

# Unternehmertum im Fokus

FGF-Forschungsnetzwerk Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand e.V. und ifM Bonn Ausgabe 5/2025

## Handwerkliches Unternehmertum: Ein neuer Blick auf die Rolle des Big-Five-Merkmals "Gewissenhaftigkeit"

Petrik Runst, Jörg Thomä

### Zusammenfassung

Der Beitrag beschreibt am Beispiel der Selbstständigkeit im Handwerk neue Erkenntnisse zur Rolle des Big-Five-Merkmals "Gewissenhaftigkeit". Im Gegensatz zu anderen Berufsgruppen zeigt sich nur in der Handwerkswirtschaft ein Zusammenhang zwischen dieser Persönlichkeitseigenschaft und unternehmerischem Handeln. Dies unterstreicht die Notwendigkeit einer berufs- oder sektorspezifischen Analyse von Persönlichkeitseffekten auf Unternehmertum.

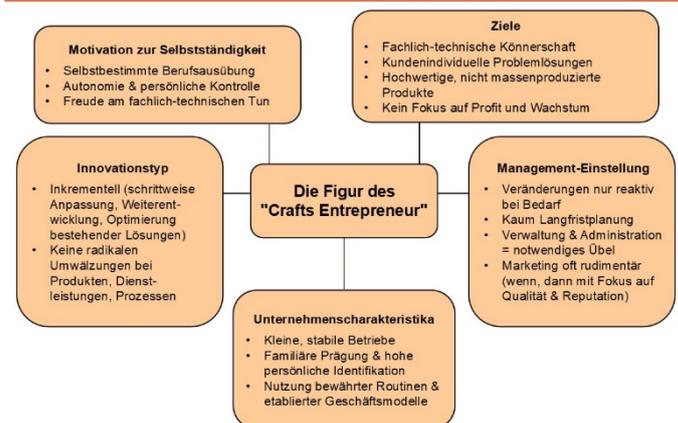
Der Zusammenhang zwischen Persönlichkeit und Unternehmertum wurde bereits vielfach untersucht (z.B. Brandstätter 2011; Caliendo et al. 2014). Hierbei bestätigte sich wiederholt, dass Big-Five-Merkmale wie Offenheit und Extraversion sowie konkretere Eigenschaften wie Kontrollüberzeugung und Risikobereitschaft Gründungsentscheidungen positiv beeinflussen.

Demgegenüber könnte die Big-Five-Eigenschaft "Gewissenhaftigkeit" zum einen positiv wirken, da sie im Zusammenhang mit Zielstrebigkeit und Selbstdisziplin steht. Sie könnte die Gründungswahrscheinlichkeit aber auch verringern, wenn damit übertriebener Perfektionismus und zu starkes Festhalten an bewährten Routinen einhergehen. Dies mag erklären, warum die empirische Evidenz hierzu alles andere als eindeutig ist (vgl. z. B. Brandstätter 2011; Runst & Thomä 2023). Eine mögliche Erklärung ist, dass sich der Einfluss von Persönlichkeit auf unternehmerische Entscheidungen je nach Wirtschaftsbereich oder Berufsgruppe unterschiedlich darstellt – anders also als in der Literatur bislang angenommen. Vor diesem Hintergrund werfen Runst & Thomä (2025) einen neuen Blick auf die Rolle des Persönlichkeitsmerkmals "Gewissenhaftigkeit" am Beispiel der Selbstständigkeit im Handwerk.

### Der "Crafts Entrepreneur" in der Theorie

Gemäß etablierter Typologie stellt der "Crafts Entrepreneur" einen eigenständigen Unternehmertyp dar, der eng mit handwerklich geprägter Tätigkeit verknüpft ist (z.B. Miner et al. 1992; Solomon & Mathias 2020). Dessen Motivation für die Ausübung der Selbstständigkeit ist demnach nicht ausschließlich wirtschaftlicher Erfolg oder der Aufbau einer Unternehmensorganisation. Wichtiger ist oft der Wunsch nach Selbstbestimmung, Unabhängigkeit und Freude am eigenen (handwerklichen) Tun oder auch persönliche Ziele wie der Erwerb fachlich-technischer Könnerschaft und die kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung von Produkten und Prozessen. Innovationen entstehen dabei inkrementell im Betriebsalltag durch kundennahe Problemlösungen, während radikale Neuerungen oder Marktumwälzungen die Ausnahme sind.

