

Kritikos, Alexander; Wittenberg, Erich

Article

Die Persönlichkeit ist wichtig für unternehmerisches Handeln: Sieben Fragen an Alexander Kritikos

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Kritikos, Alexander; Wittenberg, Erich (2011) : Die Persönlichkeit ist wichtig für unternehmerisches Handeln: Sieben Fragen an Alexander Kritikos, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 78, Iss. 11, pp. 9-

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/152106>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Sieben Fragen an Alexander Kritikos

„Die Persönlichkeit ist wichtig für unternehmerisches Handeln“



Herr Professor Kritikos, welche Persönlichkeitsmerkmale zeichnen einen Selbständigen aus?

Selbständige sind kreativer und origineller als Angestellte, und sie sind kommunikativer und emotional stabiler. Auch in zwei weiteren Persönlichkeitsmerkmalen unterscheiden sie sich stark von Angestellten: Zum einen sind sie risikobereiter, zum anderen haben Selbständige, was ganz zentral ist, beim Persönlichkeitsmerkmal „internale Kontrollüberzeugung“ höhere Werte. Das heißt, sie glauben daran, dass sie durch ihre eigenen Entscheidungen die zukünftige Entwicklung ihres Unternehmens steuern können.

Im Vergleich zu der Vielzahl von Angestellten entscheiden sich relativ wenig Menschen für eine Selbständigkeit. Bedeutet das, dass es in Deutschland entsprechend wenig Menschen mit dem geeigneten Persönlichkeitsprofil gibt?

Im Gegenteil, wir gehen davon aus, dass es mehr Menschen gibt, die sich für die Selbständigkeit eignen. Viele Menschen sind sich wahrscheinlich gar nicht bewusst, dass sie über ein Persönlichkeitsprofil verfügen, welches sie auch zu einem Selbständigen machen könnte.

Wie lassen sich diese Persönlichkeitsmerkmale denn messen?

Zum einen kann man durch gezielte Fragen zu einer bestimmten Eigenschaft mit verschiedenen vorgegebenen Antwortkategorien untersuchen, inwieweit eine Person eine hohe oder eine niedrige Ausprägung bei dem entsprechenden Persönlichkeitsmerkmal hat. Einen hohen Wert bei einer Eigenschaft erhält man bei dieser Methode dann, wenn man die „richtige“ Antwort gewählt hat. Im Sozio-oekonomischen Panel wurde einfacher vorgegangen. Hier wurden alle Personen gefragt, ob sie sich bei bestimmten Eigenschaften, die ein Persönlichkeitsmerkmal erfassen sollen, eher hoch oder eher niedrig einschätzen. Eine sicherlich kompliziertere Methode, die Psychologen gerne in Assessment Centern verwenden, ist die Beobachtung von Personen. Dabei geben die Psychologen den Testpersonen bestimmte Aufgaben vor und beobachten dann das Verhalten der Personen, während sie die vorgegebenen Aufgaben ausführen.

Wie kann dieses Wissen über die Ausprägung einzelner Persönlichkeitsmerkmale genutzt werden?

Man kann dieses Wissen dazu nutzen, die Beratung von Selbständigen zu verbessern. Personen, die sich unschlüssig sind, ob sie sich in die Selbständigkeit begeben wollen, kann aufgezeigt werden, wo ihre Stärken und Schwächen innerhalb eines typischen Unternehmerprofils liegen. Zudem kann man für Menschen, die bereits selbständig sind, auf Basis einer Analyse der einzelnen Ausprägungen bei den Persönlichkeitsmerkmalen Strategien zur Kompensation eventueller Defizite entwickeln. Wir nennen das eine „personalisierte Beratung“.

Welchen Einfluss haben Persönlichkeitsmerkmale auf das Überleben von Selbständigen?

Wir beobachten zum Beispiel, dass Unternehmer mit einer mittleren Risikobereitschaft die höchsten Überlebensraten haben. Hingegen geben Personen, die sehr risikoavers sind, die Selbständigkeit mit höherer Wahrscheinlichkeit wieder auf. Aber auch Personen, die zu hochriskanten Entscheidungen neigen, scheitern in der Selbständigkeit mit höherer Wahrscheinlichkeit.

» Unternehmer mit einer mittleren Risikobereitschaft haben die höchsten Überlebensraten «

Hängt der Erfolg eines Unternehmers mehr von der Persönlichkeit ab als von der Geschäftsidee?

Das kann man so nicht sagen. Die Persönlichkeitsmerkmale haben bei der Frage, warum eine Person unternehmerisch tätig ist, einen vergleichbaren Erklärungsgehalt wie die Ausbildung der Person. Die Geschäftsidee, deren Erklärungsgehalt wir hier nicht untersucht haben, ist schwieriger zu beurteilen, weil hier die vorherigen Arbeitserfahrungen in dem jeweiligen Geschäftsfeld eine sehr große Rolle spielen.

Sollten potentielle Kapitalgeber ihr finanzielles Engagement auch von einer Persönlichkeitsanalyse des jeweiligen Unternehmers abhängig machen?

Wir raten von einer solchen Form der Entscheidungsfindung ab. Dafür spielen zu viele andere Faktoren ebenfalls eine Rolle.

Prof. Dr. Alexander Kritikos,
Forschungsdirektor
am DIW Berlin

Das Gespräch führte
Erich Wittenberg.
Das vollständige
Interview zum Anhören
finden Sie auf
www.diw.de/interview

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Pio Baake (kommissarisch)
Prof. Dr. Tilman Brück
Prof. Dr. Christian Dreger
PD Dr. Joachim R. Frick
Prof. Dr. Martin Gornig (kommissarisch)
Prof. Dr. Peter Haan (kommissarisch)
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Georg Weizsäcker, Ph. D

Chefredaktion

Dr. Kurt Geppert
Carel Mohn

Redaktion

Renate Bogdanovic
Sabine Fiedler
PD Dr. Elke Holst
Susanne Marcus
Manfred Schmidt

Lektorat

Dr. Silke Anger

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die Stabs-
abteilung Kommunikation des DIW
Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier