



Soziales Wesen oder kalter Zahlenmensch?

Ein empirischer Vergleich der Einstellungen von Unternehmenslenkern zu Steuern, Standort und Mitarbeitern



Impressum

Herausgeber:



Stiftung Familienunternehmen

Prinzregentenstraße 50

80538 München

Tel.: +49 (0) 89 / 12 76 400 02

Fax: +49 (0) 89 / 12 76 400 09

E-Mail: info@familienunternehmen.de

www.familienunternehmen.de

Bearbeitet von:

M.Sc. Wirtschaftspsychologe Max Rasser

Dr. Detlef Keese

Dipl. Vwl. Niclas Ruffer

Prof. Dr. Michael Woywode

Unter Mitwirkung von:

Jan-Klaus Tänzler, Hannah Sperling

ifm MANNHEIM
institut für mittelstandsforschung

Kontakt: keese@ifm.uni-mannheim.de

UNIVERSITÄT
MANNHEIM

© Stiftung Familienunternehmen, München 2014

Abdruck und Auszug mit Quellenangabe

ISBN: 978-3-942467-24-7

Vorwort

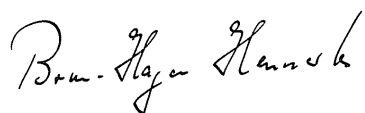
Der Homo oeconomicus ist ein Erklärungsmuster, welches in der Wissenschaft als Grundlage für viele Modelle zur Erklärung wirtschaftlichen Verhaltens dient. Aber das Bild des Menschen, der weiß, wie er für sich den größten Nutzen herausholt und stets nach diesem Muster handelt, greift viel zu kurz. Wer als Familienunternehmer oder als Fremdmanager ein Unternehmen führt, der bewegt sich in einer weitaus komplexeren Realität, als es das oft kolportierte Bild vom Gewinnmaximierer zulässt.



Die vorliegende Studie untersucht Fragen zur Rationalität von unternehmerischen Entscheidungen. Sie vergleicht dabei die Einstellungen von Unternehmenslenkern aus Konzernen in anonymem Streubesitz und Familienunternehmern zu Steuern, Staat und Gesellschaft: Welche Einstellung haben sie zum Standort Deutschland und wie gerecht empfinden sie ihre Steuerbelastung? Welche Rolle spielen Faktoren, die typischerweise Familienunternehmen zugeordnet werden – wie beispielsweise der Wunsch, familiäre Kontinuität zu wahren, möglichst von fremder Finanzierung unabhängig zu sein oder den Mitarbeitern ein stabiles Beschäftigungsumfeld zu schaffen?

Die Studie gibt erstmals wissenschaftlich belastbare Antworten: Sie zeigt Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen. Die gewonnenen Ergebnisse und Befunde geben zudem Einblick in die unterschiedlichen Wertewelten.

Ich wünsche eine anregende Lektüre.



Prof. Dr. Dr. h.c. Brun-Hagen Hennerkes
Vorstand der Stiftung Familienunternehmen

