



Bildung und Next Generation | April 2026

Gute Nachrichten: Unternehmertum ist keine Typfrage

Ivo Andrade, Tobias Bürger und Jan Schlüter

Deutschland steht vor der Herausforderung, seine wirtschaftliche Dynamik zu stärken. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Gründungsaktivität, doch diese bleibt seit Jahren hinter ihrem Potenzial zurück. Besonders auffällig: Nur ein geringer Anteil junger Menschen traut sich eine Unternehmensgründung zu und die Selbstständigkeitsquote liegt unter dem EU-Durchschnitt. Unsere Analyse von über 5.400 Befragten zeigt jedoch ein überraschendes Ergebnis: Die Persönlichkeitsunterschiede zwischen Angestellten und Selbstständigen bzw. Gründer:innen sind deutlich geringer, als häufig angenommen. Dies bietet Chancen für Gründung, Intrapreneurship und Unternehmensnachfolge.

1. Wie unternehmerisch ist Deutschland?

Ein einfacher Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands zeigt: Der Wirtschaftsstandort Deutschland weist Schwächen auf, was sich exemplarisch daran erkennen lässt, dass das reale Bruttoinlandsprodukt seit 2019 kaum nennenswert gewachsen ist (Destatis 2026). Um Wohlstand langfristig zu sichern, braucht es ein wirtschaftliches, aber

auch gesellschaftliches Umfeld, das unternehmerisches Handeln fördert und Wachstum ermöglicht. Deutschland als Gründungsstandort mit seinen Rahmenbedingungen spielt hierbei eine zentrale Rolle.

Deutschland fehlt es an Gründungsdynamik: Ein Symptom für die gegenwärtige wirtschaftliche Schwäche ist die vergleichsweise geringe Selbstständigkeitsquote in Deutschland. Besonders deutlich wird dies beim Blick auf junge Menschen: Nur etwa

3 Prozent der jungen Menschen in Deutschland sind selbstständig – ein Wert, der deutlich unter dem EU-Durchschnitt liegt (Eurostat 2023).¹ Hinzu kommt, dass nur 28 Prozent der jungen Menschen (18 bis 30 Jahre) angibt, über die für eine Unternehmensgründung erforderlichen Fähigkeiten zu verfügen – was einen der niedrigsten Werte in den OECD-Ländern darstellt (OECD und European Commission 2023). Dies verdeutlicht, dass unternehmerisches Denken und Handeln in Deutschland bislang noch nicht ausreichend verbreitet sind.

Dabei ist das Thema Unternehmensgründung nicht nur rückblickend relevant, sondern gewinnt vor allem mit Blick auf die Zukunft an Bedeutung. Gerade junge Menschen müssen auf die Arbeitsmärkte der Zukunft vorbereitet werden, die zunehmend von Dynamik und Unsicherheit geprägt sind. Ein unternehmerisches Mindset, geprägt von Eigeninitiative, Innovationsfähigkeit und Risikobereitschaft, kann ihnen dabei helfen, diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen (Andrade und Bürger 2025).

Um besser zu verstehen, wie unternehmerisches Denken entsteht und welche Faktoren Gründungsaktivitäten begünstigen, haben wir auf die Individualebene geblickt und die Unternehmenswerkstatt Deutschland (UWD) beauftragt, die jeweiligen Ausprägungen von Gründungspersönlichkeiten nach Erwerbstätigkeitsstatus und Alter zu untersuchen. Im Zeitraum von Oktober 2023 bis Juli 2025 wurden auf Basis einer Onlinebefragung von 6.461 Teilnehmer:innen acht Persönlichkeitsmerkmale erhoben und analysiert.

2. Persönlichkeitsmerkmale von Unternehmer:innen

Onlinebefragung mit 5.468 Teilnehmer:innen vom Oktober 2023 bis Juli 2025

Ausgehend von acht Persönlichkeitsmerkmalen wurde ein Fragebogen mit insgesamt 60 Items entwickelt. Zur Erfassung der Selbstwahrnehmung bewerteten die Befragten jedes Item auf einer Likert-Skala von 1 („stimme überhaupt nicht zu“) bis 7 („stimme voll und ganz zu“), siehe Abbildung 1; vgl. UWD 2025.

