

Verfügen Gründerinnen und Gründer über besondere Persönlichkeitsmerkmale?

Was die psychologische Forschung über die Gründerpersönlichkeit weiß

Dr. Walter Lieberei

23.07.2026

1. Einleitung: Neue Chancen in turbulenten Zeiten und eine alte Frage

Wirtschaftlich turbulente Zeiten sind für viele Menschen zunächst eine Bedrohung. Unternehmen kündigen Personalabbau an, die Erwerbslosigkeit steigt, und etablierte Karrierewege wirken weniger sicher als noch vor wenigen Jahren. Doch dieselben Umbrüche schaffen auch neue Chancen. Märkte ordnen sich neu, digitale Technologien senken die Eintrittshürden in vielen Branchen, und Kundinnen und Kunden suchen nach neuen Lösungen. Genau in solchen Phasen entscheiden sich viele Menschen für den Schritt in die berufliche Selbständigkeit.

Die aktuellen Zahlen für Deutschland belegen das eindrucksvoll. Nach dem Gründungsmonitor der Kreditanstalt für Wiederaufbau, kurz KfW, ist die Zahl der Existenzgründungen im Jahr 2025 deutlich gestiegen. Rund 690.000 Menschen haben sich selbständig gemacht, nach 585.000 im Vorjahr. Die Gründungsintensität erhöhte sich von 115 auf 136 Gründungen je 10.000 Personen im erwerbsfähigen Alter. Auffällig ist dabei der Trend zum Nebenerwerb. Etwa 483.000 Gründungen und damit 70 Prozent erfolgten neben einer anderen Tätigkeit, während die Zahl der Vollerwerbsgründungen mit 206.000 nahezu stagnierte. Viele Menschen schaffen sich in unsicheren Zeiten also zunächst ein zweites Standbein. Zugleich wollen deutlich mehr Gründerinnen und Gründer eine konkrete Geschäftsidee ausprobieren als im Vorjahr. Die Gründerlandschaft wird außerdem jünger. Vier von zehn Gründungen stammen inzwischen von Personen unter 30 Jahren (Metzger, 2026).

Der Aufbruch hat allerdings eine Kehrseite. Viele Gründungen werden bereits nach wenigen Jahren wieder aufgegeben. Längsschnittdaten des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP), einer wiederholten repräsentativen Haushaltsbefragung in Deutschland, zeichnen ein ernüchterndes Bild. Von den Personen, die in einem bestimmten Jahr eine selbständige Tätigkeit aufgenommen haben, ist nach einem Jahr nur noch etwa die Hälfte selbständig tätig. Nach drei Jahren liegt der Anteil in vielen Gründungskohorten deutlich unter 30 Prozent. Etwas günstiger, aber ebenfalls begrenzt, fallen die Werte aus, wenn man breiter definierte Gründungen betrachtet. Danach sind fünf Jahre nach dem Start noch rund 60 Prozent der Existenzgründungen aktiv (Krause-Pilatus & Rinne, 2024).

Bemerkenswert ist, dass diese Abbrüche keineswegs immer wirtschaftlich erzwungen sind. Neben Finanzierungsproblemen und fehlender Nachfrage spielen häufig persönliche Gründe eine Rolle. Dazu gehören Überlastung, Zweifel an der eigenen Eignung, familiäre Belastungen oder die Erkenntnis, dass die selbständige Arbeitsform nicht zur eigenen Person passt. Auch bei den Gründungsplanungen zeigt sich dieses Muster. Viele Vorhaben scheitern nicht am Markt, sondern an Bedenken und Hemmnissen der planenden Person, etwa an der Angst vor sozialem Abstieg oder an Zweifeln über die eigenen Qualifikationen (Metzger, 2026).

Damit stellt sich eine Frage, die Wissenschaft und Praxis seit Jahrzehnten beschäftigt: Welche persönlichen Voraussetzungen benötigen Gründerinnen und Gründer? Gibt es psychologische Persönlichkeitsmerkmale, die eine erfolgreiche Gründung wahrscheinlicher machen? Und lassen sich diese Merkmale

zuverlässig messen, bevor viel Zeit, Geld und Lebensenergie investiert werden? Die Antwort der modernen Gründungspsychologie ist differenziert. Es gibt keinen einheitlichen Gründertyp, dem man entsprechen müsste. Es gibt aber ein gut erforschtes Bündel von Persönlichkeitsmerkmalen, das unternehmerisches Handeln nachweislich erleichtert. Dieser Artikel stellt den Forschungsstand vor. Er erläutert zunächst das handlungstheoretische Gründermodell von Michael Frese, das den Rahmen für die Persönlichkeitsforschung bildet. Anschließend beschreibt er die wichtigsten Persönlichkeitsmerkmale und ihre empirische Bewährung, ordnet sie den Phasen des Gründungsprozesses zu und stellt die bekanntesten psychometrischen Testverfahren vor. Ein Fazit mit Ausblick schließt den Artikel ab.

2. Das handlungstheoretische Gründermodell von Frese

2.1 Warum ein Handlungsmodell?

Der Arbeits- und Organisationspsychologe Michael Frese hat gemeinsam mit Andreas Rauch und weiteren Kolleginnen und Kollegen ein Rahmenmodell des unternehmerischen Erfolgs entwickelt, das die psychologische Gründungsforschung bis heute prägt. Es wird nach seinen Entstehungsorten auch als Gießen-Amsterdam-Modell bezeichnet und wurde von Frese in seiner Arbeit „Toward a psychology of entrepreneurship“ zu einer umfassenden Handlungstheorie des Unternehmertums ausgebaut (Frese, 2009; Rauch & Frese, 2007).

Der Ausgangspunkt des Modells ist eine einfache, aber folgenreiche Überlegung. Ein Unternehmen entsteht nicht durch Eigenschaften, sondern durch Handlungen. Jemand muss eine Geschäftsidee entwickeln, Kundinnen und Kunden ansprechen, Preise kalkulieren, Verträge abschließen und Rückschläge verarbeiten. Persönlichkeitsmerkmale sind in dieser Sichtweise sogenannte distale Faktoren. Distal bedeutet, dass sie vom Ergebnis weiter entfernt liegen. Sie wirken nicht direkt auf den Erfolg, sondern über das konkrete Handeln der gründenden Person. Das Handeln selbst ist der proximale, also der ergebnisnahe Faktor. Diese Unterscheidung erklärt, warum frühere Forschung, die Persönlichkeit direkt mit Unternehmenserfolg in Beziehung setzte, oft nur schwache Zusammenhänge fand. Der Weg von der Eigenschaft zum Erfolg führt über das Verhalten (Frese, 2009).

