen Ersparnissen finanziert. 11 Probanden haben als Finanzierungsquelle „Friends and Family“ angegeben. 6 Gründer haben einen Teil ihres Startups mittels eines Bankkredits finanziert. Drei haben unter anderem auf die Methode Crowdfunding und ein Proband auf Venture Capital zurückgegriffen.

Für diesen Teil der Auswertung werden die Häufigkeiten in absoluten Zahlen und in Prozent betrachtet. Des Weiteren wurden die Spannweiten³⁸, der Modus³⁹, das arithmetische Mittel⁴⁰ und die Standardabweichungen⁴¹ ermittelt. Diese statistischen Analysemethoden gehören zu den univariaten Verfahren.

4.2.2.2 Ausführliches Analyse der Daten

Im Folgenden wird der Datensatz mittels multivariater Analyseverfahren⁴² und teils mit univariaten Methoden (Häufigkeiten, Mittelwerte) im Detail untersucht und analysiert.

Zunächst werden die aus dem zweiten Teil der Umfrage gewonnenen Daten verarbeitet. Die mehrdimensionale Datenstruktur der Antworten wird mittels Faktorenanalyse auf die Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells Neurotizismus, Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Offenheit und Verträglichkeit sowie den hinzugefügten Dimensionen Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung, Bedürfnis nach Macht und Ein-

³⁸ „bei einer Gesamtheit, (...), die Differenz aus größter und kleinster Ausprägung.“ (Gabler Wirtschaftslexikon, n.d.)

³⁹ „Der Modus gibt an, welche Merkmalsausprägung in der Befragung am häufigsten genannt wurde.“ (Statista, n.d.)

⁴⁰ Das arithmetische Mittel und der Mittelwert „beschreibt den statistischen Durchschnitt (...).“ (Statista, n.d.)

⁴¹ „(...) ist die Standardabweichung die durchschnittliche Entfernung aller gemessenen Ausprägungen eines Merkmals vom Durchschnitt.“ (Statista, n.d.)

⁴² Multivariate Analysemethoden sind „Methoden der statistischen Datenanalyse, die drei oder mehr Variable zum Gegenstand der Untersuchung haben.“ (Gabler Wirtschaftslexikon, n.d.)

fluss und Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe und Ehrlichkeit bei Beantwortung heruntergebrochen. Die Datenauswertung wurde mittels einer Excel-Auswertungsliste von Dr. Satow durchgeführt. Die Methodik der Excel Liste funktioniert wie folgt:

Je nach Antwortoption werden den Antworten je ein bis vier Punkte zugeordnet („trifft gar nicht zu“ = 1 P., „trifft eher nicht zu“ = 2 P., „trifft eher zu“ = 3 P., „trifft genau zu“ = 4 P.). Bei negativ gepolten Items erfolgt die Punktzuzuweisung in gegensätzlicher Reihenfolge. Die Fragen sind mit Abkürzungen versehen, die Aufschluss auf die zugehörige Dimension geben. Die Antworten werden den jeweiligen Dimensionen zugeordnet und die zugeordneten Punkte jeder Dimension aufaddiert. Den Rohdaten wird mittels Normdaten den Standard-Nine-Werten⁴³ von 1 bis 9 zugewiesen. Je nach Geschlecht oder Alter finden unterschiedliche Normtabellen Anwendung. Für die vorliegende Arbeit sind lediglich die Tabellen Table 4 (Frauen 20 bis 50 Jahre) und Table 5 (Männer 20 bis 50 Jahre) relevant. Der Stanine-Wert 1 steht für eine sehr geringe Ausprägung, wohingegen der Wert 9 für eine sehr starke Ausprägung steht (Dr. Satow, 2012 p. 9). So wird jedem Zahlenwert von 1 bis 9 eine Bedeutung zugewiesen.

In die Analyse wird auch die Dimensionen Ehrlichkeit bei Beantwortung der Fragen miteinbegriffen, da diese ebenfalls Informationen über die Persönlichkeit (positive Selbstdarstellung) liefert.

In der folgenden Tabelle sind die Ausprägungen (Stanine) der jeweiligen Dimensionen von den 20 Probanden abgebildet.

Proband	N	E	G	O	V	A&L	M&E	S&R	Ehrl.
1	1	8	1	9	7	6	8	2	8
2	3	6	5	8	4	8	6	2	3
3	5	2	1	8	4	7	3	2	9
4	3	8	3	8	6	6	5	2	5
5	2	6	8	4	7	3	3	7	1
6	5	6	7	6	3	6	7	4	4
7	5	7	4	3	3	5	4	5	8
8	4	7	8	4	8	5	2	8	4
9	5	6	5	5	3	5	6	3	6
10	3	6	6	7	5	7	5	7	3
11	4	7	6	6	7	5	6	7	4
12	4	4	4	7	5	6	6	4	6
13	6	6	5	6	4	4	4	6	8
14	6	4	3	6	5	7	6	5	5
15	5	8	7	8	8	8	7	7	4
16	3	9	3	6	6	4	7	1	8
17	6	5	7	5	4	7	6	6	4
18	5	4	1	7	5	4	5	3	6
19	4	9	6	8	4	7	7	2	6
20	6	6	5	5	3	8	7	4	6

⁴³ Standard-Nine (Stanine): „Bei Stanine sind keine Werte grösser als 9.“ (Oberger, 2014, 35)

Tab. 1: Standard-Nine-Werte der Probanden

Aufgrund der großen Streuung der Werte wird vermutet, dass sich keine eindeutigen Tendenzen ausmachen lassen. Dennoch wird mittels eines Arithmetischen Mittels versucht, eine allgemeine Tendenz der verschiedenen Dimensionen zu verdeutlichen und ein einheitliches Persönlichkeitsbild eines Gründers zu erstellen.

Der Stanine-Bedeutungs-Tabelle zufolge, bilden die Stanine-Werte 4 bis 6 den Durchschnitt ab (4 = „unterer Durchschnitt“, 5 = „Durchschnittliche Ausprägung“, 6 = „oberer Durchschnitt“). Wie aus Tabelle 2 hervorgeht, weisen die durchschnittlichen Werte eine durchschnittliche Ausprägung auf. Die durchschnittliche Ausprägung der gesamten Dimensionen ist nicht auf eine generelle mittlere Tendenz der Probanden, sondern auf die große Streuung der Daten zurückzuführen. Die Streuung wird durch die großen Spannweiten, die bei Werten von 1 bis 9 bei 5 bis 8 liegen deutlich. Der Datensatz ist nicht zu verallgemeinern und fällt so unterschiedlich aus, dass eine durchschnittliche Darstellung nicht möglich ist. Die gegensätzlichen Werte eliminieren sich gegenseitig.

	Mittelwert	Spannweite
N	4	5
E	6	7
G	5	7
O	6	6
V	5	5
A&L	6	5
M&E	6	6
S&R	4	7
E b B	5	8

Tab. 2: Mittelwerte und Spannweiten

Auch bei Zusammenfassung der niedrigen (1-3), durchschnittlichen (4-6) und hohen Ausprägungen (7-9) wird deutlich, dass die Mehrzahl der Dimensionen (7 von 9) alle Ausprägungen aufweisen. Lediglich die Dimensionen Neurotizismus und Extraversion weisen zwei zusammengefasste Ausprägungen auf. So weisen Probanden in der Dimension Neurotizismus niedrige bis mittlere Ausprägung und in der Dimension Extraversion mittlere bis starke Tendenzen auf.

Dennoch lassen sich betreffend der Dimension Neurotizismus ein häufigeres relatives Auftreten der durchschnittlichen Ausprägungen erkennen. So weisen 13 von 20 Probanden durchschnittliche Ausprägungen auf. Bei der Dimension Extraversion ist eine überdurchschnittliche Ausprägung mit Abstand am häufigsten vertreten. So weisen 7 von 20 Probanden einen überdurchschnittlichen Wert der Extraversion auf.

Hinsichtlich der Dimension Bedürfnis nach Einfluss und Macht sind eine überdurchschnittliche (6) und starke Ausprägung (5) am stärksten vertreten. Es stellt sich jedoch als problematisch heraus, allgemeine Tendenzen auszumachen.

Clusterverfahren: Average-Linkage-Methode

Um Tendenzen hinsichtlich der Persönlichkeiten der Gründer deutlicher zu erkennen, werden die Gründer in einem Clusterverfahren in unterschiedliche Gruppen unterteilt. Dies erfolgt mithilfe der Statistik-Software SPSS. Es ist anzumerken, dass im Allgemeinen bei der Analyse mit SPSS die Persönlichkeitsausprägungen mittels der Stanine-Werte von 1 bis 9 durchgeführt wurde. Die niedrigen, durchschnittlichen und hohen Werte wurden nicht zusammengefasst, da die Verfasserin das Ergebnis der Analyse so getreu wie möglich abbilden wollte.

In der Literatur wird zwischen drei Clusterverfahren unterschieden: Dem unvollständigen, dem terministischen und dem probabilistischen. Bei ersterem wird keine Zuordnung zu den Clustern vorgenommen. Es findet lediglich eine räumliche Darstellung der Klassifikationsobjekte statt. Bei der deterministischen Clusteranalyse werden Objekte Clustern deterministisch zugeordnet. Und die probabilistischen Verfahren ordnen ein Objekt jedem Cluster mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit zu (Bacher, et al., 2010 pp. 37, 147, 351). Für die vorliegende Untersuchung ist eine konkrete Zuordnung zu einem Cluster notwendig. Daher wurde auf die deterministische Clusteranalyse zurückgegriffen. Da bei der vorliegenden Umfrage Objekte (Proband 1 – Proband 20) im Mittelpunkt stehen, werden Objekte und nicht Variablen Clustern zugeordnet werden. Deshalb handelt es sich um eine empirische Klassifikation. Hierfür eignen sich alle deterministischen Verfahren. (Bacher, et al., 2010 pp. 153-154). Ausgewählt wurde das Average-Linkage-Verfahren.

Um mögliche Ausreißer, sprich Probanden, zu identifizieren, die sich stark von den anderen Fällen unterscheiden und die sich nicht einem anderen Cluster zuordnen lassen, wird zunächst eine Single-Linkage-Analyse⁴⁴ in SPSS durchgeführt. Das Verfahren eignet sich aufgrund der Methode, nach der die Cluster gebildet werden, be-

⁴⁴ Das Single-Linkage-Verfahren ist ein Nächstes-Nachbarn-Verfahren, welches den hierarchischen Verfahren angehört. Durch die Verschmelzungsmethode des nächsten Nachbarn im Cluster entsteht eine Verkettungsmethode. Aufgrund dieser wird das Verfahren in der Praxis nicht für das Auffinden von homogenen Klassifikationen verwendet. Das Verfahren eignet sich für die Identifikation von Ausreißern einer Datenbasis. (Bacher, Pöge, & Wenzig, 2010, 251-253)

sonders gut für diesen Zweck. Die quadratischen euklidischen Distanzen⁴⁵ mit der kleinsten Abweichung werden zu einem Cluster zusammengeführt. Dies wird so lange wiederholt, bis alle Objekte einem Cluster zugeordnet sind. Die Objekte mit den größten Differenzen, sprich mit der größten Heterogenität, werden zum Schluss ihrem Cluster zugeordnet. In einem Dendrogramm, welches die Zuordnung in die Cluster graphisch darstellt, werden die Ausreißer sichtbar (s. Abb.1). Die x-Achse weist den Abstand der zusammengeführten Fälle auf und auf der y-Achse sind die verschiedenen Fälle (Probanden) abgebildet. Das Dendrogramm des Single-Linkage-Verfahrens der vorliegenden Untersuchung (Abb. 2) weist jedoch keine drastischen Unregelmäßigkeiten auf. Somit kann davon ausgegangen werden, dass keine Ausreißer vorhanden sind und der gesamte Datensatz in die Clusterbildung miteinbezogen werden kann. Es ist allerdings zu vermerken, dass die Fälle teils erst relativ spät fusioniert wurden. Dies ist ein Indiz dafür, dass sich die Probanden teils stark (Stein, et al., 2011) unterschieden.