Die Auswahl der acht Merkmale für den Onlinetest „Gründerpersönlichkeit“ basiert auf einer Synthese der Erkenntnisse aus einem theoretischen Modell (Frese und Gielnik 2014) mit den Ergebnissen mehrerer empirischer Studien (Fichter, von Bernstorff und Rohrman 2020; McCarthy et al. 2023; Zhao, Seibert und Lumpkin 2010). Ziel war es, diejenigen Merkmale zu identifizieren, die sich konsistent über verschiedene Ansätze hinweg als relevant für Gründungsneigung und Gründungserfolg erweisen. Ergänzend wurden die fünf soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter, Erwerbstätigkeit, höchster Bildungsabschluss und Bruttojahresgehalt erhoben.

Der Fragebogen wurde als Onlinetest konzipiert und ist auf eine kurze Bearbeitungsdauer von etwa zehn Minuten ausgerichtet. Im Zeitraum von Oktober 2023 bis Juli 2025 nahmen 6.461 Personen an der Onlinebefragung teil. Von den Teilnehmer:innen wurden 993 aufgrund fehlender Angaben (bspw. Geschlecht, Alter und Erwerbstätigkeit), einer deutlich zu niedrigen oder zu hohen Bearbeitungszeit ($t \leq 240$ Sekunden; $t \geq 2.400$ Sekunden) oder sonstiger Auffälligkeiten aussortiert. Die Stichprobe umfasst somit 5.468 Befragte.

Von den 5.468 Befragten sind 2.325 Frauen (42,5 Prozent) und 3.143 (57,5 Prozent) Männer. 61,5 Prozent der Befragten sind angestellt, 38,5 Prozent Selbstständige bzw. Gründer:innen. Die Altersverteilung zeigt, dass 1.188 18- bis 25-Jährige (21,7 Prozent), 1.640 26- bis 35-Jährige (30,0 Prozent), 1.401 36- bis 45-Jährige (25,6 Prozent), 830 46- bis 55-Jährige (15,2 Prozent) und 409 56- bis 68-Jährige (7,5 Prozent) an der Befragung teilgenommen haben.

1 Der EU-Durchschnitt liegt bei über 5 Prozent.

ABBILDUNG 1 **Persönlichkeitsmerkmale und ihre Definition**



Quelle: Eigene Darstellung.

| BertelsmannStiftung

3. Autonomie als starkes Persönlichkeitsmerkmal: Ergebnisse im Detail

Selbstständige bzw. Gründer:innen streben im Gegensatz zu Angestellten eher nach Autonomie und Unabhängigkeit. So zumindest ihre Selbstwahrnehmung. In anderen Persönlichkeitsmerkmalen unterscheiden sie sich jedoch nur geringfügig.

Angestellte und Selbstständige bzw. Gründer:innen unterscheiden sich in allen Persönlichkeitsmerkmalen. Bei allen acht Persönlichkeitsmerkmalen sind die Mit-

telwerte nach Erwerbstätigkeit mit Blick auf Selbstständige bzw. Gründer:innen etwas stärker ausgeprägt. So beispielsweise auch beim Merkmal mit dem jeweils niedrigsten Mittelwert „Risikobereitschaft/-neigung“ (4,18 bei Angestellten, 4,46 bei Selbstständigen bzw. Gründer:innen) oder aber dem Merkmal mit der höchsten Ausprägung „Autonomie/Unabhängigkeitsbestreben“ (5,72 gegenüber 6,17). Demnach zeigt sich, dass Selbstständige bzw. Gründer:innen risikobereiter und autonomer sind – dies wird auch durch durchgeführte statistische Analysen bestärkt.² Allerdings sind die Unterschiede der jeweiligen Ausprägungen untereinander überwiegend klein bis moderat.³ Lediglich mit Blick auf das Merkmal „Autonomie/Unabhängigkeitsbestreben“

2 Bei der Durchführung von t-tests zeigen sich für alle Skalen p-Werte von <0,001.

3 Für alle Persönlichkeitsmerkmale wurden Cohen's d Werte ermittelt, die zwischen -0,256 und -0,338 lagen, „Autonomie/Unabhängigkeitsbestreben“ ausgenommen.