2.2 Die Bausteine des Rahmenmodells

Das Rahmenmodell verbindet vier Gruppen von Größen. Am Anfang stehen die Person und ihre Ressourcen. Dazu zählen zum einen Persönlichkeitsmerkmale wie Leistungsmotivation, Selbstwirksamkeit, Kontrollüberzeugung, Innovationsorientierung, Stresstoleranz, Risikobereitschaft, Leidenschaft für die Arbeit und eine proaktive Grundhaltung. Zum anderen gehört das Humankapital dazu, also Bildung, Berufserfahrung, kognitive Fähigkeiten und Fachwissen. Diese personalen Ressourcen beeinflussen das zweite Element, das aktive unternehmerische Handeln. Das aktive Handeln wirkt auf das dritte Element, den unternehmerischen Erfolg. Als viertes Element wirkt die Umwelt. Sie umfasst Branche, Wettbewerb, Konjunktur und nationale Rahmenbedingungen. Die Umwelt beeinflusst das Handeln, verändert aber auch die Stärke des Zusammenhangs zwischen Handeln und Erfolg. In einem feindlichen, komplexen und unsicheren Umfeld ist aktives Handeln wichtiger als in einem stabilen und freundlichen Umfeld. Umgekehrt wirkt der Erfolg auf die Person zurück, denn Erfolge und Misserfolge verändern Selbstvertrauen, Ziele und Strategien (Frese, 2009).

Was genau ist mit aktivem Handeln gemeint? Frese beschreibt es durch drei Kennzeichen. Aktives Handeln ist erstens selbststartend. Die Person wartet nicht auf Anweisungen oder auf den perfekten Moment, sondern beginnt aus eigenem Antrieb. Es ist zweitens proaktiv, also vorausschauend. Die Person denkt an künftige Chancen und Probleme, bevor diese eintreten. Es ist drittens beharrlich. Die Person setzt ihre Ziele auch gegen Hindernisse und Widerstände durch. Zu den konkreten Formen aktiven Handelns zählen aktive Ziele und Visionen, eine unternehmerische Orientierung, aktive Aufgabenstrategien

und Handlungsplanung, Experimentieren und Innovation, ein aktiver Aufbau von Netzwerken, aktives Einholen von Rückmeldungen, ein konstruktiver Umgang mit Fehlern und bewusstes, übendes Lernen (Frese, 2009).

2.3 Die Handlungssequenz

Die Handlungstheorie beschreibt zusätzlich, wie einzelne Handlungen ablaufen. Am Anfang steht die Zielbildung. Danach folgen die Informationssuche und die Bildung mentaler Modelle der Situation. Auf dieser Grundlage entstehen Pläne. Anschließend wird gehandelt, und die Person beobachtet die Wirkungen ihres Handelns. Rückmeldungen aus der Umwelt führen zu Lernen und Anpassung. Dieser Zyklus wiederholt sich ständig. Für Gründerinnen und Gründer bedeutet das: Sie müssen Ziele setzen, Informationen über Markt und Kundschaft sammeln, planen, umsetzen und aus Feedback lernen. Persönlichkeitsmerkmale bestimmen, wie leicht oder schwer einer Person die einzelnen Schritte fallen. Eine Person mit hoher Leistungsmotivation setzt sich anspruchsvollere Ziele. Eine offene Person sucht mehr und vielfältigere Informationen. Eine emotional stabile Person bleibt nach negativem Feedback handlungsfähig (Frese, 2009).

Zwei Elemente der Handlungstheorie verdienen besondere Beachtung, weil sie im Gründungsalltag oft unterschätzt werden. Das erste ist der Umgang mit Fehlern. Fehler sind unter Unsicherheit unvermeidlich, denn niemand kann einen neuen Markt vollständig vorhersehen. Entscheidend ist deshalb nicht die Vermeidung jedes Fehlers, sondern ein aktives Fehlermanagement. Damit ist gemeint, dass Fehler schnell erkannt, offen benannt, in ihren Folgen begrenzt und systematisch als Lernquelle genutzt werden. Das zweite Element ist das Verhältnis von Planung und Experiment. Detaillierte Planung ist effizient, wenn die Aufgabe gut verstanden ist. Unter hoher Unsicherheit sind dagegen kleine, kostengünstige Experimente oft informativer als lange Planungsphasen. Erfolgreiche Gründerinnen und Gründer wechseln flexibel zwischen beiden Modi. Sie planen so weit, wie ihr Wissen trägt, und prüfen ungesicherte Annahmen durch gezielte Versuche am Markt (Frese, 2009).

Das Modell hat eine ermutigende Konsequenz. Wenn Erfolg über das Handeln vermittelt wird, dann lässt sich Erfolg auch über das Handeln fördern. Genau das wurde experimentell geprüft. In einer randomisierten kontrollierten Feldstudie mit 100 Kleinunternehmerinnen und Kleinunternehmern in Uganda erhöhte ein dreitägiges Training der persönlichen Initiative das aktive unternehmerische Handeln. Die trainierte Gruppe war im Folgejahr messbar erfolgreicher als die Kontrollgruppe, und die Zunahme der persönlichen Initiative erklärte diesen Erfolgseffekt statistisch. Randomisiert bedeutet, dass die Teilnehmenden per Zufall der Trainings- oder der Kontrollgruppe zugeteilt wurden, wodurch Kausalaussagen möglich werden. Die Studie zeigt, dass unternehmerisch relevantes Verhalten trainierbar ist. Gründerpersönlichkeit ist damit nicht nur eine Frage der Auswahl, sondern auch eine Frage der Entwicklung (Glaub et al., 2014).

3. Persönlichkeitsmerkmale im Rahmenmodell: Was die Forschung zeigt

3.1 Breite und spezifische Merkmale

Bevor die Befunde dargestellt werden, ist eine begriffliche Unterscheidung wichtig. Die Persönlichkeitspsychologie beschreibt Menschen häufig mit fünf breiten Grunddimensionen, den sogenannten Big Five. Diese sind Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus. Neurotizismus bezeichnet die Neigung zu häufigen und intensiven negativen Gefühlen. Sein Gegenpol ist die emotionale Stabilität. Daneben untersucht die Gründungsforschung spezifische, auf unternehmerische Aufgaben zugeschnittene Merkmale. Dazu zählen unter anderem Leistungsmotivati-

on, Selbstwirksamkeit, internale Kontrollüberzeugung, Innovationsorientierung, Proaktivität, Autonomiestreben, Beharrlichkeit, Stresstoleranz und Risikobereitschaft.

Eine zentrale Erkenntnis der Metaanalyse von Rauch und Frese lautet, dass die Passung zwischen Merkmal und Aufgabe entscheidend ist. Eine Metaanalyse ist eine statistische Zusammenfassung vieler Einzelstudien zu einer Fragestellung. Merkmale, die inhaltlich auf unternehmerische Aufgaben zugeschnitten sind, sagten sowohl die Gründung als auch den Erfolg deutlich besser vorher als unspezifische Merkmale. Für die Gründung eines Unternehmens betrug die korrigierte durchschnittliche Korrelation der aufgabennahen Merkmale etwa 0,25, für die aufgabenfernen Merkmale dagegen nur etwa 0,12. Beim Unternehmenserfolg lagen die Werte bei etwa 0,25 gegenüber 0,03. Eine Korrelation beschreibt Richtung und Stärke eines statistischen Zusammenhangs und reicht von minus eins bis plus eins. Werte um 0,25 gelten in der Persönlichkeitsforschung als praktisch bedeutsam, lassen aber viel Raum für andere Einflussgrößen. Die höchsten Zusammenhänge mit Gründung und Erfolg zeigten generalisierte Selbstwirksamkeit, proaktive Persönlichkeit, Innovationsorientierung und Leistungsmotivation. Auch internale Kontrollüberzeugung und Stresstoleranz waren bedeutsam. Risikobereitschaft fiel dagegen schwächer aus als die übrigen Merkmale (Frese, 2009; Rauch & Frese, 2007).

3.2 Die Big Five im Vergleich: Gründende und Angestellte

Auch die breiten Grunddimensionen liefern ein aufschlussreiches Bild. Zhao und Seibert verglichen in einer Metaanalyse mit 23 unabhängigen Stichproben Unternehmerinnen und Unternehmer mit Managerinnen und Managern. Gründende waren im Mittel offener für Erfahrungen, gewissenhafter und emotional stabiler, dafür etwas weniger verträglich. Bei der Extraversion fand sich kein belastbarer Unterschied. Besonders interessant ist der Blick auf die Facetten der Gewissenhaftigkeit. Der Unterschied ging fast vollständig auf die Facette Leistungsstreben zurück, während sich die Facette Verlässlichkeit kaum unterschied. Gründende sind also nicht vor allem ordentlicher oder pflichtbewusster als andere Berufsgruppen, sondern leistungsorientierter (Zhao & Seibert, 2006).

Eine spätere Metaanalyse von Zhao, Seibert und Lumpkin trennte zwei Kriterien, nämlich die Gründungsabsicht und die spätere unternehmerische Leistung. Offenheit, Gewissenhaftigkeit, emotionale Stabilität und Extraversion hingen mit beiden Kriterien positiv zusammen, wenn auch jeweils in kleiner bis mittlerer Höhe. Verträglichkeit war für beide Kriterien praktisch bedeutungslos. Die Big Five gemeinsam erreichten eine multiple Korrelation von 0,36 mit der Gründungsabsicht und von 0,31 mit der Leistung. Ein Bündel von Merkmalen sagt also mehr aus als jedes einzelne Merkmal (Zhao et al., 2010).

Für Deutschland bestätigen Analysen auf Basis des Sozio-oekonomischen Panels dieses Bild und ergänzen es um eine wichtige Kontextinformation. Selbständige waren offener, extravertierter, risikobereiter und stärker von der eigenen Kontrolle über ihr Leben überzeugt als abhängig Beschäftigte. Für den Schritt in die Selbständigkeit erwiesen sich unter anderem Offenheit, Extraversion, emotionale Stabilität, Risikobereitschaft und internale Kontrollüberzeugung als bedeutsam. Diese Befunde gelten ausdrücklich nicht nur für wachstumsorientierte Unternehmensgründungen, sondern auch für Freiberuflerinnen, Freiberufler und Soloselbständige (Caliendo et al., 2011).

3.3 Sieben Kerndimensionen der unternehmerischen Persönlichkeit

Die aktuellste umfassende Zusammenschau stammt von Howard und Boudreaux. Ihre systematische Übersicht und Metaanalyse auf der Grundlage von 212 Quellen identifiziert sieben Kerndimensionen, die in der Forschung immer wieder mit unternehmerischen Ergebnissen verbunden sind. Es handelt sich um Innovationsorientierung, Risikobereitschaft, Leistungsmotivation, Proaktivität, internale Kontrollüberzeugung, Selbstwirksamkeit und Autonomiestreben. Diese sieben Dimensionen hängen untereinander mäßig zusammen und lassen sich statistisch zu einem übergeordneten Faktor der unternehmerischen Persönlichkeit bündeln. Die durchschnittlichen Zusammenhänge betrugen 0,31 mit unter-

nehmerischen Einstellungen, 0,30 mit Gründungsabsichten, 0,18 mit dem unternehmerischen Status und 0,23 mit der unternehmerischen Leistung. Das aggregierte Gesamtprofil hing mit der Leistung stärker zusammen als jede einzelne Dimension (Howard & Boudreaux, 2024).

Tabelle 1 fasst die zentralen Persönlichkeitsmerkmale, ihre Bedeutung und die Befundlage zusammen.

Tabelle 1: Zentrale Persönlichkeitsmerkmale der Gründungsforschung und ihre empirische Bewährung

Persönlichkeitsmerkmal	Was es bedeutet	Empirische Befundlage
Leistungsmotivation	Anspruchsvolle Ziele setzen und die eigene Leistung daran messen	Konsistent positiv für Gründung und Erfolg; einer der stärksten Einzelprädiktoren (Rauch & Frese, 2007; Zhao & Seibert, 2006)
Selbstwirksamkeit	Überzeugung, schwierige Anforderungen aus eigener Kraft bewältigen zu können	Höchste Zusammenhänge mit Gründung und Erfolg in der Metaanalyse (Rauch & Frese, 2007; Howard & Boudreaux, 2024)
Internale Kontrollüberzeugung	Erwartung, dass Ergebnisse vom eigenen Handeln abhängen und nicht von Zufall oder Mächtigen	Positiv für Eintritt in die Selbständigkeit und für den Erfolg (Caliendo et al., 2011; Rauch & Frese, 2007)
Innovationsorientierung	Neigung, neue Lösungen zu suchen, zu erproben und umzusetzen	Konsistent positiv; Gründende deutlich offener als Vergleichsgruppen (Rauch & Frese, 2007; Zhao & Seibert, 2006)
Proaktivität	Selbstinitiiertes, vorausschauendes Handeln ohne äußeren Druck	Positiv für Gründung und Erfolg; als persönliche Initiative nachweislich trainierbar (Glaub et al., 2014; Rauch & Frese, 2007)
Autonomiestreben	Wunsch, Entscheidungen selbst zu treffen und die eigene Arbeit zu gestalten	Wichtiges Motiv für Selbständigkeit; Kerndimension der unternehmerischen Persönlichkeit (Howard & Boudreaux, 2024)
Emotionale Stabilität	Fähigkeit, unter Druck ruhig zu bleiben und negative Gefühle zu regulieren	Gründende stabiler als Vergleichsgruppen; positiv für Absicht und Leistung (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2010)
Beharrlichkeit und Stresstoleranz	Ziele gegen Hindernisse weiterverfolgen und Belastungen aushalten	Positiv, besonders in der Umsetzungsphase (Hell & Gatzka, 2018; Rauch & Frese, 2007)
Risikobereitschaft	Bereitschaft, Entscheidungen mit ungewissem Ausgang zu treffen	Stark für Gründungsabsicht, schwach bis null für Erfolg; für den Fortbestand ist ein mittleres Niveau am günstigsten (Caliendo et al., 2011; Zhao et al., 2010)
Extraversion	Geselligkeit, Aktivität und positive Emotionalität	Kleine positive Zusammenhänge; kein Unterschied zu Führungskräften (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2010)
Verträglichkeit	Kooperationsbereitschaft, Vertrauen und Rücksicht	Praktisch kein Zusammenhang mit Absicht und Leistung; Gründende etwas weniger verträglich (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2010)