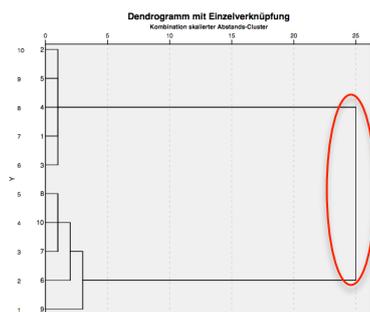


Abb. 1: Dendrogramm eines Single-Linkage-Verfahrens, (Stein, et al., 2011 p. 29)

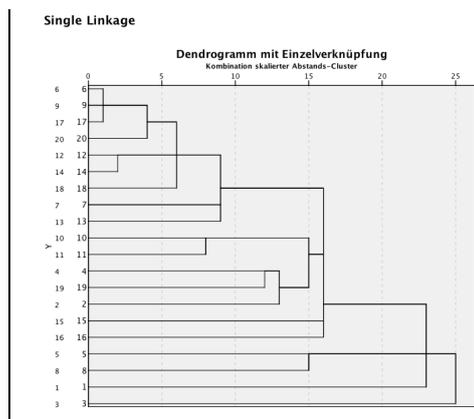


Abb. 2: Dendrogramm mit Einzelverknüpfung

Folglich kann die Average-Linkage-Methode angewandt werden. Die Methode erfolgt ebenfalls mittels der Quadratischen Euklidischen Distanz. (Bacher, et al., 2010

⁴⁵ Euklidische Distanzen sind ein Entfernungsmaß, welches sich aus der Summe der zugehörigen quadratischen Differenzen ergibt.

pp. 285-287) Bei der Methode findet eine Mittelwertsbildung statt. In jedem Cluster wird ein Durchschnittswert der Distanz gebildet und diese dann paarweise über alle Cluster betrachtet. (Stein, et al., 2011 p. 33)

Da die Clusteranzahl nicht bekannt ist, wird im ersten Schritt zunächst die Anzahl der Cluster identifiziert. Da das Ziel die Ermittlung von homogenen Clustern ist, gilt es, den Wert mit dem größten Heterogenitätsanstieg ausfindig zu machen. Hierfür werden nach Zuweisung der ersten beiden Cluster die Differenzen der Koeffizienten, welche die Heterogenität darstellt, grafisch dargestellt (s. Abb.3), um den größten Anstieg kenntlich zu machen. An der Stelle mit der stärksten Steigung wird die Clusteranzahl festgesetzt.

In der Grafik beschreibt die x-Achse die Fälle, sprich die Clusteranzahl, und die y-Achse stellt die Differenzen der Koeffizienten dar. Aus der Grafik geht deutlich hervor, dass eine Clusteranzahl von vier zu empfehlen ist.

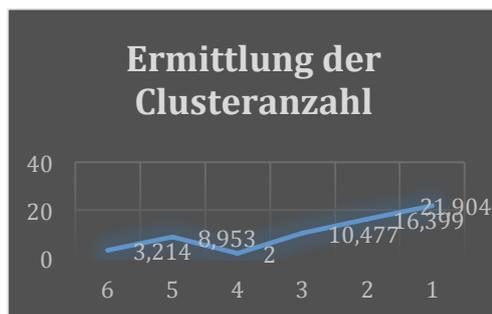


Abb. 3: Ermittlung der Clusterzahl; Abbildung der Differenzen der Koeffizienten

Folgend wird das Average-Linkage-Verfahren mit einer Zuordnung von vier Clustern durchgeführt. Dem Cluster 1 lassen sich fünf Objekte, dem Cluster 2 ein Objekt, dem Cluster 3 vier Objekte und dem Cluster 4 zehn Objekte zuordnen. Dies wird in Tab. 3 dargestellt.

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4
1	3	5	6
2		8	7
4		10	9
16		11	12
19			13
			14
			15
			17
			18
			20

Tab. 3: Clusterkonstellation

Da Cluster 2 lediglich aus einem Objekt besteht, wird es nachträglich als Ausreißer von der weiteren Datenanalyse ausgeschlossen. Auch aus dem Dendrogramm der

Single-Linkage-Analyse, welches für die Identifizierung von Ausreißern dient, geht die große Heterogenität gegenüber der anderen Cluster durch die letzte Zuordnung von Proband 3 hervor.

Folglich werden die Cluster 1, 3 und 4 ausgewertet. Dies erfolgt mittels Bestimmung des Mittelwerts und der Bedeutungen der Stanine-Werte nach Dr. Satow.

CLUSTER 1:

Individuen, die diesem Cluster angehören sind sehr extravertiert (8) und offen (8). Sie haben ein starkes Bedürfnis (7) nach Macht und Einfluss. Außerdem gelten sie eher als stabil und angstfrei (Neurotizismus = 3). Sie sind überdurchschnittlich verträglich (6). Auch ihr Bedürfnis nach Anerkennung und Sicherheit (6) ist überdurchschnittlich ausgeprägt. Die Dimension Gewissenhaftigkeit ist hingegen unterdurchschnittlich und ihr Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit ist sehr niedrig ausgeprägt (2). Die Beantwortung der Fragen haben sie durchschnittlich ehrlich beantwortet.

CLUSTER 3:

Personen dieses Clusters sind stark extravertiert (7), gewissenhaft (7) und verträglich (7). Sie verspüren ein starkes Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit. Sie sind überdurchschnittlich offen (6), angstfrei und stabil (Neurotizismus = 4) und weisen ein überdurchschnittliches Bedürfnis nach Anerkennung und Sicherheit (6) auf. Ihr Wesen ist durch ein durchschnittliches Maß an Macht und Einfluss (5) geprägt. Bei Beantwortung der Fragen wurde jedoch auf positive Selbstdarstellung geachtet (3).

CLUSTER 4:

Die Persönlichkeiten sind überdurchschnittlich offen (6) und weisen ein überdurchschnittliches Bedürfnis nach Anerkennung und Sicherheit (6) sowie Macht und Einfluss (6) auf. Sie sind durchschnittlich stabil und angstfrei (5), gewissenhaft (5) und extravertiert (5). Sie sind jedoch lediglich unterdurchschnittlich verträglich (4). Auch ihr Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit (4) ist unterdurchschnittlich ausgeprägt. Auch die Fragen haben sie durchschnittlich ehrlich beantwortet (5).

Um die Cluster Homogenität zu untersuchen, wird ein Post-Toc-Test nach dem Verfahren von Scheffé herangezogen. Das Analyseverfahren stellt dar, dass Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit die einzigen Dimensionen sind, in der sich die drei Clustergruppen alle signifikant voneinander unterscheiden. Des Weiteren geht aus der

Untersuchung hervor, dass alle drei Cluster Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Dimension Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung sowie Bedürfnis nach Macht und Einfluss aufweisen. So wird deutlich, dass nach dem Clusterverfahren der Average-Linkage-Methode allgemeine Tendenzen hinsichtlich der Dimensionen Bedürfnis nach Anerkennung und sowie Bedürfnis nach Macht und Einfluss auszumachen sind. Die anderen Dimensionen überlappen sich teils in ihrer Ausprägung. So weisen Dimension 1 und 3 Gemeinsamkeiten in den Dimensionen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit und Verträglichkeit auf. Dimension 1 und 4 überlappen sich hinsichtlich der Dimensionen Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit. Dimensionen 3 und 4 weisen hinsichtlich der Dimensionen Extraversion, Gewissenhaftigkeit und Offenheit Ähnlichkeiten auf. Die Homogenität bzw. Heterogenität des angewandten Verfahrens basiert auf den Mittelwerten der Cluster.

Ordinale Regressionsanalyse

Mittels einer Regressionsanalyse in SPSS wurden die Persönlichkeitsdimensionen – Neurotizismus, Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Offenheit, Verträglichkeit, Bedürfnis nach Anerkennung und Sicherheit, Bedürfnis nach Macht und Einfluss, Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe – und ausgewählte Daten des ersten Teils der Umfrage (Auslandserfahrungen, Finanzierung, Umsetzungsdauer, Wirtschaftszweig) auf Zusammenhänge untersucht.

Der Datensatz umfasst ordinale⁴⁶ und nominale⁴⁷ Variablen. Die Verfasserin der Arbeit hat hierfür die ordinale Regressionsmethode herangezogen, da diese die Abhängigkeit einer ordinalen Antwortvariablen (abhängig) von einer kategorialen (nominale, ordinale, metrische) Faktorvariablen untersucht. (IBM)

Da sich der zugrundeliegende Prozess der ordinalen Regressionsanalysen der vorliegenden Arbeit nicht ändert, wird das Verfahren anhand der Dimension Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe und den Auslandsaufenthalten erläutert. Die Abbildungen wurden dem Analyseprogramm SPSS entnommen. In den anderen Fällen erfolgt lediglich eine Interpretation der Daten.

⁴⁶ Eine Ordinalvariable ist „eine auf einer Ordinalskala klassifizierte Variable“ (Dorsch – Lexikon der Psychologie: Ordinalvariable: 1199). „Beispiele für eine Ordinalskala sind die Schulnotenskala (...) (Dorsch – Lexikon der Psychologie: Ordinalskala: 1199)

⁴⁷ Eine Nominalvariable wird auf einer Nominalskala dargestellt. Eine Nominalskala ist die „Klassifizierungsgrundlage qualitativer Daten. (...) Zwischen den Klassen einer Nominalskala besteht qualitative Verschiedenheit, innerhalb der Klassen Gleichheit aller Fälle. (...) (Dorsch – Lexikon der Psychologie: Nominalskala: 1175 f.)

Bei Durchsetzung des ordinalen Regressionsmodells stellt SPSS verschiedene Link-Funktionen zur Auswahl. Diese richten sich nach der Verteilung der Häufigkeiten der Ausprägungen der abhängigen Variable. (Habeck, 2011 p. 126) Bei Daten mit einer größeren Häufigkeit von höheren Ausprägungen (Neurotizismus, Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung (s. Tab. 4) und Bedürfnis nach Macht und Einfluss) wird die Log-Log komplementär Verlinkung verwendet. Hingehen sind der Log-Log-negativ-Methode Daten mit häufiger vertretenen negativen Auswirkungen (Verträglichkeit) zuzuordnen. Die Probit-Methode setzt eine Normalverteilung der abhängigen Variable (Extraversion, Gewissenhaftigkeit, und Offenheit) voraus. Die Chauchit Link-Funktion weist keine eindeutige Struktur auf. Hier sind Regressionsanalysen mit Extremwerten (Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe, Ehrlichkeit bei Beantwortung der Fragen) einzuordnen.

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		Anzahl	Randprozent
Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit	Außerst niedrige Ausprägung	1	5,3%
	Sehr niedrige Ausprägung	4	21,1%
	Niedrige Ausprägung	2	10,5%
	Unterer Durchschnitt	3	15,8%
	Durchschnittliche Ausprägung	2	10,5%
	Oberer Durchschnitt	2	10,5%
	Starke Ausprägung	4	21,1%
	Sehr starke Ausprägung	1	5,3%
Auslandserfahrung in Form eines Praktikums oder Auslandssemesters	0	12	63,2%
	1	7	36,8%
Gültig		19	100,0%
Fehlend		0	
Gesamt		19	

Tab. 4: Häufigkeiten der Ausprägungen Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe

Auslandsaufenthalt

Folglich werden die Zusammenhänge zwischen den jeweiligen Persönlichkeitsdimensionen und einem Auslandsaufenthalt untersucht.

Zunächst wird geprüft, ob das Regressionsmodell für die Abbildung der Zusammenhänge der zugrundeliegenden Daten geeignet ist. Dies wird mittels Chi-Quadrat⁴⁸ berechnet (s. Tab. 5). SPSS bietet hierfür zwei alternative Berechnungsformen; Chi-Quadrat nach Pearson⁴⁹ und der Abweichung. Beide Verfahren testen Unterschiede zwischen den beobachteten Werten aus der Datendatei und Werten des Modells. Mit-

⁴⁸ Ein Chi-Quadrat-Test ist ein statistisches Testverfahren. Die Hypothese wird mittels der Verteilung eines Merkmals geprüft. (Gabler Wirtschaftslexikon, n.d.)