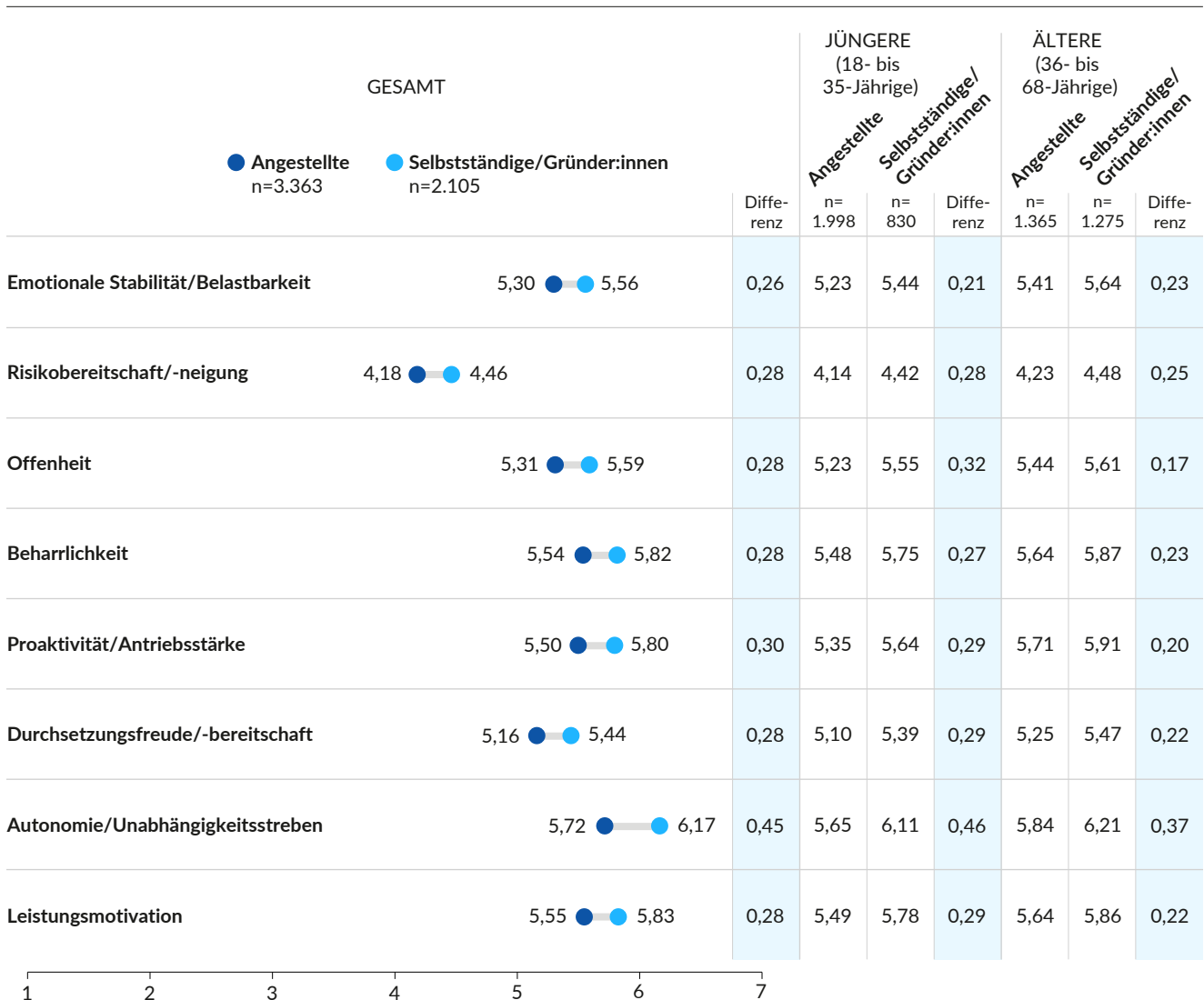
zeigt sich ein bedeutsamer, statistisch signifikanter Unterschied in der Ausprägung zwischen Selbstständigen bzw. Gründer:innen und Angestellten.⁴

Konkret bedeutet dies, dass sich statistisch nachweisbare, aber inhaltlich geringe, Unterschiede zwischen Selbstständigen bzw. Gründer:innen und Angestellten in allen acht Persönlichkeitsmerkmalen feststellen lassen. Ein bedeutsamer Unterschied bezüglich der Selbstwahrnehmung lässt sich nur darin feststellen, dass Selbstständige bzw. Gründer:innen stärker nach Autonomie bzw. Unabhängigkeit streben.

Jüngere Gründer:innen unterscheiden sich deutlicher von Angestellten als ältere, was auf eine Annäherung der Selbstwahrnehmung mit zunehmender Berufserfahrung hindeutet.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch mit Blick auf die Mittelwerte und die statistische Analyse nach Alter. Der Vergleich der Unterschiede nach Erwerbstätigkeit mit Blick auf die unterschiedlichen Altersgruppen zeigt, dass die Mittelwerte sich bei jüngeren Befragten in einer Spanne von 0,21 (Emotionale Stabilität/Belastbarkeit) und 0,46 (Autonomie/Unabhängigkeitsbestreben)

ABBILDUNG 2 Persönlichkeitsmerkmale nach Erwerbsstatus



Die Befragten gaben an, in welchem Maße die einzelnen Persönlichkeitsmerkmale auf sie zutreffen, und bewerteten dies auf einer siebenstufigen Likert-Skala von 1 („stimme überhaupt nicht zu“) bis 7 („stimme voll und ganz zu“).

Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

4 Der Cohen's d Wert beträgt für dieses Persönlichkeitsmerkmal -0,602.

und bei älteren Befragten zwischen 0,17 (Offenheit) und 0,37 (Autonomie/Unabhängigkeitsbestreben) bewegen (siehe Abbildung 2). Befragte Selbstständige bzw. Gründer:innen und Angestellte im Alter von 18 und 35 Jahren unterscheiden sich demnach stärker voneinander als Befragte im Alter zwischen 36 und 68 Jahren. Unterschiede nach Erwerbstätigkeit lassen somit mit dem Alter nach. Trotzdem handelt es sich um moderate Differenzen, die keinen starken Unterschied der Persönlichkeitstypen der jeweiligen Befragten nach Beschäftigungsstatus suggerieren, jedoch einen statistisch nachweisbaren, aber inhaltlich geringeren Unterschied nach Alter darstellen.

Zwei wesentliche Kernerkenntnisse sind somit:

- 1.) Angestellte und Selbstständige bzw. Gründer:innen unterscheiden sich mit Blick auf die untersuchten Persönlichkeitsmerkmale nicht wesentlich voneinander.
- 2.) Die geringen Unterschiede in den Persönlichkeitsmerkmalen von Selbstständigen bzw. Gründer:innen und Angestellten sind bei jungen Menschen vergleichsweise stärker ausgeprägt.

4. Chancen hoher Durchlässigkeit

Angestellte und Selbstständige unterscheiden sich in ihren Persönlichkeitsmerkmalen demnach nur geringfügig. Der einzig klar ausgeprägte Unterschied liegt im stärkeren Autonomie- und Unabhängigkeitsstreben von Selbstständigen bzw. Gründer:innen, was bedeutet, dass unternehmerisches Potenzial nicht auf eine kleine Gruppe mit spezifischen Persönlichkeitsprofilen beschränkt ist.

Aus dieser Beobachtung ergibt sich eine wichtige Chance: Die Durchlässigkeit zwischen Angestelltentätigkeit und Selbstständigkeit ist potenziell hoch. Wenn sich die Persönlichkeitsprofile beider Gruppen nur begrenzt unterscheiden, ist das potenzielle Feld an Selbstständigen bzw. Gründer:innen deutlich größer, als landläufig angenommen wird. Unternehmertum erscheint somit weniger als Ergebnis einer festen Persönlichkeitsdisposition, sondern vielmehr als etwas, das entwickelbar und kontextabhängig ist. Rahmenbedingungen, Erfahrungen und institutionelle Unterstützung können somit entscheidend dazu beitragen,