3.4 Die Antriebsmerkmale im Porträt: Leistungsmotivation, Selbstwirksamkeit, Proaktivität und Kontrollüberzeugung

Vier Merkmale bilden den motivationalen Motor der Gründerpersönlichkeit und gehören zu den am besten bestätigten Befunden der Forschung. Die Leistungsmotivation beschreibt die Neigung, sich anspruchsvolle Maßstäbe zu setzen und die eigene Arbeit daran zu messen. Sie wurde bereits in den Anfängen der Unternehmerforschung untersucht und hat sich über Jahrzehnte als robuster Prädiktor erwiesen. Leistungsmotivierte Menschen suchen Aufgaben mittlerer Schwierigkeit, bei denen der Erfolg

vom eigenen Können abhängt, und sie wollen Rückmeldung über ihre Fortschritte. Genau diese Konstellation bietet die Selbständigkeit in besonderem Maß, denn dort sind Ergebnisse unmittelbar dem eigenen Handeln zurechenbar (Rauch & Frese, 2007).

Die Selbstwirksamkeit ist die Überzeugung, schwierige Anforderungen durch eigenes Handeln bewältigen zu können. Sie zeigte in der Metaanalyse von Rauch und Frese die höchsten Zusammenhänge mit Gründung und Erfolg. Der Wirkmechanismus ist gut verstanden. Wer sich die Bewältigung zutraut, setzt sich höhere Ziele, strengt sich mehr an, hält länger durch und interpretiert Rückschläge als lösbare Aufgaben statt als Beleg eigener Unfähigkeit. Wichtig ist allerdings die Kalibrierung. Damit ist die Übereinstimmung zwischen dem eigenen Zutrauen und der tatsächlichen Leistungsfähigkeit gemeint. Überzogene Selbstwirksamkeit kann in Selbstüberschätzung münden, etwa wenn Marktrisiken kleingeredet oder Warnsignale ignoriert werden. Ein realistisch hohes Zutrauen, das sich regelmäßig an Fakten prüft, ist die günstigste Form (Rauch & Frese, 2007).

Die Proaktivität beschreibt eine Grundhaltung, die Handlungsbedarf erkennt, bevor Druck entsteht, und die Umwelt aktiv gestaltet, statt auf sie zu reagieren. Im Gründungskontext zeigt sie sich als persönliche Initiative, also als selbststartendes, vorausschauendes und beharrliches Verhalten. Dieses Merkmal ist doppelt bedeutsam. Es hängt korrelativ mit Gründung und Erfolg zusammen, und es ist das einzige Merkmal, für das ein experimenteller Kausalnachweis vorliegt. Das bereits beschriebene Training der persönlichen Initiative verbesserte den Unternehmenserfolg nachweislich (Glaub et al., 2014; Rauch & Frese, 2007).

Die internale Kontrollüberzeugung schließlich bezeichnet die Erwartung, dass Ergebnisse wesentlich vom eigenen Handeln abhängen und nicht von Zufall, Glück oder mächtigen Anderen. Sie unterstützt den Schritt vom Wunsch zur Tat, denn wer sich als wirksam erlebt, sucht nach beeinflussbaren Lösungen statt nach Ausreden. In den deutschen Paneldaten gehörte sie zu den Merkmalen, die Selbständige am deutlichsten von Angestellten unterschieden. Auch hier existiert eine Kehrseite. Eine extrem internale Sicht kann äußere Beschränkungen unterschätzen und Misserfolge vollständig personalisieren, was die psychische Belastung erhöht (Caliendo et al., 2011; Howard & Boudreaux, 2024).

3.5 Stabilität und Eigenständigkeit: Emotionale Stabilität und Autonomiestreben

Zwei weitere Merkmale prägen weniger den Antrieb als die Tragfähigkeit einer Selbständigkeit. Die emotionale Stabilität ist die Fähigkeit, unter Druck vergleichsweise ruhig zu bleiben und negative Gefühle zu regulieren. Sie bedeutet nicht, Angst oder Zweifel zu unterdrücken, denn solche Signale können auf reale Risiken hinweisen. Entscheidend ist, ob eine Person sie verarbeiten kann, ohne dauerhaft blockiert oder impulsiv zu werden. Gründende sind mit Einkommensschwankungen, Verantwortung und Ungewissheit konfrontiert, die Angestellte in dieser Form selten erleben. Es passt daher ins Bild, dass Gründende in den Metaanalysen im Mittel emotional stabiler waren als Vergleichsgruppen und dass Stabilität sowohl mit der Absicht als auch mit der Leistung positiv zusammenhing (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2010).

Das Autonomiestreben erklärt einen großen Teil der Anziehungskraft der Selbständigkeit. Es beschreibt den Wunsch, Entscheidungen selbst zu treffen, die eigene Zeit einzuteilen und die Arbeit nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. In den Motivbefragungen des Gründungsmonitors ist die Unabhängigkeit regelmäßig eines der wichtigsten Gründungsmotive, und in der Metaanalyse von Howard und Boudreaux zählt das Autonomiestreben zu den sieben Kerndimensionen. Für Freiberuflerinnen, Freiberufler und Freelancer ist dieses Merkmal oft das entscheidende, denn ihre Tätigkeitsform lebt von der selbstverantwortlichen Steuerung ohne Weisungen. Auch hier gilt jedoch das Prinzip der passenden Dosis. Selbständige bleiben von Kundschaft, Auftraggebern und Kooperationspartnern abhängig. Ein überzogenes Autonomiestreben kann Delegation, Beratung und Teamarbeit erschweren. Die reife Form ist selbstbe-

stimmte Verantwortungsübernahme bei erhaltener Kooperationsfähigkeit (Howard & Boudreaux, 2024; Metzger, 2026).

3.6 Der Sonderfall Risikobereitschaft

Kaum ein Merkmal wird in der öffentlichen Diskussion so überschätzt wie die Risikobereitschaft. Das populäre Bild der Gründerin oder des Gründers als furchtlose Draufgängernatur hält der Forschung nicht stand. Richtig ist, dass Risikobereitschaft den Eintritt in die Selbständigkeit erleichtert. In der Metaanalyse von Zhao, Seibert und Lumpkin zeigte sie mit der Gründungsabsicht einen beachtlichen Zusammenhang von 0,40. Mit der späteren unternehmerischen Leistung betrug der Zusammenhang jedoch minus 0,02 und lag damit praktisch bei null. Wer gerne Risiken eingeht, gründet also eher, führt sein Unternehmen deshalb aber nicht besser (Zhao et al., 2010).

Für den Fortbestand einer Selbständigkeit zeigen deutsche Längsschnittdaten sogar ein umgekehrt U-förmiges Muster. Sowohl sehr risikoscheue als auch sehr risikofreudige Selbständige gaben ihre Tätigkeit häufiger auf als Personen mit mittlerer Risikoneigung. Die günstigste Ausprägung ist demnach eine kalkulierte Risikobereitschaft. Sie verbindet die Fähigkeit zu handeln mit einer bewussten Begrenzung möglicher Verluste, etwa durch kleine Tests, gestufte Investitionen und finanzielle Reserven (Caliendo et al., 2011).

3.7 Was folgt daraus für angehende Selbständige?

Drei Botschaften lassen sich festhalten. Erstens gibt es ein empirisch gut gestütztes Bündel günstiger Merkmale. Wer leistungsmotiviert, selbstwirksam, proaktiv, innovationsorientiert, emotional stabil und in gesundem Maß risikobereit ist und zudem Wert auf Autonomie legt, bringt günstige Voraussetzungen für Gründung und Selbständigkeit mit. Das gilt für die Gründung eines Unternehmens mit Beschäftigten ebenso wie für die freiberufliche Tätigkeit oder die Arbeit als Freelancerin oder Freelancer, wobei die Gewichte je nach Tätigkeitsform variieren. Zweitens sind alle berichteten Zusammenhänge klein bis mittelgroß. Persönlichkeit ist eine Einflussgröße unter mehreren. Geschäftsmodell, Fachwissen, Finanzierung, Markt, Team und auch Zufall erklären ebenfalls erhebliche Anteile des Erfolgs. Ein günstiges Profil ist deshalb weder eine Erfolgsgarantie noch ist ein ungünstiges Profil ein Ausschlusskriterium. Drittens hat jedes Merkmal eine produktive und eine übersteuerte Form. Selbstwirksamkeit kann in Selbstüberschätzung kippen, Beharrlichkeit in das Festhalten an einer gescheiterten Idee, Autonomiestreben in die Unfähigkeit zu delegieren. Entscheidend ist deshalb nicht die maximale, sondern die passende Ausprägung.

4. Welche Merkmale in welcher Phase des Gründungsprozesses helfen

Eine Gründung ist kein einzelnes Ereignis, sondern ein Prozess mit unterschiedlichen Entwicklungsaufgaben. Die Forschung unterscheidet üblicherweise die Vorgründungsphase, in der eine Absicht entsteht und eine Idee geprüft wird, die eigentliche Gründungsphase, in der das Unternehmen aufgebaut wird, und die Nachgründungsphase, in der es sich am Markt behaupten und wachsen muss. Die Anforderungen dieser Phasen unterscheiden sich, und mit ihnen verändert sich die Bedeutung einzelner Persönlichkeitsmerkmale.

Für den deutschsprachigen Raum haben Hell und Gatzka diese Phasenabhängigkeit empirisch untersucht. Sie befragten 276 Gründerinnen und Gründer mit einem Inventar aus zwölf gründungsrelevanten Merkmalen und erfassten den Erfolg getrennt für die Phasen vor, während und nach der Gründung. In der Vorgründungsphase leisteten vor allem die Leistungsmotivation und die Offenheit für Erfahrungen eigenständige Beiträge zur Vorhersage des Erfolgs. In der Gründungsphase traten die Selbstkontrolle, die Selbstwirksamkeit und die Beharrlichkeit in den Vordergrund. Wer in dieser Phase erfolgreich sein will, muss Pläne diszipliniert umsetzen, an die eigene Bewältigungsfähigkeit glauben und trotz Rück-

schlagen weitermachen. Nach der Gründung erwiesen sich die Selbstwirksamkeit und die interne Kontrollüberzeugung als die stabilsten Prädiktoren. Das Gesamtmodell erklärte 22 Prozent der Unterschiede im zusammengefassten Gründungserfolg (Hell & Gatzka, 2018).

Diese Ergebnisse fügen sich in das internationale Bild. Merkmale, die den Antrieb und die Ideenfindung stützen, sind vor allem am Anfang wichtig. Die Risikobereitschaft senkt die Schwelle für den ersten Schritt, verliert danach aber an Bedeutung und kann in hoher Ausprägung dem langfristigen Bestand sogar schaden. Merkmale der Umsetzung und der Selbststeuerung tragen die frühe Aufbauphase. Merkmale der Stabilität und der Überzeugung, Ergebnisse selbst beeinflussen zu können, tragen die Zeit nach der Gründung, in der Routinen entstehen, Personal geführt wird und Krisen bewältigt werden müssen (Caliendo et al., 2011; Hell & Gatzka, 2018; Zhao et al., 2010).

Tabelle 2 ordnet die Befunde den Phasen des Gründungsprozesses zu.