⁴⁹ Bei Chi-Quadrat nach Pearson lautet die Formel der Berechnung des Chi-Quadrat wie folgt:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \frac{e^{ij}}{(u^{ij} - e^{ij})^2} \cdot \quad (\text{Hummel, Jagodzinski, \& Langeheine, 1986, p. 134})$$

tels einer Wiederlegung dieser Hypothese ($p > 0.05$) kann davon ausgegangen werden, dass sich das Modell zur Ermittlung von Zusammenhänge eignet. (Brosius, 2013 p. 616)

	Chi-Quadrat	Freiheitsgrade	Sig.
Pearson	5,165	6	,523
Abweichung	6,252	6	,396

Verknüpfungsfunktion: Cauchit.

Tab.5: Anpassungsgüte

Hinsichtlich eines Auslandsaufenthalts weist die Dimension Gewissenhaftigkeit die Abweichung einen Wert $p < 0.05$ auf. Da jedoch nach der Methode Pearson der p-Wert > 0.05 ist, wird davon ausgegangen, dass der Test zum Datensatz passt. Die anderen Tests haben einen Wert $p > 0.05$. Daher wird auch hier eine Eignung des Modells angenommen.

Anschließend ist die Aussagekraft der erklärenden, unabhängigen Variablen (Ausland) hinsichtlich der abhängigen Variable (Dimension) zu überprüfen. Dies kann der Information zur Modellanpassung (s. Tab. 6) sowie dem Pseudo R-Quadrat (s. Tab 7) entnommen werden. Das Pseudo R-Quadrat drückt den prozentualen Anteil der Aussagekraft der unabhängigen hinsichtlich der abhängigen Variable aus. (Brosius, 2013 p. 616) Somit gilt ein Wert $> 0,2$ als akzeptabel, ein Wert $> 0,4$ als gut und ein Wert $> 0,5$ als sehr gut. (Alberts, et al., 2009 p. 272) Im Falle eines signifikanten ($p < 0.05$) Chi-Quadrats oder eines hohen Pseudo R-Quadrat- Werts nach Nagelkerke⁵⁰, ist die Aussagekraft dieses Modells gegeben. (Brosius, 2013 p. 616)

Das Chi-Quadrat der Dimension Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit ist nicht signifikant. Auch das Pseudo R-Quadrat nach Nagelkerke beträgt nur 0,021. Dies bedeutet, dass lediglich 2,1% der Auslandserfahrungen der Probanden auf die Dimension Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe zurückzuführen sind. Somit kann davon ausgegangen werden, dass die erklärenden Variablen keine signifikante Aussagekraft für die Werte der abhängigen Variable haben.

⁵⁰ Das Pseudo R-Quadrat nach Nagelkerke ist eins von drei Verfahren, das SPSS zur Ermittlung des Pseudo R-Quadrat anbietet. (Fromm, 2012, p. 155)

Information zur Modellanpassung

Modell	-2 Log-Likelihood	Chi-Quadrat	Freiheitsgrade	Sig.
Nur konstanter Term	27,713			
Final	27,319	,395	1	,530

Verknüpfungsfunktion: Cauchit.

Tab. 6: Information zur Modellanpassung

Pseudo R-Quadrat

Cox und Snell	,021
Nagelkerke	,021
McFadden	,005

Verknüpfungsfunktion:
Cauchit.

Tab. 7: Pseudo R-Quadrat

Bei Betrachtung aller Dimensionen ist festzustellen, dass keine der Dimensionen eine signifikante Aussagekraft hinsichtlich der Auslandsaufenthalte hat. So weist die Dimension Bedürfnis nach Macht und Einfluss mit 15,4% die höchste Aussagekraft auf.

Relevant für die Interpretation der Zusammenhänge sind jedoch lediglich Auswertung der geschätzten Parameter der unabhängigen Variable (Lage-Schätzer, s. Tab 8). Ausland = 1 wurde hier als Referenz genommen und somit auf 0 gesetzt. Der Wert von Ausland = 0 ist ins Verhältnis des redundanten Werts (Referenzwert) zu setzen. Betreffend der Wert der Lage-Schätzer (β) sind folgende drei Fälle möglich:

- Schätzer < 0 , dann Odds Ratio = $e^{-\beta} > 1$, so ist ein negativer Zusammenhang im Verhältnis des Referenzwerts zwischen abhängiger und unabhängiger Variable festzustellen.
- Schätzer = 0, dann Odds Ratio = $e^{-\beta} = 1$, so ist kein Zusammenhang im Verhältnis des Referenzwerts zwischen abhängiger und unabhängiger Variable festzustellen.
- Schätzer > 0 , dann Odds Ratio = $e^{-\beta} < 1$, so ist ein positiver Zusammenhang im Verhältnis des Referenzwerts zwischen abhängiger und unabhängiger Variable festzustellen. (Alberts, et al., 2009 p. 272)

Bei der Dimension Bedürfnis nach Sicherheit und Ruhe, welche einen negativen Wert aufweist, bedeutet dies, dass bei steigenden Werten dieser Dimension Probanden seltener ins Ausland gehen. Da jedoch die Signifikanz [Ausland=0] $p > 0.05$ ist, ist das Modell nicht signifikant. Somit wird das Modell verworfen. Und es lässt sich

vermerken, dass kein Zusammenhang zwischen der Dimension „Sicherheit und Ruhe“ und einem Auslandsaufenthalt besteht.

		Parameterschätzer						
	Schätzer	Standardfehler	Wald	Freiheitsgrade	Sig.	Konfidenzintervall 95%		
						Untergrenze	Obergrenze	
Schwelle	[SicherheitRuhe = 1]	-5,727	5,147	1,238	1	,266	-15,816	4,362
	[SicherheitRuhe = 2]	-1,119	,742	2,274	1	,132	-2,574	,336
	[SicherheitRuhe = 3]	-,637	,631	1,019	1	,313	-1,874	,600
	[SicherheitRuhe = 4]	-,090	,570	,025	1	,875	-1,207	1,027
	[SicherheitRuhe = 5]	,281	,589	,227	1	,634	-,874	1,435
	[SicherheitRuhe = 6]	,790	,733	1,160	1	,281	-,648	2,228
	[SicherheitRuhe = 7]	6,215	6,641	,876	1	,349	-6,802	19,231
Lage	[Ausland=0]	-,440	,721	,373	1	,542	-1,854	,974
	[Ausland=1]	0 ^a	.	.	0	.	.	.

Verknüpfungsfunktion: Cauchit.

a. Dieser Parameter wird auf Null gesetzt, weil er redundant ist.

Tab. 8: Parameterschätzer

Nach Durchführung der Tests lässt sich feststellen, dass keine der acht Persönlichkeitseigenschaften signifikant mit einer Auslandserfahrung zusammenhängt. Aufgrund eines $p > 0,05$ wurden alle Modelle verworfen.

Die Dimension Bedürfnis nach Macht und Einfluss ist mit einem Wert $p = 0,08$ der Signifikanz von $p < 0,05$ am nächsten. Jedoch wird auch dieses Modell aufgrund $p > 0,05$ verworfen.

Aus dem Parallelitätstest für Linien (s. Tab. 9) geht hervor, ob die in „Parameterschätzer“ getroffene Annahme der Odds Ratios zutrifft. Dafür wird das erstellte Modell (Nullhypothese) mit einem Allgemeinen-Modell verglichen. Bei einem $p < 0,05$ muss auch im Falle von signifikanten Odds Ratios (Lage-Schätzer) das Modell verworfen werden. (Institute for Digital Research and Education)

Parallelitätstest für Linien ^a				
Modell	-2 Log-Likelihood	Chi-Quadrat	Freiheitsgrade	Sig.
Nullhypothese	27,319			
Allgemein	,000 ^b	27,319	6	,000

Die Nullhypothese gibt an, daß die Lageparameter (Steigungskoeffizienten) über die Antwortkategorien übereinstimmen.

a. Verknüpfungsfunktion: Cauchit.

b. Der Log-Likelihood-Wert ist praktisch Null. Es kann eine vollständige Trennung der Daten geben. Maximum Likelihood-Schätzer gibt es nicht.

Tab. 9: Parallelitätstest für Linien

Finanzierung

Folgend wurde der Faktor Finanzierung auf Zusammenhänge hinsichtlich der verschiedenen Dimensionen untersucht.

Diese Komponente setzt sich aus den Faktoren „eigenes Geld“, „Friends&Family“, „Venture Capital“, „Kredit“ und „Crowdfunding“ zusammen. In zwei Fällen wurden

keine Informationen zur Finanzierungsform gemacht. Da das Programm SPSS sensible auf fehlende Daten reagiert, werden die zwei Fälle komplett von der Analyse ausgeschlossen.

Steigt die Ausprägung der Dimension Offenheit an, so sinkt die Finanzierung mittels Bankkredit (OD = 4,87). Die Aussagekraft des Modells liegt jedoch lediglich bei 31%. (Pseudo-R-Quadrat nach Nagelkerke).

Bei Gründern sinkt bei einer steigenden Ausprägung der Dimension Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung die Finanzierung in Form eines Bankkredits (OD = 1,97) Hingegen steigt bei einer steigenden Ausprägung Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung die Wahrscheinlichkeit, dass Gründer das Crowdfunding als Finanzierungsmethode verwenden (OD = 0,15). Das signifikante Chi-Quadrat und das Pseudo-R-Quadrat von 0,615 sprechen für eine signifikante Aussagegüte des Modells. Das Model eignet sich für die Ermittlung der Zusammenhänge (signifikantes Chi-Quadrat nach Pearson).

Hinsichtlich der Dimension Bedürfnis nach Macht und Einfluss ist Folgendes festzustellen: Mit einem steigenden Wert an Macht und Einfluss sinkt das Zurückgreifen auf die Finanzierungsform durch einen Bankkredit (OD = 8,40). Die Aussagegüte des Modells ist auch hier gegeben (signifikantes Chi-Quadrat und Pseudo R-Quadrat = 0,858). Auch hier weist der Parallelitätstest ein $p > 0,05$ auf. Daher findet das mit SPSS ermittelte Modell Anwendung.

Zwischen den anderen Persönlichkeitsdimensionen und der Finanzierung lässt sich kein Zusammenhang ausmachen. Dies kann auf den nicht signifikanten β -Wert der Faktoren (Lage-Schätzer) oder im Falle der Dimension Gewissenhaftigkeit auf ein signifikantes Ergebnis hinsichtlich des Parallelitätstest zurückgeführt werden. Im Falle der Dimension Extraversion kann der Parallelitätstest nicht durchgeführt werden. Somit wird auch dieses Modell verworfen.

Umsetzungsdauer

Bei einer Ordinalen Regressionsanalyse werden die Kategorien mit dem höchsten Wert als Referenz genommen. Zu dieser werden dann anschließend die anderen Kategorien ins Verhältnis gesetzt. Daher ist es bei unabhängigen Variablen (Umsetzungsdauer) mit mehr als zwei Werten (0, 1, 2, ...) zu empfehlen, der größten Kategorie den größten Wert zuzuordnen. Da hier eine Umsetzungsdauer von „bis 6 Mo-

nate“ am häufigsten vertreten ist, wird diese mit dem Wert 4 versehen. Ursprünglich wurde diesem Wert eine Umsetzungsdauer von mehr als 2 Jahren zugeordnet. Diese Werte werden vertauscht, die übrigen werden bei ihrem Ursprungswert belassen.

Im Zuge der Durchführung der Regressionsanalyse wird deutlich, dass bei einem steigenden Wert der Verträglichkeit die Umsetzung wahrscheinlicher zwischen einem und eineinhalb Jahren dauert, als unter einem halben Jahr ($OD = 0,22$). Somit kann festgehalten werden, dass bei steigender Verträglichkeitsausprägung die Dauer der Umsetzung steigt. Die Aussagegüte mit einem Pseudo R-Quadrat nach Nagelkerke von 0,181 ist jedoch relativ gering.