„Für die nächste Generation ist unternehmerisches Denken eine Schlüsselkompetenz. Es zeigt sich nicht nur in der Gründung neuer Unternehmen, sondern ebenso in der Weiterführung bestehender Betriebe und im innovativen Handeln innerhalb von Organisationen. Deshalb braucht es unternehmerische Bildung und starke Peer-to-Peer-Lernformate, die junge Menschen ermutigen, Verantwortung zu übernehmen – als Gründerinnen und Gründer, als Nachfolgerinnen und Nachfolger oder als Intrapreneure“,
Marek Wallenfels, Director Bildung und Next Generation



unternehmerisches Handeln zu fördern. Eine hohe Durchlässigkeit zwischen unterschiedlichen Erwerbsformen eröffnet dabei verschiedene Wege in unternehmerische Tätigkeit. Dazu zählen insbesondere nebenberufliche Gründungen, die einen risikoärmeren Einstieg in die Selbstständigkeit ermöglichen, Intrapreneurship innerhalb von Unternehmen, bei dem unternehmerisches Denken und Handeln im Angestelltenverhältnis gefördert wird, sowie spätere Wechsel in die Selbstständigkeit im Verlauf der beruflichen Laufbahn.

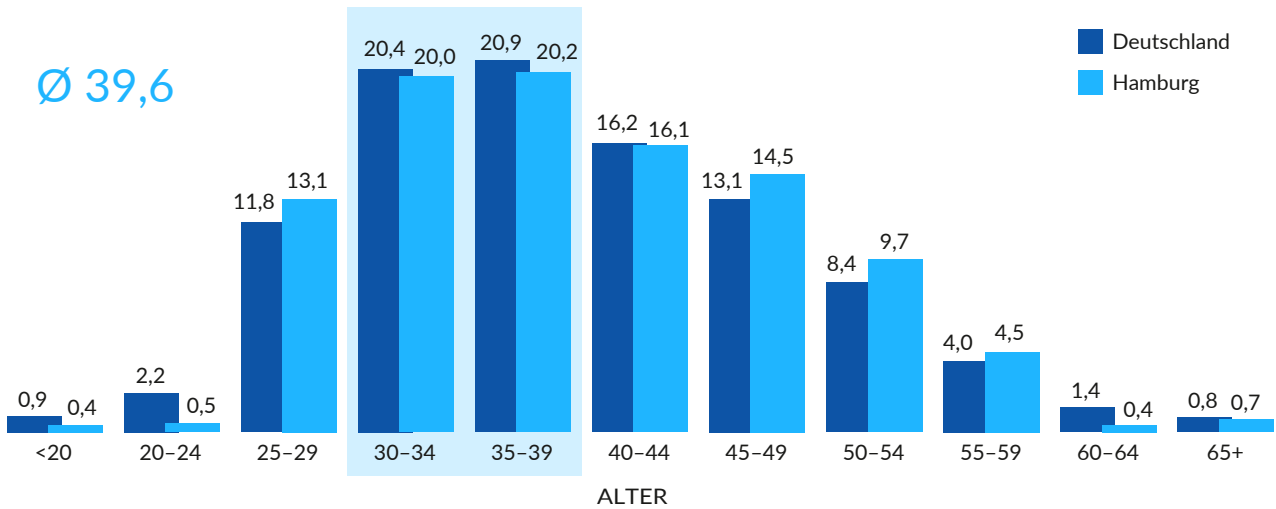
Auch für das Thema Unternehmensnachfolge können die gewonnenen Erkenntnisse relevant sein. In Deutschland streben jährlich rund 109.000 Unternehmen eine Unternehmensnachfolge an (KfW 2026). Gut ein Drittel der von Industrie- und Handelskammern (IHK) beratenden Unternehmen, die eine Unternehmensnachfolgerin bzw. einen Unternehmensnachfolger suchen, erwägen eine Schließung, weil sie keine passenden Nachfolger:innen finden (DIHK 2025).

5. Beispiel: Unternehmensnachfolge in Hamburg

Um zu verstehen, welche Ansätze die Chancen hoher Durchlässigkeit nutzbar machen, lohnt sich ein exemplarischer Blick auf Hamburg. Denn in Hamburg – wie auch bundesweit – steht eine wachsende Zahl von Betrieben durch den bevorstehenden Ruhestand vieler Unternehmer:innen der Babyboomer-Generation vor einem Generationswechsel. Ohne rechtzeitige Übergabe drohen wirtschaftliche Substanz, Arbeitsplätze und gewachsene Wertschöpfungsstrukturen verloren

ABBILDUNG 3 Alter der Übernehmenden nach Jahren

Angaben in Prozent



Quelle: Datenbasis: Alle Übernehmenden 2014-2022, VDB, n=551 (HH) und 10.627 (DE) Übernehmende, Handelskammer Hamburg, eigene Darstellung.

| BertelsmannStiftung

zu gehen. Umso wichtiger ist es, mehr Menschen dafür zu gewinnen und zu befähigen, bestehende Unternehmen zu übernehmen und erfolgreich weiterzuführen.

Die Handelskammer Hamburg unterstützt diesen Prozess gezielt – unter anderem mit einem Unternehmenswertrechner, dem Nachfolgedialog mit externen Expert:innen sowie der Prüfung von Übernahmekonzepten und Finanzierungsplänen. Die Altersstruktur der Übernehmenden verdeutlicht dabei, dass Unternehmensnachfolge über unterschiedliche Abschnitte des Erwerbslebens hinweg relevant ist. Das durchschnittliche Übernahmealter in Hamburg liegt bei 39,6 Jahren. Rund 40 Prozent aller Nachfolgen entfallen auf die Altersgruppe der 30- bis 40-Jährigen. Unter 25-Jährige sind bislang nur vereinzelt vertreten, während in der Altersgruppe der 45- bis 55-Jährigen leicht erhöhte Werte im Vergleich zum Bundesdurchschnitt zu beobachten sind. Diese Verteilung macht deutlich, dass die Übernahme eines bestehenden Unternehmens typischerweise nicht am Beginn, sondern häufiger im weiteren Verlauf des Erwerbslebens erfolgt und entsprechend als eigenständige unternehmerische Option frühzeitig sichtbar gemacht werden sollte.

Unabhängig von dieser Altersverteilung wird deutlich, dass Unternehmensnachfolge nicht nur für Gründungsinteressierte relevant ist. Zunehmend rückt sie

auch für Mitarbeiter:innen in bestehenden Betrieben in den Fokus, die den Schritt aus dem Angestelltenverhältnis in die unternehmerische Verantwortung gehen. Gleichzeitig sensibilisiert die Handelskammer Hamburg insbesondere junge Zielgruppen verstärkt für das Prinzip „Kaufen statt Gründen“ und positioniert die Übernahme eines etablierten Unternehmens als strategisch attraktive Alternative zur Neugründung.

Entscheidend sind nicht Alter oder beruflicher Hintergrund, sondern Neugier, Gestaltungswille und der Mut, Verantwortung zu übernehmen. Deshalb sollte Entrepreneurship – verstanden als unternehmerisches Denken und Handeln, das die Fähigkeit zur Identifikation von Chancen zur Entwicklung innovativer Ideen und zu deren verantwortungsvoller Umsetzung umfasst – früh vermittelt werden, sowohl als Denkweise als auch als Kompetenz. Je früher Menschen diese Fähigkeiten erwerben – also Ideen zu entwickeln, Chancen systematisch zu erkennen, daraus tragfähige Geschäftsmodelle abzuleiten und diese umzusetzen –, desto vielfältiger und resilienter wird unsere künftige Gründungskultur.

Die in dieser Publikation vorgestellten Ergebnisse zeigen, dass sich Persönlichkeitsmerkmale von Selbstständigen bzw. Gründer:innen und Angestellten zwar unterscheiden, diese Unterschiede jedoch geringer ausfallen als angenommen. Das spricht für eine hohe

Durchlässigkeit zwischen beiden Gruppen und verdeutlicht, dass unternehmerisches Denken unabhängig vom beruflichen Status gefördert werden kann und sollte.