Tabelle 2: Phasen des Gründungsprozesses und besonders förderliche Persönlichkeitsmerkmale

Phase	Zentrale Aufgaben	Besonders förderliche Merkmale	Zentrale Belege
Vorgründungsphase	Gelegenheiten erkennen, Absicht bilden, Idee prüfen, Entscheidung treffen	Leistungsmotivation, Offenheit und Innovationsorientierung, Risikobereitschaft, Autonomiestreben	Hell & Gatzka (2018); Zhao et al. (2010)
Gründungsphase	Geschäftsmodell umsetzen, erste Kundschaft gewinnen, Rückschläge verarbeiten	Selbstkontrolle, Selbstwirksamkeit, Beharrlichkeit, Proaktivität, Stresstoleranz	Glaub et al. (2014); Hell & Gatzka (2018)
Nachgründungsphase	Unternehmen stabilisieren, Routinen aufbauen, führen, wachsen, Krisen bewältigen	Selbstwirksamkeit, interne Kontrollüberzeugung, emotionale Stabilität, mittlere Risikobereitschaft	Caliendo et al. (2011); Hell & Gatzka (2018)

Die Phasenlogik hat einen hohen praktischen Nutzen, weil sie die eigene Selbstreflexion schärft: Wer über eine Gründung nachdenkt, kann sich fragen, welche Phase gerade bevorsteht und ob die dafür zentralen Ressourcen vorhanden sind. Eine Person mit vielen Ideen, aber schwacher Selbstkontrolle wird die Vorgründungsphase vermutlich mühelos meistern und in der Umsetzungsphase Unterstützung brauchen, etwa durch feste Routinen, verbindliche Zwischenziele oder eine Partnerin oder einen Partner mit ausgeprägter Umsetzungsstärke. Umgekehrt kann eine sehr strukturierte, aber vorsichtige Person den Start durch kleine, risikoarme Experimente erleichtern, statt auf den perfekten Plan zu warten. Die Phasenlogik hilft außerdem, Krisen richtig einzuordnen. Wenn eine Gründung nach zwei Jahren stockt, liegt das selten an fehlender Kreativität und häufiger an den Anforderungen der Konsolidierung, also an Führung, Routinen und emotionaler Belastbarkeit. Beratung und Coaching können dadurch gezielter ansetzen.

Zwei Einschränkungen sind wichtig. Erstens beruhen die phasenbezogenen Befunde bislang überwiegend auf Querschnittstudien mit Selbstberichten, bei denen Persönlichkeit und Erfolg gleichzeitig erhoben wurden. Streng genommen zeigen sie Zusammenhänge und keine Ursachen. Zweitens ersetzt kein Merkmalsprofil die Anpassung an die konkrete Situation. Eine Freelancerin ohne Personal braucht dauerhaft andere Schwerpunkte als der Gründer eines wachsenden Technologieunternehmens, der schon nach kurzer Zeit vor allem führen und delegieren muss. Die Phasenlogik ist deshalb als Orientierungsrahmen zu verstehen, nicht als starrer Fahrplan.

5. Psychometrische Testverfahren zur Erfassung der Gründerpersönlichkeit

5.1 Wozu Testverfahren dienen und was sie leisten müssen

Wer über eine Gründung nachdenkt, kann die eigenen Voraussetzungen systematisch prüfen lassen. Dafür stehen psychometrische Testverfahren zur Verfügung. Psychometrisch bedeutet, dass die Verfahren nach den Regeln der Testtheorie konstruiert sind und ihre Messqualität an Kennwerten geprüft wird. Zwei Kennwerte sind zentral. Die Reliabilität bezeichnet die Messgenauigkeit eines Verfahrens. Die Validität bezeichnet, ob das Verfahren tatsächlich das misst, was es zu messen beansprucht, und ob seine Ergebnisse mit relevanten Außenkriterien zusammenhängen. Solche Verfahren eignen sich sowohl für die Selbstdiagnose, etwa zur strukturierten Selbstreflexion vor einer Gründungsentscheidung, als auch für die Fremddiagnose, etwa in der Gründungsberatung, im Coaching oder in Förderprogrammen.

Neben Reliabilität und Validität sind zwei weitere Qualitätsmerkmale bedeutsam. Die Objektivität verlangt, dass Durchführung, Auswertung und Interpretation eines Verfahrens nicht von der Person abhängen, die den Test anwendet. Webbasierte Verfahren mit standardisierter Instruktion und automatischer Auswertung erfüllen diese Anforderung in der Regel gut. Die Normierung stellt sicher, dass individuelle Ergebnisse an einer aussagekräftigen Vergleichsgruppe eingeordnet werden können. Erst der Vergleich mit einer Normstichprobe macht aus einem Rohwert eine interpretierbare Aussage, etwa dass eine Person in der Leistungsmotivation höher liegt als drei Viertel der Vergleichsgruppe. Bei der Nutzung ist schließlich der Unterschied zwischen Selbst- und Fremddiagnose zu beachten. In der Selbstdiagnose dient das Ergebnis der eigenen Klärung und darf großzügig als Denkanstoß gelesen werden. In der Fremddiagnose, etwa wenn ein Förderprogramm oder ein Kapitalgeber Ergebnisse bewertet, gelten strengere Maßstäbe an Validität und Fairness, denn dort haben Fehleinschätzungen unmittelbare Folgen für die betroffene Person.

Im Folgenden werden die bekanntesten aktuellen Verfahren vorgestellt, die Persönlichkeitsmerkmale von Gründerinnen und Gründern erfassen. Berücksichtigt werden zwei deutschsprachige Fragebogeninventare, ein deutschsprachiges Verfahren aus der Schweiz sowie zwei international verbreitete englischsprachige Verfahren.

5.2 Das Gründungspersönlichkeitsinventar (GPI)

Das Gründungspersönlichkeitsinventar, kurz GPI, ist ein webbasierter Selbsttest, der als Online-Test Gründerpersönlichkeit frei zugänglich ist. Das Verfahren wurde theoriegeleitet aus der oben dargestellten Forschungsliteratur entwickelt. Es umfasst 60 Aussagen und erfasst zehn Skalen, nämlich emotionale Stabilität, Risikobereitschaft, Offenheit, Verträglichkeit, Beharrlichkeit, Proaktivität, Durchsetzungsfreude, Autonomiestreben, interne Kontrollüberzeugung und Leistungsmotivation. Die mediane Bearbeitungszeit liegt bei knapp neun Minuten. Der technische Bericht dokumentiert die psychometrische Prüfung an einer ungewöhnlich großen Anwendungsstichprobe von 5.468 Erwerbstätigen, von denen 38,5 Prozent selbständig oder gründend waren. Die Messgenauigkeit der meisten Skalen war akzeptabel bis gut. Neun der zehn Skalen unterschieden statistisch bedeutsam zwischen Selbständigen und Angestellten. Der größte Unterschied zeigte sich beim Autonomiestreben (Lieberei, 2025).

Bemerkenswert ist die transparente Einordnung der Grenzen. Ein statistisches Vorhersagemodell auf Basis des Inventars trennte die Erwerbsgruppen besser als der Zufall und lieferte einen nachweisbaren Informationsgewinn über Alter, Geschlecht und Bildung hinaus. Die Trennschärfe reicht jedoch nicht aus, um einzelne Personen sicher zu klassifizieren. Das Außenkriterium ist zudem der aktuelle Erwerbsstatus und nicht der spätere Gründungserfolg. Das Verfahren wird deshalb ausdrücklich für die Selbstreflexion, die Standortbestimmung und die Gründungsberatung empfohlen, nicht als alleinige Grundlage für Auswahlentscheidungen (Lieberei, 2025).