Hinsichtlich der anderen Dimensionen lässt sich kein signifikanter Zusammenhang feststellen. Zwar weist die Dimension Gewissenhaftigkeit und die Umsetzungsdauer einen signifikanten β -Wert auf. Dieser wird jedoch aufgrund des Parallelitätstests verworfen.

Wirtschaftszweig:

Die in der vorliegenden Arbeit vertretenen Wirtschaftszweige setzen sich aus den oben mittels univariater Analysen vorgestellten Bereichen zusammen.

Aus den bereits oben genannten Empfehlung bezüglich der Anordnung der am stärksten vertretenen Werte werden die Wirtschaftszweige umcodiert. „Dienstleistungen“ ist der am stärksten vertretene Wirtschaftszweig. Daher werden Wert 1 (Dienstleistung) und der höchste Wert 4 (ursprünglich verarbeitendes Gewerbe) vertauscht.

Durch die Datenanalyse wird deutlich, dass Gründer mit einer stärkeren Ausprägung der Dimension Gewissenhaftigkeit dazu neigen, eher im Bereich eines verarbeitenden Gewerbes als im Dienstleistungssektor zu gründen ($OD = 0,20$). Die Aussagekraft des Modells ist jedoch mit 22% relativ gering. So lässt sich nur ein geringer Teil der Wahl der Wirtschaftszweige mit der Ausprägung der Gewissenhaftigkeit erklären.

Außerdem ist festzuhalten, dass bei steigendem Wert des Bedürfnisses nach Macht und Einfluss Gründer dazu tendieren, im Dienstleistungssektor statt im verarbeitenden Gewerbe zu gründen (verarbeitendes Gewerbe $OD = 21,59$). Die Aussagekraft des Modells von 90,2% ist sehr stark.

Hinsichtlich der anderen Wirtschaftszweige und Ausprägungen lassen sich jedoch keine Zusammenhänge ermitteln. Das ist auf einen $p > 0,05$ des β -Wert zurückzuführen. Bei der Dimension Verträglichkeit und der Informations- und Kommunikationsbranche scheidet es an einem signifikanten Parallelitätstest.

5 Diskussion

In den folgenden Abschnitten werden die Forschungsfragen beantwortet und die Hypothesen überprüft. Des Weiteren wird die vorliegende Untersuchung kritisch beleuchtet.

5.1 Beantwortung der Forschungsfragen

Im Folgenden die drei Forschungsfragen aus Kapitel 1.2 beantwortet. Forschungsfrage 1 wurde wie folgt formuliert:

Ist die Persönlichkeit eines Gründers für den unternehmerischen Erfolg relevant?

Aus den Kapiteln 2.2.1 (Entstehung, Entwicklung und Stand der Forschung), 2.2.3 (Die Persönlichkeit eines Gründers) und 2.2.2.3 (Unternehmerischer Erfolg) geht folgendes hervor:

Grundvoraussetzung hierbei ist die Definition unternehmerischen Erfolgs. Dieser richtet sich nach den Zielsetzungen eines Unternehmers. Er lässt sich im wirtschaftlichen Sinn oft als monetäre Größe darstellen oder im psychologischen Sinn in Form der Zufriedenheit einer Person ausdrücken. Bei der Beantwortung der Fragen wird von einem ökonomischen Erfolg ausgegangen.

In der Entrepreneurship-Forschung gibt es verschiedene Ansätze, die das Phänomen Entrepreneurship und unternehmerischen Erfolg untersuchen. Dazu gehört ebenfalls der Traits-Ansatz. Dieser stellt die Persönlichkeiten eines Gründers hinsichtlich des unternehmerischen Erfolgs in den Mittelpunkt. In der heutigen Forschung herrscht ein Konsens hinsichtlich der Relevanz der Persönlichkeit für den unternehmerischen Erfolg. Die Reduzierung des Erfolgs auf die Persönlichkeitsmerkmale des Gründers wird in der Literatur jedoch oft kritisiert. Basierend auf bisherigen Forschungsergebnissen kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob die Persönlichkeit für erfolgreiches unternehmerisches Handeln ausreicht. Es ist jedoch zu vermerken, dass die Persönlichkeitsmerkmale von Bedeutung sind, da sie das Denken und Fühlen des Grün-

ders in einer Situation indirekt beeinflussen und somit auf das unternehmerische Handeln wirken.

Forschungsfrage 2 und 3 beziehen sich auf die Eigenschaften von Gründern. Forschungsfrage lautet wie folgt:

Lassen sich einem Gründer bestimmte erfolgsrelevante Eigenschaften zuordnen?

Aus den Kapiteln 2.2.1 (Entstehung, Entwicklung und Stand der Forschung) und 2.2.3 (Die Persönlichkeit eines Gründers) lässt sich folgendes vermerken:

Die Wirtschaftswissenschaften, die Psychologie und Verhaltenswissenschaften versuchen erfolgsrelevante Merkmale der Persönlichkeit eines Gründers zu erfassen. Der Ökonom Schumpeter untersuchte bereits die Besonderheiten einer unternehmerischen Persönlichkeit. In der Literatur sind Eigenschaften erfolgreicher Gründer zu finden. Es herrscht jedoch kein Konsens dahingehend, welches diese sind. In der Literatur finden sich sogar sich widersprechende Aussagen über die Eigenschaften eines Gründers. Somit lässt sich festhalten, dass sich einem Gründer Eigenschaften zuordnen lassen, sich jedoch keine einheitlichen bestimmten Eigenschaften feststellen lassen. Dies könnte, entgegen der Auffassung der Management Ansätze, darauf hinweisen, dass es einen einheitlichen Entrepreneur-Typus nicht gibt, sondern verschiedenen Gründer-Typen existieren. Hinsichtlich der Persönlichkeit im entrepreneurialen Kontext gibt es noch einen erheblich Forschungsbedarf.

Forschungsfrage 3 hat folgenden Wortlaut:

Welche Eigenschaften lassen sich einem Gründer zuordnen?

Wie bereits in Forschungsfrage 2 vermerkt, werden in der Literatur widersprüchliche Aussagen gemacht. Bezugnehmend auf Kapitel 2.2.3 (Die Persönlichkeit eines Gründers), halten bedeutende Ökonomen und Psychologen einen Entrepreneur für eine Person, die

- Erfolg/Misserfolg auf eigenes Handeln zurückführt,
- bereit ist, eine hohe Leistung zu bringen,
- problemlösungsorientiert handelt,
- gewillt ist, ein kalkulierbares Risiko zu tragen,

- nach Autonomie und Selbstentfaltung strebt,
- auch in ungewissen Situationen handlungsfähig und belastbar ist und
- visionäres Verhalten und Kreativität auszeichnet.

Auf Basis des momentanen Standes der Forschung kann allerdings nicht mit Sicherheit gesagt werden, welche Eigenschaften einem Gründer zuzuordnen sind und ob bestimmte Eigenschaften für den Erfolg einer Gründung ausreichen. Heute weiß man nur, dass Persönlichkeitsmerkmale eine wichtige Rolle spielen, da sie das Denken und Fühlen eines Entrepreneurs beeinflussen und somit auch eine Wirkung auf das unternehmerische Handeln haben.

Forschungsfrage 4 geht auf die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Gründern ein:

Gibt es Unterschiede und Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaften von Gründern?

Aus der in Kapitel 4.2.2.2 (Multivariate Analysemethoden) durchgeführten Post-Hoc Methode gehen die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von drei zuvor ermittelten Gründer-Typen hervor. So lassen sich folgende Ausprägungen feststellen. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse diskutiert:

Der Gründer-Typus 1 gilt als stabil, ausgeglichen und wenig ängstlich. Hinsichtlich Cluster 3 lassen sich keine signifikanten Unterschiede feststellen. Sie gelten als überdurchschnittlich stabil, ausgeglichen und angstfrei. Cluster 4 hat eine durchschnittliche Ausprägung und wird nach Post-Hoc signifikant unterschiedlich bewertet.

Hinsichtlich der Dimension Extraversion lassen sich Gemeinsamkeiten zwischen Cluster 4, welches als durchschnittlich extravertiert gilt und Cluster 3 feststellen. Diesem wird eine überdurchschnittliche Extraversion zugeschrieben. Cluster 3 und 1 haben eine starke Persönlichkeitsausprägung und weisen dem Post-Toc-Test nach Scheffé ebenfalls eine Homogenität auf.

Unterschiede lassen sich hinsichtlich der Gruppe 1 und 4 feststellen. Cluster 1 strebt sehr wenig nach Anerkennung und Leistung. Cluster 4 weist eine unterdurchschnitt-

liche Ausprägung auf. Hingegen ist Anerkennung und Leistung für Gründer des Clusters 3 sehr wichtig.

Hinsichtlich der Dimension Gewissenhaftigkeit gilt Cluster 1 als unterdurchschnittlich gewissenhaft und somit als eher leichtfertig, chaotisch und unzuverlässig. Cluster 4 kennzeichnet eine durchschnittliche Ausprägung. Somit weist Cluster 4 nach dem Post-Toc-Test Gemeinsamkeiten mit Cluster 1 und Cluster 3 auf. Cluster 3 zeichnet eine starke Ausprägung der Gewissenhaftigkeit. Cluster 3 und 1 unterscheiden sich folglich voneinander.

Bei der Dimension Offenheit sind Gemeinsamkeiten der Cluster 4 und 3 sowie Cluster 3 und 1 festzuhalten. Cluster 4 und 1 weisen jedoch Unterschiede auf. Ersteres ist überdurchschnittlich offen. Letzteres ist durch eine sehr starke Ausprägung der Dimension gekennzeichnet. Probanden dieses Clusters gelten als neugierig und fantasievoll.

Hinsichtlich der Dimensionen Anerkennung und Leistung sowie Bedürfnis nach Macht und Einfluss weisen alle drei Cluster Gemeinsamkeiten auf. Sie haben ein überdurchschnittliche Ausprägung der Dimension Anerkennung und Leistung sowie eine durchschnittliche bis überdurchschnittliche Ausprägung in der Dimension Bedürfnis nach Macht und Einfluss.

Hinsichtlich der Dimension Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit weisen alle drei Cluster Unterschiede auf.

Anhand dieser Erkenntnisse wird deutlich, dass es Unterschiede und Gemeinsamkeiten hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaften von Gründern gibt.

5.2 Überprüfung der Hypothesen

Hypothese 1 bezieht sich auf die Persönlichkeitsdimensionen eines Gründers, der während oder direkt nach einer akademischen Ausbildung gegründet hat. Die Hypothese lautet wie folgt:

Die Probanden, die während oder direkt nach ihrem Abschluss gründeten, haben allgemein einen niedrigen Wert der Faktoren Neurotizismus und Verträglichkeit, während ihre Werte des Faktors Offenheit für Erfahrungen und Gewissenhaftigkeit hoch ausfallen. Hinsichtlich des Faktors Extraversion wird ein Durchschnittswert erwartet.

Mittels der durchgeführten Analyse wird deutlich, dass eine Feststellung einer allgemeinen Tendenz aufgrund der Streuung der Ergebnisse nur schwer möglich ist. Es lässt sich zwar anmerken, dass hinsichtlich der Dimension Neurotizismus mittlere Werte überwiegen und dass bei der Dimension Extraversion der überdurchschnittliche Wert am häufigsten vertreten ist. Dennoch ist es nicht möglich, eindeutige Tendenzen zu erkennen. Auch mittels des Post-Toc-Tests wird deutlich, dass es keine Homogenität hinsichtlich der Ausprägungen Neurotizismus, Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Offenheit und Verträglichkeit der Gründer gibt. Die Gründer weisen unterschiedliche Tendenzen in den Persönlichkeitsdimensionen auf. Eine Verallgemeinerung ist nicht möglich. Somit wird Hypothese 1, die von einer allgemeinen Tendenz ausgeht, widerlegt.

Hypothese 2 knüpft an den Ausgangspunkt der 1. Hypothese an und besagt:

Es existieren verschiedene Typen von Gründern, die sich in den Ausprägungen ihrer Persönlichkeitseigenschaften unterscheiden.

Mittels einer Clusteranalyse wurden drei verschiedene Gründer-Typen ermittelt. Die Clusterbildung wurde mittels der neun Persönlichkeitsdimensionen durchgeführt. Jedoch unterscheiden sich die Cluster lediglich hinsichtlich einer Dimension (Bedürfnis nach Ruhe und Sicherheit) vollständig voneinander. Dies deutet auf eine Unterscheidung hinsichtlich der Persönlichkeitseigenschaften hin. Bei zwei Dimensionen (Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung, Bedürfnis nach Macht) ist jedoch eine Trennung nicht möglich. Daraus resultiert, dass alle Cluster hinsichtlich dieser Dimensionen gleiche Ausprägungen haben. Somit lässt sich eine einheitliche Tendenz, sprich Gemeinsamkeiten erkennen. Diesbezüglich gibt es lediglich einen Gründer-Typus. Die anderen Dimensionen überlappen sich zum Teil.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass es unterschiedliche Gründer-Typen gibt. Die Gründer-Typen unterscheiden sich auch zum Teil voneinander. Jedoch ist eine vollständige Trennung der Ausprägungen der Persönlichkeitseigenschaften nicht möglich. Da in der Hypothese nicht auf den Grad der Unterscheidung eingegangen wird, kann die Hypothese angenommen werden. Die verschiedenen Gründertypen unterscheiden sich voneinander, wenn auch nur teilweise.

Die Hypothese 3 widmet sich ebenfalls den verschiedenen Gründer-Typen und wurde wie folgt formuliert:

Die verschiedenen Gründer-Typen treffen aufgrund ihrer unterschiedlichen Persönlichkeitsmerkmale unterschiedliche Entscheidungen.

Hierfür wurden Entscheidungen, die hinsichtlich eines Auslandsaufenthalts und des Startups (Ausland, Finanzierung, Umsetzungsdauer, Wirtschaftszweig) getroffen wurden in Zusammenhang mit der Persönlichkeit untersucht. Es konnten folgende Zusammenhänge festgestellt werden:

Es lässt sich feststellen, dass mit einer steigenden Ausprägung der Dimension Offenheit, Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung und/ oder Bedürfnis nach Macht und Einfluss die Wahrscheinlichkeit einer Finanzierung durch einen Bankkredit sinkt. Hingegen steigt die Wahrscheinlichkeit des Crowdfundings bei einem steigenden Wert der Dimension Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung.

Außerdem ist bei einem steigenden Wert der Verträglichkeit eine Umsetzung zwischen einem und eineinhalb Jahren wahrscheinlicher als eine Umsetzung bis einem halben Jahr. Hinsichtlich der Wirtschaftszweige ist eine Gründung im Dienstleistungssektor bei einer (Abel-Koch, 2015) steigenden Ausprägung Gewissenhaftigkeit und Bedürfnis nach Macht und Einfluss wahrscheinlicher als im verarbeitenden Gewerbe.

Hinsichtlich der Auslandsaufenthalte lässt sich jedoch kein Zusammenhang herstellen.

Es lassen sich Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und getroffenen Entscheidungen feststellen. Dies bedeutet, dass aufgrund einer unterschiedlich starken Ausprägung die oben untersuchten Entscheidungen wahrscheinlicher oder unwahrscheinlicher sind. Es lässt sich somit auch feststellen, dass es einen Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit des Gründers und der gewählten Branche gibt.

Somit lässt sich vermerken, dass Gründer aufgrund ihrer Persönlichkeit unterschiedliche Entscheidungen treffen. Jedoch ist die Miteinbeziehung des unterschiedlichen Gründer-Typus fragwürdig, da die verschiedenen Gründer-Typen nicht vollständig voneinander abgegrenzt werden können.

5.3 Kritische Betrachtung der Untersuchung

In den folgenden Abschnitten wird die vorliegende Studie kritisch beleuchtet.

Repräsentativität der Umfrage

Eine repräsentative Umfrage ist eine Erhebung, die eine Teilgesamtheit erfasst, deren Ergebnisse auf die Grundgesamtheit übertragen werden können (Gabler). So hat beispielsweise der Deutsche Startup Monitor 2015 (DSM), eine repräsentative Studie zum Thema Entrepreneurship die Datensätze von 1.061 Startups ausgewertet.

Die empirische Untersuchung der vorliegenden Arbeit umfasst lediglich eine Stichprobe von 20 Probanden. So weisen Ober- und Untergrenzen der Konfidenzintervalle⁵¹ bei der Ermittlung des β -Wert, der Lage-Schätzer im Rahmen der Regressionsanalyse relativ große Differenzen auf. Die Untergrenze liegt meist im negativen Bereich und die Obergrenze hat oftmals einen positiven Wert. Das hat zur Folge dass keine signifikanten Zusammenhänge ermittelt werden können. Ein β -Wert ist nur signifikant ($p < 0,05$), wenn die Ober- und Untergrenzen des Konfidenzintervalls ein gleiches Vorzeichen aufweisen. Bei Vergrößerung der Stichprobe verringert sich das Konfidenzintervall und es ließe sich mit hoher Wahrscheinlichkeit eine größere Anzahl von Zusammenhängen feststellen lassen.

Fragebogen

Das Fünf-Faktoren-Modell beruht auf fünf Persönlichkeitsdimensionen. Unter Psychologen herrscht zunehmend Einigkeit dahingehend, dass eine Persönlichkeit mithilfe von fünf Dimensionen ganzheitlich erfasst werden kann. Der Fragebogen von Dr. Satow, der zur Ermittlung der Persönlichkeitsausprägungen herangezogen wurde, basiert auf dem Fünf-Faktoren-Modell. Das Modell wurde jedoch auf neun Dimensionen erweitert. Es werden die Motive Bedürfnis nach Anerkennung und Leistung, Bedürfnis nach Macht und Einfluss sowie das Bedürfnis nach Sicherheit und Anerkennung angefügt. Motive gehen auf den inneren Antrieb des Menschen ein. Reiss (Reiss, 2008) hat faktoranalytisch 16 Grundmotive ermittelt. Darunter befinden sich auch Bedürfnisse nach Macht, Anerkennung und Sicherheit. Diesem Modell wurden die Motive des der Arbeit zugrundeliegenden Modells entnommen. Da auch Motive zum Verständnis der Persönlichkeit eines Individuums beitragen, wurden sie dem Modell angefügt. (Dr. Satow, 2012 p. 7)

⁵¹ Konfidenzintervalle spiegeln das Intervall wieder, "das im Wege der Konfidenzschätzung eines Parameters der Grundgesamtheit ermittelt wurde und dem in bestimmtes Konfidenzniveau zugeordnet ist." Sie können somit als Vertrauensbereich der Schätzung verstanden werden. (Wirtschaftslexikon, n.d.)

Clusteranalyse

Was die Clusteranalyse betrifft, so hätte eine geringere Anzahl der Dimensionen wahrscheinlich zu einem eindeutigeren Ergebnis geführt.

Die Clusterbindung mit dem Programm SPSS erfolgt nach der Average-Linkage-Methode. Es wird davon ausgegangen, dass sich eine Stichprobe aus unterschiedlichen Gruppen zusammensetzt. Diese Gruppen lassen sich anhand gleicher oder ähnlicher Merkmale erfassen. Bei Betrachtung der Ausprägungen der Probanden eines Clusters wird deutlich, dass sich die Stanine-Werte der Gründer eines Clusters teils stark unterscheiden. So wurden beispielsweise unterdurchschnittliche (4) und sehr starke Ausprägungen (8) einem Cluster zugeordnet (Cluster 4, Dimension Ehrlichkeit bei Beantwortung der Fragen).

Wird die Heterogenität der Cluster mit der Scheffé-Prozedur überprüft, so erfolgt dies mittels der durchschnittlichen Werte eines Clusters. Im Falle einer großen Spannweite der Stanine-Werte repräsentiert der Durchschnittswert einer Dimension jedoch nicht die zugeordneten Gründer. Besonders hinsichtlich Cluster 4, welches 10 Gründer umfasst, weist innerhalb des Clusters, abgesehen von Dimension Neurotizismus, Unterschiede bis große Unterschiede auf. Somit ist es schwer möglich, allgemeine Tendenzen des Clusters auszumachen. Die Gruppierung des Datensatzes in eine größere Anzahl ist jedoch nicht zu empfehlen, da die Homogenität bei vier Clustern am höchsten ist (s. Abb. 3; Anmerkung ein Cluster wurde nicht in die Analyse miteinbezogen).

Auch das Dendrogramm des Average-Linkage-Verfahren (Abb. 2) weist große Unterschiede der Stichprobe auf. Dies zeigt die oft sehr späte Zuordnung der Gründer in das jeweilige Cluster. Auch die einzelnen Ausprägungen der einzelnen Probanden in Tab. 1 verdeutlicht die Unterschiede.

6 Fazit

In der Einleitung wird auch die Relevanz von entrepreneurialen Aktivitäten für das Wirtschaftswachstum eines Landes hingewiesen. Jedoch wird auch verdeutlicht, dass die meisten Unternehmensneugründungen scheitern. Um das Phänomen Entrepreneurship hinsichtlich des unternehmerischen Erfolgs zu untersuchen, haben sich zahlreiche Ökonomen und Psychologen mit der Persönlichkeit des Gründers ausei-

mandergesetzt. So sind in der Literatur verschiedene erfolgsrelevante Eigenschaften aufzufinden. Jedoch fallen die Ergebnisse sehr unterschiedlich aus.

Die empirische Untersuchung der vorliegenden Arbeit zeigt deutlich, dass es schwer ist, einen Gründer mit bestimmten Eigenschaften zu definieren. Gründer weisen sehr unterschiedliche Ausprägungen auf. So ist festzuhalten, dass die Wahrscheinlichkeit hoch ist, dass bestimmte Ausprägungen auf eine Vielzahl von Entrepreneuren zutreffen.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit, Gründerpersönlichkeiten auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten hin zu untersuchen, wurde im empirischen Teil der Arbeit behandelt. Zunächst wurden die faktoranalytisch ausgewerteten Daten auf eine einheitliche Tendenz untersucht. Diesbezüglich ließen sich jedoch keine Eigenschaften feststellen, da der Datensatz zu große Unterschiede aufwies. Daher wurde der Datensatz auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede mithilfe einer Clusteranalyse untersucht. Durch dieses Verfahren ließen sich größtenteils bezüglich der Cluster keine vollkommen heterogenen Ausprägungen ermitteln. Jedoch ermöglichte die Methode einer Ermittlung einheitlicher Tendenzen, sprich der Gemeinsamkeiten.

Auch bei der Erstellung verschiedener Gründer-Typen stellte die Ermittlung homogener Gruppen eine Schwierigkeit aufgrund unterschiedlicher Persönlichkeitsmerkmalen dar. Daher wäre es von Interesse, ob bei einer größeren Zielgruppe, eine eindeutige Clusterbildung ermöglichen würde. Bei einer diesbezüglichen Durchführung wäre es jedoch zu empfehlen, die Zielgruppe lediglich auf fünf Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells zu untersuchen. Durch die geringere Anzahl der Gruppierungskriterien steigt die Wahrscheinlichkeit der Ermittlung homogener Gruppen.

Da das Thema Persönlichkeit von Gründern eine große Relevanz besitzt, wären weitere Untersuchungen dazu wünschenswert. Um weiterführende Ergebnisse zu erhalten, wären Untersuchungen mit einer größeren Stichprobe denkbar, aber im Rahmen einer Bachelorarbeit wohl nicht realisierbar.