Das Potenzial ist da, aber wir lassen es zu oft liegen. Wenn wir weiter mit komplizierten Verfahren, hohen Hürden und zu wenig unternehmerischer Bildung arbeiten, verspielen wir Chancen für Wachstum und Innovation. Im Sinne unserer Standortstrategie Hamburg 2040 geht es darum, unternehmerisches Denken gerade bei jungen Menschen frühzeitig zu fördern und stärker zu vermitteln, dass neben der Neugründung auch die Übernahme eines bestehenden Unternehmens ein attraktiver und oft unterschätzter Weg in die Selbstständigkeit sein kann. So sichern wir die Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit der Hamburger Wirtschaft.

Dr. Malte Heyne, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Hamburg



Die Standortstrategie der Hamburger Wirtschaft „Hamburg 2040: Wie wollen wir künftig leben – und wovon?“, die 2020 ins Leben gerufen wurde, um die langfristige wirtschaftliche Entwicklung der Stadt aktiv zu gestalten und Hamburg als führenden Wirtschaftsstandort zu positionieren, stellt die Fachkräftegewinnung sowie das lebenslange Lernen als ein zentrales Handlungsfeld für eine zukunftsfähige Wirtschaftsregion heraus. Unter dem lebenslangen Lernen versteht die Handelskammer Hamburg Bildung als lebenslange, ganzheitliche Aufgabe, die für alle Bürger:innen auf exzellentem Niveau zugänglich ist – von der Schule bis zur Hochschule und in der Weiterbildung. Besonders wichtig sind hier flexible Fortbildungen und innovative Lernformen, die Zukunftskompetenzen vermitteln.

Die Hamburger Wirtschaft ist überzeugt davon, dass der systematische, frühzeitige und niedrigschwellige Zugang zu relevanten Informationen rund um Gründung und Unternehmensübernahme entscheidend ist, um frühzeitig unternehmerische Potenziale zu erschließen, fundierte Entscheidungen zu ermöglichen und die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Hamburg langfristig zu sichern.

Gründungsberatung für alle Generationen

Die Gründungsberatung der Handelskammer Hamburg leistet hierzu einen wertvollen Beitrag. Rund 1.000 Gründungsgespräche – von Einstiegsberatungen über Businessplan-Feedback bis hin zu Stellungnahmen für die Agentur für Arbeit – führte das Team Gründung der Handelskammer Hamburg im Jahr 2025 durch. Dabei werden unterschiedliche Lebens- und Erwerbsphasen berücksichtigt, die die verschiedenen Abschnitte im Berufsleben abbilden, in denen Menschen den Schritt in die Selbstständigkeit erwägen. Dazu zählen zum Beispiel Minderjährige, die sich selbstständig machen möchten, Personen mit dem Bedarf einer Ersteinschätzung zum Businessplan, angehende Gründer:innen mit Unterstützungsbedarf beim Gründungszuschuss sowie Angestellte, die sich neben einem bestehenden Arbeitsverhältnis oder im weiteren Verlauf ihres Erwerbslebens selbstständig machen wollen.

Die Unternehmensübernahme als unternehmerischer Karriereweg

Ein besonderer Impuls erfolgte dabei durch eine Veranstaltung zum Thema „Entrepreneurship through Acquisition (ETA)“, die das Modell der Unternehmensübernahme als eigenständigen unternehmerischen Karriereweg in den Mittelpunkt stellte und praxisnah über Chancen, Anforderungen und Finanzierungsmöglichkeiten informierte. Auffällig war dabei die Altersstruktur des Publikums: Mit einem durchschnittlichen Alter zwischen Mitte 20 und Anfang 30 zeigte sich, dass das Thema Übernahme zunehmend auch für jüngere Zielgruppen an Attraktivität gewinnt und frühzeitig als unternehmerische Option wahrgenommen wird.

Unternehmertum ist kein exklusives Persönlichkeitsmerkmal weniger, sondern eine realistische Perspektive für viele.