5.3 Das Inventory of Founder Personality (IFP)

Das Inventory of Founder Personality, kurz IFP, wurde von Fichter, von Bernstorff und Rohrmann für den deutschsprachigen Raum entwickelt. Es umfasst 53 Aussagen und misst sieben Faktoren, nämlich Extraversion, Offenheit, emotionale Belastbarkeit, Inspirationsfähigkeit, Gewissenhaftigkeit, Risikoneigung und Verträglichkeit. Die Konstruktion folgte dem klassischen testpsychologischen Weg über eine explorative Faktorenanalyse, eine anschließende konfirmatorische Prüfung an einer neuen Stichprobe und eine separate Validierungsstudie mit 575 Gründerinnen und Gründern. In der Validierung erklärten die Persönlichkeitsskalen je nach Erfolgskriterium etwa 6 bis 14 Prozent der Varianz. Interessant ist ein differenzieller Befund zur Risikoneigung. Sie sagte objektive Kriterien wie Zielerreichung, Umsatz und Wachstum positiv vorher, hing aber negativ mit der Zufriedenheit der Gründenden zusammen. Emotionale Belastbarkeit und Extraversion zeigten vergleichsweise stabile positive Beiträge (Fichter et al., 2021).

5.4 Der Entrepreneur-Check

Für den deutschsprachigen Raum liegt mit dem Entrepreneur-Check der Fachhochschule Nordwestschweiz ein weiteres wissenschaftlich fundiertes Verfahren vor. Es erfasst zwölf gründungsrelevante Merkmale, darunter Leistungsmotivation, Offenheit, Selbstwirksamkeit, Selbstkontrolle, Beharrlichkeit, Kontrollüberzeugung und Risikoneigung, und wurde von Hell und Gatzka in der oben beschriebenen Studie zur phasenspezifischen Vorhersage des Gründungserfolgs eingesetzt. Das Verfahren ist als Online-Selbsttest verfügbar und gibt eine Rückmeldung zum individuellen Stärken- und Schwächenprofil im Vergleich zu einer Normstichprobe. Sein besonderer Wert liegt in der phasenbezogenen Interpretation, denn die zugrunde liegende Forschung zeigt, welche der gemessenen Merkmale in welcher Phase des Gründungsprozesses besonders zählen (Hell & Gatzka, 2018).

5.5 Das Entrepreneurial Mindset Profile (EMP)

Das Entrepreneurial Mindset Profile, kurz EMP, ist ein in den Vereinigten Staaten entwickeltes und international verbreitetes Verfahren. Es wurde von Davis, Hall und Mayer am Leadership Development Institute des Eckerd College konstruiert und in einer Fachzeitschrift für Beratungspsychologie publiziert. Das EMP misst 14 Dimensionen, die in zwei Gruppen geordnet sind. Die Persönlichkeitsskalen umfassen unter anderem Unabhängigkeitsstreben, Präferenz für begrenzte Struktur, Nonkonformität, Risikoakzeptanz, Handlungsorientierung, Leidenschaft und die Bereitschaft, auch ohne vollständige Informationen zu entscheiden. Die Fähigkeitsskalen erfassen unter anderem Zukunftsorientierung, Ideengenerierung, Ausführung, Selbstwirksamkeit, Optimismus und Beharrlichkeit. Das Verfahren vergleicht die Werte von Teilnehmenden mit Normwerten von Unternehmerinnen, Unternehmern und Führungskräften und wird vor allem im Coaching, in der Gründungsausbildung und in der Entwicklung unternehmerischen Denkens in etablierten Organisationen eingesetzt (Davis et al., 2016).

5.6 Das Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities (META)

Das Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities, kurz META, wurde von einer Forschungsgruppe um Gorkan Ahmetoglu und Tomas Chamorro-Premuzic in Großbritannien entwickelt. Es erfasst die unternehmerische Persönlichkeit über vier Dimensionen, nämlich unternehmerische Wachsamkeit für Geschäftsgelegenheiten, unternehmerische Kreativität, opportunistisches Nutzungsverhalten gegenüber Chancen und visionäre Zielorientierung. In einer Validierungsstudie mit 670 Teilnehmenden sagte META unternehmerische Aktivitäten deutlich besser vorher als die breiten Big-Five-Dimensionen. Die spezifische unternehmerische Persönlichkeit lieferte einen erheblichen zusätzlichen Erklärungswert über die Grunddimensionen hinaus. Dieser Befund bestätigt auf der Ebene der Testverfahren die bereits beschriebene Erkenntnis, dass aufgabennahe Merkmale aussagekräftiger sind als aufgabenferne (Leutner et al., 2014).

Tabelle 3 stellt die fünf Verfahren im Überblick gegenüber.

Tabelle 3: Aktuelle psychometrische Testverfahren zur Gründerpersönlichkeit im Überblick

Verfahren	Herkunft und Sprache	Umfang und Dimensionen	Typischer Einsatz
Gründungspersönlichkeitsinventar (GPI)	Deutschland, deutsch	60 Aussagen, 10 Skalen	Selbstreflexion, Standortbestimmung, Gründungsberatung (Lieberei, 2025)
Inventory of Founder Personality (IFP)	Deutschland, deutsch	53 Aussagen, 7 Faktoren	Forschung, Beratung, Erfolgsprognose in Grenzen (Fichter et al., 2021)
Entrepreneur-Check	Schweiz, deutsch	12 gründungsrelevante Merkmale	Online-Selbsttest mit phasenbezogener Interpretation (Hell & Gatzka, 2018)
Entrepreneurial Mindset Profile (EMP)	USA, englisch	14 Dimensionen in Persönlichkeits- und Fähigkeitsskalen	Coaching, Entrepreneurship-Ausbildung, Personalentwicklung (Davis et al., 2016)
Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities (META)	Großbritannien, englisch	4 Dimensionen der unternehmerischen Persönlichkeit	Forschung, Potenzialanalyse, Auswahlunterstützung (Leutner et al., 2014)

5.7 Grenzen und verantwortungsvolle Nutzung

Bei aller Nützlichkeit gilt für alle genannten Verfahren eine gemeinsame Grenze. Sie beruhen auf Selbstauskünften und messen Wahrscheinlichkeiten, keine Gewissheiten. Ein Gruppenunterschied zwischen Selbständigen und Angestellten bedeutet nicht, dass eine einzelne Person sicher zugeordnet werden kann. Die Trennschärfe selbst guter Verfahren liegt weit unter dem, was für harte Auswahlentscheidungen nötig wäre. Zudem ist das Kriterium vieler Validierungen der Erwerbsstatus oder ein selbstberichteter Erfolg, nicht der langfristige, objektiv gemessene Gründungserfolg. Ein Testergebnis sollte deshalb als fundierte Hypothese über Stärken, mögliche Übersteuerungen und Entwicklungsfelder verstanden werden. In der Beratung entfaltet es seinen Wert im Gespräch, in dem Ergebnisse mit biografischen Erfahrungen, dem Geschäftsmodell und der Lebenssituation verknüpft werden. In Auswahlkontexten, etwa in Förderprogrammen, sollte ein Test immer nur ein Baustein eines multimodalen Verfahrens sein, das strukturierte Interviews, Arbeitsproben und die Bewertung des Vorhabens einschließt (Fichter et al., 2021; Lieberei, 2025).