Literaturverzeichnis

- Abel-Koch, J.. 2015. [Online] 27. 01 2015. [Zitat vom: 10. 01 2016.] Gründungsfreudige Akademiker setzen auf Geschäftsideen aus der Berufspraxis.
<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzerntemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-Nr.-80-Januar-2015.pdf>. 80.
- Abel-Koch, J.. 2015. Fokus Wirtschaft. [Online] 27. 01 2015. [Zitat vom: 14. 01 2016.] Nr. 80. Gründungsfreudige Akademiker setzen auf Geschäftsideen aus der Berufspraxis.
<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzerntemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-Nr.-80-Januar-2015.pdf>.
- Albers, S. 1996. Dezentralisierte Führung von Unternehmen mit Hilfe eines Internen Beteiligungsmarktes. DBW. 1996, Bd. 56, 3, S. 305-317.
- Alberts, S., et al. 2009. Methodik der empirischen Forschung. 3. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden : Gabler, 2009.
- Amit, R., Glosten, L. und Müller, E. 1993. Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. Journal of Management Studies. 1993, Bd. 30, S. 815-833.
- Aulinger, A.. 2003. Entrepreneurship - Selbstverständnis und Perspektiven einer Forschungsdisziplin. Schriftreihe am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Betriebliche Umweltpolitik - Prof. Dr. Reinhard Pfriem. 01 2003.
- Bacher, Johann, Pöge, Andreas und Wenzig, Knut. 2010. Clusteranalyse - Anwendungsorientierte Einführung in Klassifikationsverfahren. 3. Auflage. München : Oldenbourg, 2010.
- Barth, S. 1995. Existenzgründer in den neuen Bundesländern – Psychologische Dimensionen und wirtschaftlicher Erfolg. Wiesbaden : s.n., 1995.
- Baum, J. R. und Locke, E. A. 2004. The Relationship os Entrepreneurial Traits, Skills, and Motivation to Subsequent Venture Growth. Journal of Applied Psychology. 2004, Bd. 89, 4, S. 587-598. Copyright by the American Psychological Association.
- Bellu, R.R. 1993. Task Role Motivation and Attributional Style as Predictors of Entrepreneurlai Performance - Fernale Sampie Findings. Entrepreneurship and Regional Development. 10 1993, Bd. 5, 4, S. 331-344.
- Big Five Modell. [Online] [Zitat vom: 21. 03 2016.] <http://www.big-five-modell.de/big-five-persoenlichkeitsmodell>.
- Bijedic, T. Entwicklung unternehmerischer Persönlichkeit im Rahmen einer Entrepreneurship Education. Didaktische Ler-Lern-Konzeption und empirische Analyse fü die Sekundarstufe II. München : Rainer Hampp Verlag. S. 455. Bd. 4.
- Birch, D. L. 1979. The Job Generation Process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change. 1979.
- Blum, U. und Leibbrand, F. 2001. Entrepreneurship und Unternehmertum - Denkstrukturen für eine neue Zeit. 1. Auflage. Wiesbaden : Gabler, 2001.

- Bosnjak, Tuten und Bandilla. 2001. [Online] 2001.
- Brendl, E. 1978. Wie man Innovationschancen nutzt. Wiesbaden : s.n., 1978.
- Brewer, A. 1992. Richard Cantillon - Pioneer of Economic Theory. New York : Routledge, 1992.
- Brixy, U., et al. 2011. Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich - Länderbericht Deutschland 2010. [Online] 04 2011. [Zitat vom: 12. 01 2016.] <http://doku.iab.de/grauepap/2011/gem2010.pdf>.
- Brixy, U., Sternberg, R. und Vorderwülbecke, A. 2012. Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich - Länderbericht Deutschland 2011. [Online] 05 2012. [Zitat vom: 12. 01 2016.] http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2011/gem2011.pdf.
- Brixy, U., Sternberg, R. und Vorderwülbecke, A. 2013. [Online] 04 2013. [Zitat vom: 15. 01 2016.] Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich - Länderbericht Deutschland 2012. http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2012/gem2012.pdf.
- Brixy, U., Sternerrg, R. und Vorderwülbecke, A. 2014. Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im Vergleich - Länderbericht Deutschland 2013. [Online] 05 2014. [Zitat vom: 12. 01 2016.] http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2013/gem2013.pdf.
- Brockhaus, R.H. 1980. Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. AoMJ. 1980, Bd. 23, 3, S. 509-520.
- Brosius, F. 2013. SPSS 21. Heidelberg, u.a. : mitp, 2013.
- Brüderl, J., Preisendörfer, P. und Baumann, A. 1991. Determinanten der Überlebenschancen neugegründeter Kleinbetriebe. Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. 1991, S. 91-100.
- Bruederl, J. 2004. Vorlesung: Multivariate Analyseverfahren. [Online] 10 2004. [Zitat vom: 10. 03 2016.] <http://www.sowi.uni-mannheim.de/lessm/veranst/MultiVorlesung.pdf>.
- Bruyat, C. und Julien, P.-A. 2001. Defining the field of research in entrepreneurship. Journal of Business Venturing. 2001, Bd. 16, 2, S. 165-180.
- Buehner, M. 2011. Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. 3. aktualisierte Auflage. Muenchen : Pearson Studium, 2011.
- Bühl, A. 2008. SPSS 16 - Eine Einführung in die moderne Datenanalyse. 11. aktualisierte Auflage. München : Pearson Studium, 2008.
- Bull, I. und Willard, G.E. 1993. Towards a Theory of Entrepreneurship. Journal of Business Venturing. 1993, Bd. 8, S. 183-193.

- Busenitz, L.W. I Barney, J.B. 1997. Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations - Biases and Heuristics in Strategic Decisionmaking. *Journal of Business Venturing*. 1997, Bd. 12, 1, S. 9-30.
- Business Dictionary. [Online] [Zitat vom: 20. 03 2016.] <http://www.businessdictionary.com/definition/Generation-Y.html>.
- Bygrave, W.D. und Hofer, C.W. 1991. Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 1991, Bd. 16, S. 13-22.
- bynary GmbH. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <http://bynary.de/services/>.
- Carland, J. W., et al. 1984. Differentiating small business owners from entrepreneurs. *Academy of Management Review*. 1984, Bd. 9, S. 354–359.
- Caspar, F. 2014. Operante Konditionierungstherapien. [Buchverf.] M. A. Wirtz. *Dorsch-Lexikon der Psychologie*. 17. Auflage. Bern : Verlag Hans Huber, Hogrefe, 2014.
- Casson, M. 1982. *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford : s.n., 1982.
- Cattell, R.B. und Kline, P. 1977. *The scientific analysis of personality and motivation*. New York : Academic Press, 1977.
- Cetindamar, D. und Fis, A. M. 2007. Schumpeter`s twins: Entrepreneur and intrapreneur. [Hrsg.] E. G. Carayannis und C. Ziemnowicz. *Rediscovering Schumpeter: Creative Destruction Evolving into "Mode 3"*. Hampshire : s.n., 2007, S. 199-218.
- Characteristics of Successful Entrepreneurs. Hornaday, J.A. und Aboud, J. 1971. 1971, *Personnel Psychology*, Bd. 24, S. 141-153.
- Chen, C. C., Greene, P. G. und Crick, A. 1998. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*. 1998, Bd. 13, S. 295–316.
- Coenenberg, A. G., Baum, H.-G. und Günther, E. 1999. *Betriebliche Umweltökonomie in Fällen - Band II - Umweltmanagement und ökologieorientierte Instrumente*. München/Wien : s.n., 1999.
- Collins, J.C. I Porras, J.I. 1995b. *Visionary Companies - Visionen im Management*. München : s.n., 1995b.
- Cope, J. 2005. Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005, Bd. 29, 4, S. 373–397.
- Crant, J. M. 1996. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*. 1996, Bd. 34, S. 42– 49.
- Creifelds, C. 2011. *Rechtswörterbuch*. München : Beck, 2011.
- Cunningham, J.B. und Lischeron, J. 1991. Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*. 1991, Bd. 29, S. 45-61.
- DENAVA GmbH. [Online] [Zitat vom: 18. 03 2016.] <https://denava.de>.

- Diaz-Bone, R. 2015. Methoden-Lexikon für die Sozialwissenschaften. [Hrsg.] Weischer Christoph. Wiesbaden : Springer VS, 2015.
- Dickinson und Zellinger. 1980. 1980.
- Dorsch - Lexikon der Psychologie. PEN-Modell. PEN-Modell. [Online] [Zitat vom: 17. 03 2016.] <https://portal.hogrefe.com/dorsch/pen-modell>.
- Dorsch. Faktorenanalyse, exploratorische. Lexikon der Psychologie.
- Dorsch-Lexikon der Psychologie. 2014. [Hrsg.] Markus Antonius Wirtz. 17. Auflage. Bern : Verlag Hans Huber, 2014.
- Dr. Satow, L. 2012. Big-Five-Persönlichkeitstest (B5T): Test- und Skalendokumentation . [Online] 2012. [Zitat vom: 20. 11 2015.] <http://www.drsatow.d> .
- Drucker, P.R. 1992. The New Venture. [Hrsg.] W.A. Shalman und H.H. Stevenson. The Entrepreneurial Venture. 1992.
- Drucker, P.R.. 1985. Innovations-Management für Wirtschaft und Politik. Düsseldorf, Wien : s.n., 1985.
- Duden. 2016. Multivariat. [Online] 20. 03 2016. Link: <http://www.duden.de/rechtschreibung/multivariat> .
- Etter, Ch.. 2003. Nachgründungsdynamik neugegründeter Unternehmen in Berlin im interregionalen Vergleich. [Dissertation]. 2003. FU Berlin.
- EY. 2015. Megatrends 2015 - Making sense of a world in motion. [Online] 2015. [Zitat vom: 06. 12 2015.] S.15. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/\\$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf).
- Fallgatter, M. J. 2007. Junge Unternehmen, Charakteristika, Potentiale, Dynamik. Stuttgart : s.n., 2007.
- Fallgatter, M. 2002. Theorie des 'Entrepreneurship' – Perspektiven zur Erforschung der Entstehung und Entwicklung junger Unternehmungen. Wiesbaden : s.n., 2002.
- Filion, L. J. 1990. Vision and Relations - Elements for an Entrepreneurial Metamodel. Frontiers of Entrepreneurship Research . 04-06. 04 1990.
- Fissini, H.-J. 1998. Persönlichkeitspsychologie - Ein Theorieüberblick. 4. überarbeitete Auflage. Göttingen : Hegrefe Verlag, 1998.
- Frese, M., et al. 2007. Business owners'action planning and its relationship to business success in three African countries. Journal of Applied Psychology. 2007, Bd. 92, S. 1481-1498.
- Frey, B.S. I Osterloh, M. 1997. Sanktionen oder Seelenmassage? Motivationale Grundlagen der Unternehmensführung. Bild der Wissenschaft. 1997, Bd. 57, 3, S. 307-321.