### Unternehmertypologische Einordnung



Quelle: siehe Literaturüberblick in Runst & Thomä (2025).

Der "Crafts Entrepreneur" handelt dabei meist reaktiv mit kurzem Planungshorizont. Administrative und verwaltende Aufgaben gelten als notwendiges Übel, da sie vom eigentlichen Tun ablenken. Marketing wird selten systematisch betrieben und konzentriert sich, wenn vorhanden, auf Qualität und Reputation. Die meist kleinen Betriebe zeichnen sich durch hohe persönliche Identifikation und familiäre Prägung aus, was zu ihrer langfristigen Stabilität beiträgt. Es dominieren bewährte Routinen und etablierte Geschäftsmodelle. So wird unternehmerisches Risiko minimiert. Der "Crafts Entrepreneur" steht somit für eine Form des Unternehmertums, die stärker auf Beständigkeit, fachlich-technisches Können und persönliche Erfüllung ausgerichtet ist. Er grenzt sich damit von wachstums- und gewinnorientierten Unternehmerformen ab. Als Unternehmertyp ist der "Crafts Entrepreneur" zwar prinzipiell in allen Wirtschafts- und Berufsbereichen anzutreffen, dürfte jedoch besonders typisch für das Handwerk sein.

### Gewissenhaftigkeit und Unternehmertum

Gewissenhaftigkeit ist ein Persönlichkeitsmerkmal, das Eigenschaften wie Leistungsstreben, Selbstdisziplin, Sorgfalt und Pflichtbewusstsein umfasst. All dies sind

Faktoren, die im Rahmen einer unternehmerischen Tätigkeit von Vorteil sein können. Besonders relevant sind dabei Aspekte wie Ausdauer, Arbeitsmotivation und Zielorientierung. Da Menschen tendenziell Berufe wählen, die zu ihrer Persönlichkeit passen, kann angenommen werden, dass sich gewissenhafte Personen zum Unternehmertum hingezogen fühlen. Andererseits neigen sehr gewissenhafte Menschen zu übertriebenem Perfektionismus und haben ein starkes Bedürfnis nach Stabilität und klaren, bewährten Routinen. Deshalb könnten sie die mit einer Selbstständigkeit verbundenen Unsicherheiten und Unvorhersehbarkeiten meiden und sicherere berufliche Wege einschlagen.

Gerade im Handwerk kann es sich noch einmal anders darstellen: Personen mit hoher Gewissenhaftigkeit streben nach Arbeitsumgebungen, in denen sie persönliche Kontrolle über die Ergebnisse ihres Tuns haben, das Risiko des Scheiterns moderat ist und sie zeitnahes Feedback über ihre Leistung erhalten. Dies steht im Einklang mit dem "Crafts Entrepreneur"-Typ. Gleiches gilt für den Umstand, dass sich Gewissenhaftigkeit positiv auf die kontinuierliche Ausübung und Perfektionierung beruflicher Fähigkeiten auswirkt. Der Wunsch, ein erlerntes Handwerk selbstbestimmt auszuüben, sowie das Streben nach persönlicher Könnerschaft in diesem Bereich erfordern ein hohes Maß an Genauigkeit, Qualität und Sorgfalt im fachlich-technischen Tun – typische Merkmale sowohl gewissenhafter Personen als auch des "Craft Entrepreneurs". Gewissenhaftigkeit und handwerkliches Unternehmertum sollten also positiv miteinander verbunden sein.

## Empirische Ergebnisse zum Handwerk

Basierend auf dem Sozio-oekonomischen Panel für die Jahre 2005 bis 2019 bestätigen die Ergebnisse von Runst & Thomä (2025) zunächst die bekannte Wirkung von Extraversion, Offenheit, Kontrollüberzeugung und Risikobereitschaft. Diese wirken sich sowohl in handwerklichen als auch in nicht-handwerklichen Berufen positiv auf Gründungsentscheidungen aus. Die Analyse basiert auf einer Reihe von Regressionsmodellen (multinominales Logit, Random-Effects-Modell, ordinales Logit), wobei verschiedene Indikatoren für Selbstständigkeit und den diesbezüglichen Erfolg zum Einsatz kommen. In den Hauptspezifikationen liegt die Stichprobengröße im Bereich von N = 100.000.

