

bb-Stichwort: Unternehmerpersönlichkeit

Unternehmerpersönlichkeit

Die Frage, was Menschen zu Unternehmer(inne)n macht und ob es eine Unternehmerpersönlichkeit mit typischen Charakteristika gibt, markiert einen wesentlichen Bereich der Entrepreneurshipforschung. In der Persönlichkeitsforschung wird neben Zielen und Motiven sowie dem Rollenverständnis insbesondere auf Eigenschaften abgestellt. Die Unternehmerpersönlichkeit entwickelt sich innerhalb dieser Bereiche dynamisch vom sozio-ökonomischen Umfeld beeinflusst (vgl. Chell 2008, S. 7 f.).

Als Standardmodell der Persönlichkeitspsychologie hat sich das Fünf-Faktoren-Modell (FFM) nach Costa und McCrae (1992) mit folgenden Dimensionen durchgesetzt: *Extraversion* als Merkmal von Personen, die gesellig, mitteilsam, aktiv und personenorientiert sind und denen eine positive Einstellung und Energie zugesagt wird. *Gewissenhaftigkeit* als Beschreibung für organisiertes und verlässliches Verhalten, Selbstdisziplin und Planungsaffinität. *Neurotizismus* als dimensionale Ausprägung für geringes Selbstbewusstsein, schlechte Laune oder gar Depressionen, Angst, Nervosität und Sorge. *Offenheit für Erfahrungen* als Grad der Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, als Sinn für Kunst, Emotionen und Abenteuer sowie Kreativität, Vorstellungsvermögen und Unabhängigkeit. *Verträglichkeit* als Merkmal für zwischenmenschliches Verhalten und Empfindungen, das sich in Form von Altruismus, Anteilnahme und Mitgefühl auszeichnet.

Studien, die auf Basis dieser „Big five“ die Unternehmerpersönlichkeit untersuchen, zeigen häufig höhere Ausprägungen für die Dimensionen Extraversion, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Erfahrungen bzw. geringe für die Dimensionen Neurotizismus und Verträglichkeit. Die genannten Persönlichkeitsdimensionen setzen sich jedoch aus verschiedenen Komponenten zusammen und haben für jede Person unterschiedliche Ausprägungen. Rauch und Frese (2007) beispielsweise analysierten ein umfassendes Set an Persönlichkeitsvariablen und fanden

heraus, dass insbesondere die Eigenschaften „need for achievement“, „generalized self-efficacy“, „innovativeness“, „stress tolerance“, „need for autonomy“ und „proactive personality“ mit Unternehmertum in Zusammenhang stehen.

Eine individuelle Persönlichkeitsstruktur ergibt sich erst aus einer Gesamtkombination von Merkmalen (vgl. Chell 2008, S. 87ff.). In der Diskussion um Unternehmerpersönlichkeiten werden auch die Fragen aufgeworfen, ob es nicht eine eigene Persönlichkeits-Dimension „Entrepreneurialism“ geben könnte und ob Persönlichkeit genetisch veranlagt oder erlernt ist (vgl. Chell 2008, S. 96). Trotz zahlreicher Untersuchungen liegt bisher keine einheitliche Antwort vor. So bleibt z. B. unklar, ob bestimmte Eigenschaften unternehmerisches Verhalten fördern oder sich umgekehrt unternehmerische Tätigkeit auf die Entwicklung bestimmter Eigenschaften auswirkt. Eine idealtypische Unternehmerpersönlichkeit jedenfalls scheint es nicht zu geben, sondern vielmehr verschiedene Kombinationen aus angeborenen Eigenschaften und erlernten Merkmalen, die sich in unterschiedlichen Typen von Unternehmerpersönlichkeiten finden und zugleich die Vielfalt unternehmerischen Handelns abbilden.

JProf. Dr. Jantje Halberstadt

Universität Lüneburg
Juniorprofessur für Social Entrepreneurship
jantje.halberstadt@leuphana.de

Literatur

- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality*. New York: Routledge.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.
- Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 4(16), p. 353-385.