Die Unterschiede zwischen Angestellten und Gründer:innen bzw. Selbstständigen sind zumindest innerhalb dieser Untersuchung deutlich kleiner, als häufig angenommen wird. Damit liegt ein großes, bislang unzureichend erschlossenes Potenzial für Gründung

und Unternehmensnachfolge in der Mitte der Gesellschaft. Entscheidend ist daher, unternehmerisches Denken frühzeitig zu fördern, Übergänge zwischen Anstellung und Selbstständigkeit zu erleichtern und Unternehmensübernahmen stärker als eigenständigen Karriereweg sichtbar zu machen. Gerade angesichts der vielen bevorstehenden Unternehmensnachfolgen

wird deutlich: Wer mehr Menschen für unternehmerische Verantwortung gewinnt, stärkt Innovation, sichert Arbeitsplätze und erhält wirtschaftliche Substanz. Gute Nachrichten für die Unternehmensnachfolge sind deshalb vor allem eines: die Erkenntnis, dass Gründer:in oder Selbstständige:r zu werden, für weit mehr Menschen möglich ist, als oft angenommen.

Quellenverzeichnis

Andrade, Ivo, und Tobias Bürger (2025). „Welche Unterstützung junge Menschen bei Unternehmensgründungen wichtig finden“. *Wirtschaftsdienst* (105) 2. 138–142.

Destatis (2026). „Inlandsproduktberechnung – Erste Jahresergebnisse – Fachserie 18 Reihe 1.1 – 2025“. https://www.destatis.de/DE/Service/Bibliothek/_publikationen-fachserienliste-18.html (Download 1.4.2026).

Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) (Hrsg.) (2025). *DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2025: Zeit zu handeln – Unternehmensnachfolge einfacher machen!* <https://www.dihk.de/de/newsroom/unternehmensnachfolge-report-2025-157794> (Download 1.4.2026).

Eurostat (2023). „Employment and Unemployment (LFS) Database“. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/database> (Download 1.4.2026).

Fichter, Lucas, Charlotte von Bernstorff und Sonja Rohrmann (2020). „The necessity of targeted aptitude diagnostics for company founders: relationships between personality traits, perceived stress, satisfaction, and performance“. *Heliyon* (6) 9. DOI: [10.1016/j.heliyon.2020.e04987](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04987).

Frese, Michael, und Michael M. Gielnik (2014). „The Psychology of Entrepreneurship“. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* (1) 1. 413–438.

Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) (2026). *Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2025: Pläne für Geschäftsaufgaben wachsen erneut – Kaufpreisvorstellungen deutlich gestiegen.* https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/News-Details_876800.html (Download 1.4.2026).

McCarthy, Paul X., Xian Gong, Fabian Braesemann, Fabian Stephany, Marian-Andrei Rizoiu und Margaret L. Kern (2023). „The impact of founder personalities on startup success“. *Scientific reports* (13) 1. 17200.

OECD, und European Commission (2023) *The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. Paris: OECD Publishing.

Unternehmenswerkstatt Deutschland (UWD) (2025). „Gründerpersönlichkeitstest“. <https://www.uwd.de/gruenderpersoenlichkeit> (Download 1.4.2026).

Zhao, Hao, Scott E. Seibert und G. Thomas Lumpkin (2010). „The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review“. *Journal of Management* (36) 2. 381–404.

Impressum

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

April 2026

Herausgeber

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0
www.bertelsmann-stiftung.de

Autoren | Kontakt

Ivo Andrade
Project Manager „Junge Menschen und Wirtschaft“
Bertelsmann Stiftung
Telefon +49 5241 81-81248
ivo.andrade@bertelsmann-stiftung.de

Tobias Bürger
Co-Projektleiter „Junge Menschen und Wirtschaft“
Bertelsmann Stiftung
Telefon +49 5241 81-81832
tobias.buerger@bertelsmann-stiftung.de

Jan Schlüter
Team Gründung und Förderung
Handelskammer Hamburg
Telefon +49 4036 138623
jan.schlueuter@handelskammer-hamburg.de

Lektorat

Rudolf Jan Gajdacz, München

Titelfoto

© Yuliia - stock.adobe.com / KI-generiert

Gestaltung

Markus Diekmann, Bielefeld

DOI [10.11586/2026056](https://doi.org/10.11586/2026056)

ID3024