- Friedman, H. S. und Schustack, M. W. 2004. Persönlichkeitspsychologie und Differentielle Psychologie. 2. aktualisierte Auflage. s.l. : Pearson Education GmbH Germany, 2004.
- Fritsch, M. und Niese, M. 1999. Identifikation von Betriebsgründungen und -schließungen aus der amtlichen Statistik des Bergbaus und Verarbeitenden Gewerbes. [Hrsg.] Statistisches Bundesamt. Möglichkeiten einer wissenschaftlichen Nutzung von Unternehmensdaten aus der amtlichen Statistik. 1999, Bd. 14, S. 78-96.
- Fromm, S. 2012. Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 2: Multivariate Verfahren für Querschnittsdaten. 2. Auflage. Wiesbaden : Springer VS, 2012.
- Früherkennung des Erfolgs von Gründungsunternehmen - Eine Expertenumfrage. Schenk, R. 1999. [Hrsg.] Klaus Moser, Batinic Bernard und et al. Göttingen : s.n., 1999, Unternehmerisch erfolgreiches Handeln, S. 43-52.
- Fueglistaller, U., et al. 2016. Entrepreneurship - Modelle - Umsetzung - Perspektiven - Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 4. Auflage. Wiesbaden : SpringerGabler, 2016.
- Gabler Wirtschaftslexikon. [Online] [Zitat vom: 21. 03 2016.] Multivariate Analysemethoden. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/multivariate-analysemethoden.html>.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Chi-Quadrat-Test. [Online] [Zitat vom: 27. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/chi-quadrat-test.html>.
- Gabler, Wirtschaftslexikon. [Online] [Zitat vom: 25. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/repraesentativerhebung.html>.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Konfidenzintervall. [Online] [Zitat vom: 28. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de//Definition/konfidenzintervall.html?referenceKey wordName=Mutungsintervall>.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Multivariate Methoden. [Online] [Zitat vom: 28. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/multivariate-analysemethoden.html>.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Psychologische Testverfahren. [Online] [Zitat vom: 25. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/psychologische-testverfahren.html>.
- Gabler Wirtschaftslexikon. Univariate Analysemethoden. [Online] [Zitat vom: 20. 03 2016.] <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/univariate-analysemethoden.html>.
- Gertheiss, J. 2009. LMU. Cluster-Analyse - Vorlesung Statistik IV für Studierende mit dem Nebenfach Statistik. [Online] 2009. [Zitat vom: 21. 03 2016.] Institut für Statistik - LMU München. <http://www.statistik.lmu.de/~petry/Lehre/SoSe09/CA2.pdf>.
- Gielnik, M. M., Frese, M., Graf, J. M., & Kampschulte, A. 2012. Creativity in the opportunity identification process and the moderating effect of diverse information. Journal of Business Venturing. 2012, Bd. 27, S. 559-576.

- Goebel, P. 1991. Kreativität und kreative Persönlichkeiten- eine Untersuchung über erfolgreiche Unternehmensgründer. Psychosomatische Medizin und Psychologie. 1991, Bd. 37, S. 146-154.
- Greenberger, D. B., & Sexton, D. L. 1988. An interactive model of new venture initiation. Journal of Small Business Management. 1988, Bd. 26, S. 1–7.
- Gründerwerkstatt. [Online] [Zitat vom: 25. 03 2016.]
<https://deutschland.gruendungswerkstatt-deutschland.de/content/KfW-Gruendungsmonitor;jsessionid=F82C5B3533C13FDCE96F4AFD42EAF323>.
- Gutenberg, E. 1983. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre: Die Produktion. s.l. : Springer, 1983. S. 521. Bd. 1.
- Habeck, A. 2011. Das wiederholte Umtimatumspiel mit fixen Gegnern - Multivariate Untersuchung und Verhaltensmodellierungen. [Hrsg.] Hagen Lindstädt. Schriften zu MANAGEMENT, ORGANISATION UND INFORMATION. 2011, Bd. 31.
- Haid und Dirk. 2004. Corporate Entrepreneurship im strategischen Management - Ansatz zur Implementierung des Unternehmertums im Unternehmen. [Hrsg.] Deutscher Universitätsverlag. Wiesbaden : Gabler Verlag | Springer Fachmedien, 2004.
- Haid, D. 2004. Corporate Entrepreneurship im strategischen Management: Ansatz zur Implementierung des Unternehmertums im Unternehmen. Bayreuth : Deutscher Universitäts-Verlag, 2004.
- Henzeler, H. A. 2013. Start-up Bayern - Unternehmensgründungen - Fakten, Analysen, Handlungsempfehlungen - bschlussbericht der Expertengruppe. [Online] 2013. [Zitat vom: 19. 03 2016.]
http://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwivt/Publikationen/2013/13-09-18_Start-up-Bayern-Endfassung.pdf.
- Hering, Th. und Vincenti, A. J.F. 2005. Unternehmensgründung. München/Wien : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005. S. 340.
- Herr, Ch. 2007. Nicht-lineare Wirkungsbeziehungen von Erfolgsfaktoren der Unternehmensgründung. [Hrsg.] Malte Brettel, et al. 1. Auflage. Wiesbaden : Deutscher Universitäts-Verlag/ GWV Fachverlage GmbH, 2007.
- Hisrich, R.D. und Peters, M.P. 1989. Entrepreneurship - Starting, Developing and Managing a New Enterprise. Homewood : s.n., 1989.
- Hommn. [Online] [Zitat vom: 16. 03 2016.] <http://www.hoomn.com>.
- Hossiep. 2014). Fünf-Faktoren-Modell. [Buchverf.] M. A. Wirtz. Dorsch-Lexikon der Psychologie. 17. Auflage. Bern : Verlag Hans Huber, Hogrefe, 2014), S. 621.
- Huber, Th. und Rauch, Ch.. 2013. Generation Y - Das Selbstverständnis der Manager von morgen. [Online] 2013. [Zitat vom: 12. 01 2016.]
https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf.

- Hummel, H.J., Jagodzinski, W. und Langeheine, R. 1986. Techniken der empirischen Sozialforschung - Kausalanalyse. München : Oldenbourg, 1986.
- IBM. IBM Knowledge Center. [Online] [Zitat vom: 25. 03 2016.]
http://www.ibm.com/support/knowledgecenter/?lang=de#!/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.help/spss/advanced/idh_plum.htm.
- IBM Knowledge Center: Ordinal Regression. [Online] [Zitat vom: 28. 03 2016.]
http://www.ibm.com/support/knowledgecenter#!/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.cs/spss/tutorials/plum_germcr_parallel.htm%23plum_germcr_parallel.
- IBM Knowledge Center. [Online] [Zitat vom: 27. 03 2016.]
http://127.0.0.1:52950/help/index.jsp?topic=%2Fcom.ibm.spss.statistics.help%2Fspss%2Fregression%2Fidh_nlre.htm.
- Immobilien, HIDIR. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.]
<http://www.hidir.de/de/unternehmen/>.
- Institute for Digital Research and Education . [Online] [Zitat vom: 28. 03 2016.]
<http://www.ats.ucla.edu/stat/spss/output/ologit.htm>.
- Janssen und Laatz. Das Modell der ordinalen Regression. Universität Hamburg. [Online] [Zitat vom: 27. 03 2016.] https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sozialoekonomie/spss-buch/Ergaenzungen/Ordinale_Regression.pdf.
- John, P. C. 2005. Persönlichkeitstheorien. 5. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. München : Ernst Reinhardt GmbH & Co.KG, 2005.
- Kailer, N. und Weiß, G. 2014. Gründermanagement kompakt - Von der Idee zum Businessplan. 5. erweiterte Auflage. Wien : Linde Verlag, 2014.
- Kelly, G.A. 1986. Die Psychologie der persönlichen Konstrukte. Paderborn : s.n., 1986.
- Kirzner, I.M. 1978. Wettbewerb und Unternehmertum. Tübingen : s.n., 1978.
- Klandt, H. 1984. Aktivität und Erfolg des Unternehmensgründers: Eine empirische Analyse unter Einbeziehung des mikrosozialen Umfeldes. Gladbach : s.n., 1984.
- Koetz, E. 2006. Persönlichkeitsstile und unternehmerischer Erfolg von Existenzgründern. [Dissertation]. Osnabrück : s.n., 2006. Universität Osnabrück.
- Krosnick. 1999. 1999.
- Kubinger, K. D und Holocher-Ertl, S. 2012. Fallbuch AID - Das Adaptive Intelligenz Diagnostikum in der Praxis. Bern, u.a. : Hogrefe, 2012.
- Kuhl. PSI-Theorie. [Online] [Zitat vom: 17. 03 2016.] <http://www.psi-theorie.com/downloads/>.
- Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH). 2002. Gründungsforschung im NRW-Handwerk - Unternehmerpersönlichkeit und

- Gründungserfolg - Eine empirische Untersuchung im Lichte des Unternehmer-Check. Dortmund : s.n., 2002.
- Lang-von Wins, Th. 2004. Der Unternehmer - Arbeits- und organisationspsychologische Grundlagen . München : Springer Verlag, 2004.
- Lienert. 1969. 1969.
- Loerwald, Dirk, Wiesweg, Maik und Zoerner. 2008. Ökonomik und Gesellschaft - Festschrift für Gerd-Jan Krol. 1. Auflage. Wiesbaden : VS Research, 2008.
- Low, M.B. und MacMillan, I.C. 1988. Entrepreneurship - Past Research and Future Challenges. Journal of Management. 1988, Bd. 14, 2, S. 139-161.
- mable. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <http://mableonline.com>.
- MacCann, C., Ziegler, M. und Roberts, R.D. Faking: Knowns, unknowns, and points of contention. New perspectives on faking in personality assessment. S. 3-16.
- Maltby, J., Day, Liz und Macaskill, A.. 2011. Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz. 2. aktualisierte Auflage. München : Pearson Studium, 2011.
- McClelland, D.C. 1966. Die Leistungsgesellschaft - Psychologische Analyse der Voraussetzungen wirtschaftlicher Entwicklung. Stuttgart : s.n., 1966.
- McClelland, D. C. 1961. The achieving society. [Hrsg.] D. Van Nostrand. Princeton, NJ : s.n., 1961. S. 532 pages.
- McCrae, R. R. 1987. Creativity, divergent thinking, and openness to experience. Journal of Personality and Social Psychology. 1987.
- McKinsey Berlin. 2013. Berlin gründet - Fünf Initiativen für die Start-up-Metropole Europas. [Online] 10 2013. [Zitat vom: 08. 12 2015.] https://www.mckinsey.de/sites/mck_files/files/berlin_gruendet_broschuere.pdf.
- Metz, N. 2009. Weibliches Unternehmertum in der Informations- und Kommunikationstechnologie. [Dissertation]. Frankfurt a. Main : Perter Lang, 2009.
- Metzger, G. 2015. KfW-Gruendungsmonitor 2015. [Online] 05 2015. [Zitat vom: 06. 12 2015.] <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gründungsmonitor/Gründungsmonitor-2015.pdf>.
- Miner, J. B. 1977. A psychological typology of successful entrepreneurs. Westport : Quorum Books, 1977.
- Möckel, C. 2004. Existenzgründung als Weg aus der Beschäftigungskrise. [Dissertation]. s.l. : Gabler Edition Wissenschaft/ Deutscher Universitätsverlag, 2004. Technische Universität Dresden.
- Moosbrugger, H. und Kelava, A. 2012. Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. 2. Auflage. Heidelberg : Springer-Verlag GmbH, 2012.

- Müller, G. F. 2007b. Fragebogen zur Analyse unternehmerischer Potentiale (F- DUP). Landau : s.n., 2007b.
- Müller-Böling, D. und Klandt, H. 1993 a. [Hrsg.] Oskar Grün Jürgen Hauschildt. Stuttgart : Schäffer-Poeschel Verlag, 1993 a. Unternehmensgründung -Ergebnisse empirischer betriebswirtschaftlicher Forschung - Zu einer Realtheorie der Unternehmung.
- Nerdinger, F.W. 1999. [Hrsg.] L.v. I Lang-von Wins, T. Rosenstiel. Existenzgründung und Unternehmertum. 1999, S. 3-21. Perspektiven der Erforschung des Unternehmertums.
- Nerlinger, F.W. 1995. Motivation und Handeln in Organisationen - Eine Einführung. Stuttgart u.a. : s.n., 1995.
- Nerlinger, E. 1998. Standorte und Entwicklung junger innovativer Unternehmen - Empirische Ergebnisse für West- Deutschland. ZEW Wirtschaftsanalysen. 1998, Bd. 27.
- Öcherbox. [Online] [Zitat vom: 18. 03 2016.] <https://www.oecherbox.de>.
- Onpulsion - Wirtschaftslexikon. [Online] [Zitat vom: 11. 01 2016.] <http://www.onpulsion.de/lexikon/generation-y/>.
- Picot, A., Laub, U.-D. und Schneider, D. 1989. Innovative Unternehmensgründungen: Eine ökonomisch-empirische Analyse. Berlin u.a. : s.n., 1989.
- Pinchot, G. 1988. Intrapreneuring: Mitarbeiter als Unternehmer. Wiesbaden : Gabler Verlag, 1988. S. 400.
- Piorkowsky, M.-B. 1999. 1999.
- Pons-Online Woerterbuch. [Online] [Zitat vom: 12. 03 2016.] <http://de.pons.com>.
- Prof. Dr. Rispa, Sven und Tröger, Steffen. 2015. Deutscher Startup Monitor. [Online] 2015. [Zitat vom: 06. 12 2015.] http://deutscherstartupmonitor.de/fileadmin/dsm/dsm-15/studie_dsm_2015.pdf.
- Proxation GmbH. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <https://proxation.de/Webdesign-Webentwicklung-muenchen.php>.
- Psychomeda - Lexikon für Psychologie. [Online] [Zitat vom: 15. 02 2016.] <http://www.psychomeda.de/lexikon/persoenlichkeit.html>.
- Rauch, A. und Frese, M. 1998. Was wissen wir über die Psychologie erfolgreichen Unternehmertums? - Ein Literaturüberblick. [Buchverf.] M. Frese. Erfolgreiche Unternehmensgründer: Psychologische Analysen und praktische Anleitungen für Unternehmer in Ost- und Westdeutschland. Göttingen u.a. : s.n., 1998, S. 5-34.
- Raynolds, P.D. und Hay, M., Camp, M. 1999. Global Entrepreneurship Monitor. Kansas City : s.n., 1999.
- Redlich, F. 1964. Der Unternehmer. Göttingen : s.n., 1964.

- Reinecke, J. 2014. Strukturgleichungsmodelle in den Sozialwissenschaften. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. München : Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2014.
- Reiss, S. 2008. The Normal Personality: A New Way of Thinking about People. Cambridge University Press. 2008.
- Rese, A. 2003. Organisationsverständnis von Unternehmensgründungen. [Dissertation]. Karlsruhe : Deutscher Universitäts-Verlag, 2003. Universität Karlsruhe.
- Research about Living Entrepreneurs. Hornaday, J.A. 1982. [Hrsg.] C.A. Kent, D.L. Sexton und K.H. Vesper. Englewood Cliffs, NY : s.n., 1982, Encyclopedia of Entrepreneurship.
- Ripsas, S. 1997. Entrepreneurship als ökonomischer Prozeß - Perspektiven zur Förderung unternehmerischen Handelns. [Hrsg.] Deutscher Universitätsverlag. Wiesbaden : Gabler Verlag | Springer Fachmedien, 1997.
- Rispa, S. und Tröger, S. 2015. 3. DSM - Deutscher Startup Monitor. [Hrsg.] KPMG in Deutschland. 2015.
- Rost, J. 2004. Lehrbuch Testtheorie - Testkonstruktion. Zweite überarbeitete und erweiterte Auflage. Bern : Verlag Hans Huber, 2004.
- Rotter, J. 1966. Psychological Monographs. 1966, Bd. 80, 1, S. 1-28. Generalized Expectancies for Internals Versus External Control of Reinforcement.
- Salewski, Ch. und Renner, B. 2009. Differentielle und Persönlichkeitspsychologie. München : Ernst Reinhard GmbH & Co. KG, 2009.
- Saßmannshausen, S. P. 2012. Entrepreneurship-Forschung: Fach oder Modetrend? - Evolutorisch-wissenschaftssystemtheoretische und bibliometrisch-empirische Analysen. [Hrsg.] Heinz Klandt, et al. Reihe: FGF Entrepreneurship-Research Monographien. [Dissertation]. Köln : JOSEF EUL Verlag GmbH, 07 2012. Bd. Band 71. Bergische Universität Wuppertal.
- Satow, L. 2012. Big-Five-Persönlichkeitstest (B5T): Test- und Skalendokumentation. [Online] 2012. [Zitat vom: 20. 11 2015.] <http://www.drsatow.d>.
- Schäfer, S. 1995. Erfolgsfaktoren von deutschen Lebensversicherungsunternehmen. [Dissertation]. 1995. Ludwig-Maximilian-Universität München.
- Schels, H. Verband Deutscher Städtestatistiker. [Online] [Zitat vom: 12. 03 2016.] http://www.staedtestatistik.de/fileadmin/vdst/ag-methodik/Leitfaeden/2008_AGMethodik_LeitfadenClusteranalyse_Teil4.pdf.
- Schendera, Ch. 2014. Regressionsanalyse mit SPSS. 2. korrigierte und aktualisierte Auflage. München : Oldenbourg, 2014.
- Schenk, R. 1998. Beurteilungen von Unternehmenserfolg. [Buchverf.] M. Frese. Erfolgreiche Unternehmensgründer. Göttingen : s.n., 1998, S. 59-82.

- Schmidt-Sudhoff, U. 1967. Unternehmerziele und unternehmerisches Zielsystem - Schriftreihe Betriebswirtschaftliche Beiträge. [Hrsg.] H. Münstermann. Wiesbaden : Betriebswirtschaftlicher Verlag Dt. Th. Gabler, 1967.
- Schmitt, M. und Altstötter-Gleich, Ch.. 2010. Differentielle Psychologie und Persönlichkeitspsychologie. 1. Auflage. Basel : Beltz Verlag, 2010.
- Schnell. 1997. [Online] 1997.
- Schnell, Hill und Esser. 1993. [Online] 1993.
- Schumpeter, J.A. 1911. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. [Übers.] Redvers Opie (2008). New Brunswick/ London : s.n., 1911.
- Schumpeter, J. A. 1932. Entwicklung. 1932. Special Collections and Archives, SPE XMS Lederer, Box 1, 82.1.
- Schumpeter, J.A. 1952. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Berlin : s.n., 1952.
- SCHÜSCHU GmbH. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <https://www.schueschu.com>.
- Schwarz, S. 2013. Social Entrepreneurship Projekte - Unternehmerische Konzepte als innovativer Beitrag zur Gestaltung einer sozialen gesellschaft. [Dissertation]. Köln : Springer VS, 01 3013.
- Seyran, I. 2008. Der "Direktvertriebler" - Berufsanforderungen und -bewältigungen bei selbständigen Handelsvertretern im Direktvertrieb - aus Sicht der Betroffenen. [Dissertation]. 2008.
- Shane, S. 2003. A General Theory of Entrepreneurship - The individual-opportunity Nexus. Massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc., 2003.
- Shoemates. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <http://www.shoemates.de/shoemates/ueber-shoemates/>.
- Siemer, S. 1991. Diversifizieren mit Venture Management - Effizienz und praktische Anwendung von Venture Einheiten zur Erschließung neuer Geschäftsfelder. Berlin : s.n., 1991.
- SNACC IT GmbH. [Online] [Zitat vom: 07. 03 2016.] <http://www.comconsult.de/leistungen/>.
- Staehe, W.H. 1999. Management - eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. München : s.n., 1999.
- Statista. Anteil ausgewählter App Sparten am Gesamtumsatz mit Apps seit 2008. [Online] [Zitat vom: 06. 12 2015.] <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/160761/umfrage/anteil-ausgewaehlter-app-sparten-am-gesamtumsatz-mit-apps-seit-2008/> .
- Statistisches Bundesamt. 2008. Klassifikation der Wirtschaftszweige. [Online] 12 2008. [Zitat vom: 08. 03 2015.]

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Verzeichnis/KlassifikationWZ08_3100100089004.pdf?__blob=publicationFile.

Stein, P. und Vollnhals, S. 2011. Grundlagen clusteranalytischer Verfahren. [Online] 01. 04 2011. Institut für Soziologie - Universität Duisburg-Essen. https://www.uni-due.de/imperia/md/content/soziologie/stein/skript_clusteranalyse_sose2011.pdf.

Steiner, G.. Strategic Factors in Business. New York : s.n.

Stemmler, G., et al. 2011. Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung. 7. vollständig überarbeitete Auflage. Stuttgart : Verlag W. Kohlhammer, 2011.

Sternberg, R., Vorderwühlbecke, A. und Brixy, U. 2015. Global Entrepreneurship Monitor 2014 - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich - Länderbericht 2014. [Online] 04 2015. [Zitat vom: 10. 01 2016.] <http://www.hochsprung.de/uploads/images/gem2014.pdf>.

Sternberg, R., Vorderwühlbecke, A. und Brixy, U. . 2013. Global Entrepreneurship Monitor - Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich - Länderbericht Deutschland 2012. [Online] 04 2013. [Zitat vom: 10. 01 2016.] http://www.wigeo.uni-hannover.de/fileadmin/wigeo/Geographie/Forschung/Wirtschaftsgeographie/Forschungsprojekte/laufende/GEM_2012/gem2012.pdf.

Süssmuth Dyckerhoff, C. 1995. Intrapreneuring - Ein Ansatz zur Vitalisierung reifer Gross-Unternehmen. Bern u.a. : s.n., 1995.

Szyperski, N. und Nathusius, K. 1977. Probleme der Unternehmensgründung. Göttingen : s.n., 1977.

Szyperski, N. und Nathusius, K.. 1999. Probleme der Unternehmensgründung - Eine betriebswirtschaftliche Analyse unternehmerischer Startbedingungen. 2. Auflage. Stuttgart : Josef Eul Verlag GmbH, 1999. S. 112.

Theorien der Persönlichkeit. Franke, G. H. 2008. 2008. WS 2008/2009. <http://www.franke-stendal.de/WS0809/Bachelor/Personlichkeitstheorien/GHF-B-Sc-10-PT-09-Kelly.pdf>.

Thome, T. 1998. Unternehmer im Unternehmen. Marburg : s.n., 1998.

Voll, L. K. 2008. Erfolgswirkung des Management-Stils - Eine dynamische Betrachtung von Wachstumsunternehmen. 1. Auflage [Hrsg.] Malte Brettel, et al. [Dissertation]. s.l. : Gabler Edition Wissenschaft, 2008. Reinische-Westfälische Technische Hochschule.

voluntry. [Online] [Zitat vom: 08. 03 2016.] <https://voluntry.com/en>.

Weber, H. und Rammsayer, Th.. 2005. Handbuch der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie. Göttingen : Hogrefe Verlag GmbH & Co.KG, 2005.

Weber, M. 1980. Wirtschaft und Gesellschaft - Grundriß einer verstehenden Soziologie. Tübingen : Mohr, 1980.

Weiß, K. 2010. Lernen in jungen, innovativen Unternehmen - Erfolgswirkung von Organisationalem Lernen und Lernpotentialen. 1. Auflage [Hrsg.] Malte Brettel, et

- al. [Dissertation]. s.l. : Gabler, GWV Fachverlage GmbH, 2010. Dissertation RWTH Aachen University.
- Wirtschaftslexikon 24. 2016. Hauptkomponentenanalyse. [Online] 24. 03 2016.
<http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/hauptkomponentenanalyse/hauptkomponentenanalyse.htm>.
- Wippler, A. 1998. Innovative Unternehmensgründungen in Deutschland und den USA. Wiesbaden : s.n., 1998.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E. und Griffin, R. W. 1993. Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*. 1993, Bd. 18, S. 293-321.
- Wossidlo, P.R. 1970. Unternehmenswirtschaftliche Reservierung - Eine realtheoretische und praxeologische Untersuchung,. Berlin : s.n., 1970.
- Zeit. CHE Ranking: Psychologie. [Online] [Zitat vom: 25. 03 2016.]
<http://ranking.zeit.de/che2015/de/fachinfo/32>.
- Zhao, H. und Seibert, S.E. 2006. The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of applied Psychology*. 2006, Bd. 91, 2, S. 259-271. copyright: American Psychological Association.
- Zimmer, D. 2001. Harvard Business Manager. Wenn Kreativität zu Innovationen führen soll. 2001, Bd. 23, 1, S. 42-56.

Eidstattliche Erklärung

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form bisher keiner anderen Prüfungsbehörde oder Prüfungskommission vorgelegen und wurde auch noch nicht veröffentlicht.

München, *Datum*

Unterschrift

Vorname(n) Name(n)