6. Fazit und Ausblick

Verfügen Gründerinnen und Gründer über spezifische Persönlichkeitsmerkmale? Die Forschung erlaubt eine klare, aber differenzierte Antwort. Ja, es gibt messbare und replizierte Unterschiede. Menschen, die gründen und sich in der Selbständigkeit behaupten, sind im Durchschnitt leistungsmotivierter, selbstwirksamer, proaktiver, offener für Neues, stärker von ihrer eigenen Einflussmöglichkeit überzeugt, emotional stabiler und autonomieorientierter als abhängig Beschäftigte. Diese Merkmale bilden den personalen Kern des handlungstheoretischen Gründermodells von Frese. Sie wirken nicht direkt, sondern über das aktive Handeln, also über selbststartendes, vorausschauendes und beharrliches Verhalten im Gründungsprozess (Frese, 2009; Howard & Boudreaux, 2024; Rauch & Frese, 2007).

Zugleich verbietet die Befundlage jede Vereinfachung. Es gibt nicht den einen Gründertyp. Die einzelnen Zusammenhänge sind klein bis mittelgroß, und ein Persönlichkeitsprofil ist weder Eintrittskarte noch Ausschlusskriterium. Das vielleicht populärste Klischee, die Vorstellung vom notwendig hochrisikofreudigen Gründer, ist empirisch widerlegt. Risikobereitschaft erleichtert den Start, sagt aber über den Erfolg wenig aus, und für den Fortbestand ist ein mittleres Maß am günstigsten. Auch die Phasenper-

spektive mahnt zur Differenzierung. Am Anfang tragen Antrieb und Offenheit, in der Umsetzung tragen Selbstkontrolle, Selbstwirksamkeit und Beharrlichkeit, und nach der Gründung tragen Stabilität und Kontrollüberzeugung (Caliendo et al., 2011; Hell & Gatzka, 2018; Zhao et al., 2010).

Für die Praxis ergeben sich daraus drei Empfehlungen. Erstens lohnt sich eine ehrliche Standortbestimmung vor der Gründung. Wissenschaftlich fundierte Testverfahren wie das GPI, das IFP, der Entrepreneur-Check, das EMP oder META machen das eigene Profil sichtbar und liefern eine strukturierte Grundlage für Selbstreflexion und Beratung. Zweitens sollte niemand ein Testergebnis als Urteil missverstehen. Schwächer ausgeprägte Merkmale lassen sich durch Strukturen, Routinen, Weiterbildung oder durch ein komplementäres Team ausgleichen. Die experimentelle Trainingsforschung zeigt darüber hinaus, dass unternehmerisch relevantes Verhalten wie persönliche Initiative gezielt entwickelt werden kann und dass dieses Training den Unternehmenserfolg nachweislich verbessert. Drittens gehört zur Gründungsentscheidung mehr als die Persönlichkeit. Geschäftsmodell, Fachkompetenz, Finanzierung, Markt und Lebenssituation müssen eigenständig geprüft werden (Glaub et al., 2014).

Der Blick nach vorn zeigt eine lebendige Forschungslandschaft. Künftige Studien werden Persönlichkeit häufiger vor der Gründung messen und über lange Zeiträume mit objektiven Erfolgskriterien verbinden. Die Diagnostik entwickelt sich in Richtung fairer, transparenter und zunehmend adaptiver Online-Verfahren, deren Grenzen offen kommuniziert werden. Und die Interventionsforschung verschiebt den Schwerpunkt von der Frage, wer gründen sollte, zur Frage, wie Menschen mit unterschiedlichen Profilen erfolgreich gründen können. Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten ist das eine ermutigende Perspektive. Wer die eigenen Muster kennt, wirksam handelt, Ergänzungen organisiert und lernfähig bleibt, muss keinem Mythos entsprechen, um erfolgreich zu gründen.

Literaturverzeichnis

Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2011). Selbständige sind anders: Persönlichkeit beeinflusst unternehmerisches Handeln. *DIW Wochenbericht*, 78(11), 2–8. https://www.diw.de/de/diw_01.c.766108.de/s_6678.html

Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1), 21–48. <https://doi.org/10.1037/cpb0000045>

Fichter, L., von Bernstorff, C., & Rohrmann, S. (2021). Inventory of Founder Personality: IFP. Entwicklung und Validierung eines Fragebogens zur Messung erfolgsrelevanter Persönlichkeitsmerkmale von Gründerinnen und Gründern. *Wirtschaftspsychologie*, 23(2), 80–91.

Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <https://doi.org/10.1561/03000000028>

Glaub, M. E., Frese, M., Fischer, S., & Hoppe, M. (2014). Increasing personal initiative in small business managers or owners leads to entrepreneurial success: A theory-based controlled randomized field intervention for evidence-based management. *Academy of Management Learning & Education*, 13(3), 354–379. <https://doi.org/10.5465/amle.2013.0234>

Hell, B., & Gatzka, T. (2018). Persönlichkeit und Gründungserfolg von Entrepreneuren und Entrepreneurinnen. In A. Verkuil (Hrsg.), *Entrepreneurship & Innovation* (S. 49–72). Edition gesowip.

Howard, M. C., & Boudreaux, M. (2024). A systematic literature review and meta-analysis of entrepreneurial personality. *Entrepreneurship Research Journal*, 14(1), 283–312. <https://doi.org/10.1515/erj-2021-0322>

- Krause-Pilatus, A., & Rinne, U. (2024). *Selbstständige Erwerbstätigkeit in Deutschland (Aktualisierung 2024)* (IZA Research Report No. 145). Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit (IZA). https://docs.iza.org/report_pdfs/iza_report_145.pdf
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Lieberei, W. (2025). *Online-Test Gründerpersönlichkeit: Technischer Bericht* [Unveröffentlichter technischer Bericht]. Lieberei Consulting.
- Metzger, G. (2026). *KfW-Gründungsmonitor 2026. Gründungstätigkeit in Deutschland: Trend zum Nebenerwerb verfestigt sich, junge Erwachsene prägen Gründerlandschaft*. KfW Research. <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gründungsmonitor/KfW-Gründungsmonitor-2026.pdf>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>