Tatsächlich lässt sich nur im Handwerk ein konsequent positiver Effekt von "Gewissenhaftigkeit" auf die Selbstständigkeit beobachten. Die Analyse zeigt auch, dass dabei ein Zusammenhang zur Unternehmensgröße besteht. Denn der Gewissenhaftigkeit-Effekt ist insbesondere im Segment der handwerklichen Ein-Personen-Unternehmen stark ausgeprägt. Handwerksunternehmer/-innen mit höheren Gewissenhaftigkeitswerten zeigen also wie erwartet eine geringere Wachstumsorientierung.

Gleichzeitig besteht vor allem bei Selbstständigen im Handwerk ein positiver Zusammenhang zwischen Gewissenhaftigkeit und dem Grad der Arbeitszufriedenheit. Dies stützt ebenfalls die "Crafts Entrepreneur"-Typologie, wonach entsprechende Personen eher auf Selbsterfüllung im eigenen fachlich-technischen Tun als auf Unternehmenswachstum aus sind.

## Implikationen

Persönlichkeit beeinflusst Unternehmertum folglich je nach Wirtschafts- und Berufsbereich auf unterschiedliche Weise. Gründungsberatung und Berufsorientierung könnten daher gezielter auf die jeweils relevanten Persönlichkeitsmerkmale abgestimmt werden – etwa indem man gewissenhafte, nach Selbstverwirklichung strebende Menschen für eine Selbstständigkeit im Handwerk begeistert. In der Entrepreneurship-Forschung sollte künftig stärker zwischen allgemeinen und spezifisch auftretenden Persönlichkeitswirkungen unterschieden werden. Dabei können weitere Differenzierungskriterien wie Geschlecht, kultureller Hintergrund oder Region herangezogen werden.

**Dr. Petrik Runst** forscht am Thünen-Institut. **Dr. Jörg Thomä** ist am ifh Göttingen tätig.

## Weiterführende Studien:

Brandstätter, H. (2011): Personality Aspects of Entrepreneurship: A Look at Five Meta-Analyses, in: Personality and Individual Differences, 51, S. 222-230.

Caliendo, M.; Fossen, F.; Kritikos, A. S. (2014): Personality Characteristics and the Decisions to Become and Stay Self-Employed, in: Small Business Economics, 42, S. 787-814.

Miner, J. B.; Smith, N. R.; Bracker, J. S. (1992): Defining the Inventor-Entrepreneur in the Context of Established Typologies, in: Journal of Business Venturing, 7, S. 103-113.

Runst, P.; Thomä, J. (2023): Resilient Entrepreneurs? — Revisiting the Relationship between the Big Five and Self-Employment, in: Small Business Economics, 61, S. 417-443.

Runst, P.; Thomä, J. (2025): Personality Traits and the Likelihood of Self-Employment: A Journey into the Crafts' Way of Doing Business, in: German Economic Review, <https://doi.org/10.1515/ger-2024-0033>.

Solomon, S. J.; Mathias, B. D. (2020): The Artisans' Dilemma: Artisan Entrepreneurship and the Challenge of Firm Growth, in: Journal of Business Venturing, 35, 106044.

## Impressum

Für den Inhalt der einzelnen Artikel sind ausschließlich die jeweiligen Autoren verantwortlich

Hrsg.: **Prof. Dr. Friederike Welter** (IfM Bonn, Universität Siegen)  
**Prof. Dr. Matthias Baum** (FGF e.V., Universität Bayreuth)

V.i.S.d.P.: **Dr. Jutta Gröschl** (IfM Bonn).  
**Dr. Madlen Schwing** (FGF e.V.)

Websites: [www.ifm-bonn.org](http://www.ifm-bonn.org)

[www.fgf-ev.de](http://www.fgf-ev.de)