Inhalt

Vorwort.....	I
Executive Summary.....	V
1 Einführung.....	1
2 Theoretische Grundlagen.....	6
2.1 Familienunternehmen und ihre Besonderheiten	6
2.1.1 Definition Familienunternehmen.....	6
2.1.2 Bedeutung der Familienunternehmen	7
2.1.3 Wertorientierung, Eigenheiten, Ziele und Differenzierungsmerkmale von Familien- unternehmen im Spiegel der wissenschaftlichen Literatur	7
2.2 Menschenbilder in den Wirtschaftswissenschaften.....	8
2.2.1 Die Modellannahmen zum Homo Oeconomicus	8
2.2.2 Widersprechende Theorien zum Homo Oeconomicus.....	9
2.3 Kernkonzepte der Steuerpsychologie	11
2.3.1 Das klassische Modell der Steuervermeidung	11
2.3.2 Erweiterungen des klassischen Modells der Steuervermeidung	11
2.3.3 Erweitertes Modell der empirischen Befunde zum Thema Steuerzahlen nach Fischer	12
2.3.4 Determinanten des Steuerwiderstandes	15
2.3.5 Modell der Steuerzufriedenheit	15
2.3.6 Grundlegende Gerechtigkeitsprinzipien bei der Bewertung von Steuerarten	16
2.3.7 Reaktionen auf Steuerunzufriedenheit.....	17
2.4 Theoretische Schlussfolgerungen.....	18
3 Methodische Anmerkungen zur Untersuchung.....	20
3.1 Entwicklung des Fragebogens	20
3.2 Durchführung der Befragung	22
3.3 Auswertungsverfahren	23
3.4 Kritische Anmerkungen.....	23
4 Ziele, Motivationen und Einschätzungen zur Besteuerung und der Einfluss des Familienunternehmensstatus sowie betrieblicher Merkmale.....	25
4.1 Vergleiche der Ziele, Motivationen und Einschätzungen zur Besteuerung von Familien- und Nicht-Familienunternehmen	25
4.2 Der Zusammenhang von Zielen, Motivationen und Einschätzungen und den betrieblichen Merkmale	42
4.3 Validierung der Bedeutung des Familieneinflusses und der betrieblichen Merkmale in Bezug auf die Ziele, Motivationen und Einschätzungen	45
5 Die Bedeutung der Ziele und Motivationen für die Einschätzungen zur Besteuerung.....	57
5.1 Der Zusammenhang der Ziele und Motivationen mit ausgewählten Einschätzungen zur Besteuerung.....	58

5.2	Validierung der Zusammenhänge zwischen ausgewählten Einschätzungen der Besteuerung und Zielen und Motivationen	63
6	Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander.....	69
6.1	Zusammenhänge der jeweiligen Einschätzungen zur Besteuerung.....	69
6.2	Multivariate Betrachtung der Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander	74
7	Folgerungen aus den gefundenen Ergebnissen	81
7.1	Ziele, Motivationen und Risikoverhalten	81
7.2	Identifikation mit und Bindung an den Standort Deutschland	81
7.3	Bewertung verschiedener steuerlicher Prinzipien	82
7.4	Bewertung der eigenen Steuerbelastung	83
7.5	Conclusio	84
8	Literatur.....	86
	Anhang.....	90
	Abbildungsverzeichnis.....	139
	Anhangsverzeichnis.....	140

Executive Summary

Ziele von Familien- und Nicht-Familienunternehmen

Familienunternehmen verfolgen im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen eher soziale und mitarbeiterorientierte Motive. Dies äußert sich zum Beispiel darin, dass 92,2 Prozent der Familienunternehmen es gegenüber 76,5 Prozent der Nicht-Familienunternehmen für eher oder sehr wichtig halten, ihren Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten. In Übereinstimmung mit diesem Ergebnis gaben 59,7 Prozent der Familienunternehmen gegenüber 43,7 Prozent der Nicht-Familienunternehmen an, dass sie als Unternehmen sehr stark oder stark soziales Engagement (wie z.B. die Unterstützung von karitativen, sportlichen Aktivitäten, Vereinen oder Stiftungen etc.) betreiben. Diese Prioritäten deuten besonders im Falle der Familienunternehmen auf ein nicht ausschließlich an wirtschaftlichen Vorteilen orientiertes Wertesystem hin. Bei rendite- und qualitätsorientierten Zielen sind beide Unternehmenstypen nahezu gleichauf. So stuften beispielsweise in beiden Gruppen 78 bzw. 79 Prozent der Unternehmen das Ziel „die Rentabilität des Unternehmens zu steigern“ als sehr oder eher wichtig ein. Das Ziel qualitativ hochwertige Produkte oder Dienstleistungen herzustellen, war jeweils für 76 Prozent der befragten Unternehmen sehr wichtig. Deutliche Gruppenunterschiede stellten sich hinsichtlich der folgenden zwei Ziele ein: Die Ziele „das Überleben des Unternehmens langfristig zu sichern“ sowie „die Unabhängigkeit des Unternehmens zu wahren“, haben für Familienunternehmen einen signifikant höheren Stellenwert als für Nicht-Familienunternehmen. So gaben 62,2 Prozent der befragten Familienunternehmen an, dass die Unabhängigkeit des Unternehmens für sie äußerst wichtig sei, bei Nicht-Familienunternehmen waren es nur 29,6 Prozent. Das Überleben des Unternehmens langfristig zu sichern, war für 83,7 Prozent der Familienunternehmen äußerst wichtig, bei Nicht-Familienunternehmen waren es nur 69,9 Prozent.

Risikoverhalten

Bezogen auf die Einstellung gegenüber Risiken unterscheiden sich Familienunternehmen nicht so deutlich von Nicht-Familienunternehmen, wie es auf Grundlage des theoretischen Kenntnisstandes zu erwarten gewesen wäre. Tendenziell konnte in beiden Gruppen eine eher geringe Risikoneigung identifiziert werden, d.h. unternehmerische Entscheidungen werden mit Vorsicht getroffen. So gaben ca. 42 Prozent der befragten Unternehmen an, dass Unternehmensentscheidungen vor allem oder eher unter dem Gesichtspunkt der Risikominimierung getroffen werden. Die Aversion gegenüber Risiken ist jedoch gepaart mit einer maßvollen Rendite-/Rentabilitätsorientierung. Hier unterschieden sich Familienunternehmen nicht signifikant von Nicht-Familienunternehmen.

Bewertung von Steuerarten und Besteuerung

Beim Vergleich der Bewertung verschiedener Steuerprinzipien durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen spiegelt sich die Unterschiedlichkeit der Zielsysteme (Unabhängigkeit und Langfristorientierung) nicht wider. Steuerprinzipien, die auf die soziale Verpflichtung der Unternehmen und ihrer Eigentümer abheben, werden in beiden Unternehmensgruppen hoch geachtet. Beispielsweise sind circa 90 Prozent der befragten Entscheider in beiden Unternehmensgruppen der Meinung, dass es sehr wichtig oder wichtig ist, Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten. Die Aussage, dass es eine moralische Verpflichtung sei Steuern zu zahlen, erhielt ebenfalls von circa 90 Prozent der befragten Unternehmen sehr hohe oder hohe Zustimmung. Weiterhin sind circa 63 Prozent aller Unternehmen der Meinung, man sollte bereit sein, seinen Beitrag zur Finanzierung des Gemeinwesens zu leisten, auch wenn andere Akteure mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen. Diese Einschätzungen lassen in beiden Unternehmensgruppen auf eine eher soziale Einstellung in steuerlichen Angelegenheiten schließen, die von einer egoistischen Einstellung, die nur Nehmen und nicht Geben kennt, deutlich abweicht. Insgesamt legt die Analyse der Bewertung von Steuerprinzipien nahe, dass die von uns befragten Unternehmen dem Bild des „Good Corporate Citizen“ recht gut entsprechen.

Es ist jedoch notwendig, einen differenzierten Blick auf verschiedene Steuerarten zu werfen. Die Besteuerung von Vermögen findet in beiden Unternehmenstypen wenig Zustimmung, wobei Familienunternehmen dieser Steuerform besonders kritisch gegenüberstehen. Dies äußert sich auch darin, dass 57,8 Prozent der Familien- und 46,1 Prozent der Nicht-Familienunternehmen dieses Steuerprinzip eher oder vollkommen unangemessen finden. Die stärkere Ablehnung des Vermögensteuerprinzips durch Familienunternehmen kann wahrscheinlich auf deren spezifisches Zielsystem zurückgeführt werden (Erhalt der Unabhängigkeit und Langfristorientierung). Im Allgemeinen wird das Prinzip der Vermögensbesteuerung besonders von Unternehmen abgelehnt, die soziales Engagement freiwillig und nicht ökonomisch motiviert betreiben. Weiterhin sprechen sich diejenigen Unternehmen besonders ausdrücklich gegen die Vermögensteuer aus, die in den vergangenen Jahren Teile ihrer Gewinne thesauriert haben. Eine Besteuerung der Unternehmen auf Basis der erzielten Gewinne findet dagegen die Zustimmung einer deutlichen Mehrheit der Unternehmen.

Die Erbschaftsteuer halten in beiden Unternehmensgruppen weniger als 17 Prozent der Befragten für eher oder sehr gerecht. Die Erbschaftsteuer wird vor allem von Unternehmen als ungerecht bewertet, die vor 1945 gegründet wurden und daher schon mehrfach mit dieser Steuerform konfrontiert waren sowie von Unternehmen, die in den letzten fünf Jahren eine Unternehmensnachfolge durchgeführt haben. Die genannten Charakteristika treffen insbesondere auf Mehrgenerationen-Familienunternehmen zu, was impliziert, dass sich gerade dieser Teil der Familienunternehmen durch die Erbschaftsteuer bedroht oder benachteiligt fühlt.

Bezogen auf die tatsächliche eigene Besteuerung fühlen sich Familienunternehmen im Vergleich zu anderen Unternehmen stärker besteuert und haben generell den Eindruck, dass die staatlichen Leistungen nicht dem Aufwand entsprechen, den sie in Form von Steuern zahlen. In Übereinstimmung damit gaben 37,8 Prozent der Familienunternehmen im Gegensatz zu 28,9 Prozent der Nicht-Familienunternehmen an, dass dieses Verhältnis von Geben und Nehmen wenig oder überhaupt nicht stimmen würde. Zwischen den Einschätzungen zu allgemeinen Steuerprinzipien und der Beurteilung der eigenen Besteuerung besteht ein direkter Zusammenhang. So schätzen Unternehmen ihre individuelle Steuerbelastung eher als gerecht ein, wenn Einsicht in die Notwendigkeit der Finanzierung von Staatsaufgaben vorhanden ist.

Standort Deutschland

Besonders Familienunternehmen zeichnen sich durch eine starke Bindung an den Standort Deutschland aus. So geben 84,1 Prozent der Familienunternehmen gegenüber 78,7 Prozent der Nicht-Familienunternehmen an, dass es ihnen sehr oder ziemlich wichtig sei, am Standort Deutschland ansässig zu sein. Das Bekenntnis zum Standort Deutschland ist bei beiden Unternehmenstypen stärker, wenn Steuerzahlen als relevant zur Gewährleistung der staatlichen Handlungsfähigkeit angesehen wird oder wenn die Ziele der Langfristorientierung, Unternehmensunabhängigkeit sowie der Exzellenzerreichung im Tätigkeitsfeld verfolgt werden.

Die Standorttreue der Unternehmen scheint in diesem Zusammenhang sowohl von wirtschaftlich rationalen, als auch von sozial orientierten Motiven getragen zu werden. Das Vertrauen in den Staat und seine Institutionen ist – insbesondere im Vergleich zu anderen europäischen und außereuropäischen Industrieländern – sowohl bei Familien- als auch bei Nicht-Familienunternehmen eher hoch. So geben circa 70 Prozent aller befragten Unternehmen an, sehr hohes oder hohes Vertrauen in die deutsche Gerichtsbarkeit zu haben.

Allgemein sind Unternehmen, die sich stark mit der Gesellschaft identifizieren, eher bereit, Steuern zu zahlen, selbst wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen. Wie unsere Befragung zeigt, gibt es jedoch eine kleine Gruppe von Unternehmen (circa 8 Prozent), die sich bereits heute vorstellen kann, bei einer hypothetischen Einführung der Vermögensteuer in Deutschland in Höhe von 1,5 Prozent, mit ihrem Unternehmen den Standort Deutschland zu verlassen. Im Falle einer Verschärfung der Erbschaftsteuer oder einer sonstigen Verschlechterung der steuerlichen Situation für Unternehmen ist damit zu rechnen, dass dies auch größere Gruppen von Unternehmen dazu bringt, ihre Geschäftsstrategie zu überdenken und gegebenenfalls den Standort Deutschland zu verlassen. Im Rahmen der Steuergestaltung sollte weiterhin berücksichtigt werden, dass sich Familienunternehmen bereits heute steuerlich insgesamt ungerechter behandelt fühlen als Nicht-Familienunternehmen. Damit sie weiterhin ihre wichtigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beiträge leisten, sollte man sie auch zukünftig fair behandeln. Zusammenfassend

kann gesagt werden, dass Unternehmer, die dem Bild eines egoistischen und kalten Zahlenmenschen entsprechen, besonders selten in Familienunternehmen anzutreffen sind, wobei auch die Führungskräfte in Nicht-Familienunternehmen in Deutschland nur in Ausnahmefällen ohne Einschränkung das Ziel der Gewinnmaximierung verfolgen.

Informationen zur empirischen Untersuchung

In der vorliegenden Studie werden größere bis große mittelständische Unternehmen, insbesondere Familienunternehmen, analysiert. Für diese Gruppe von Unternehmen besitzt die Themenstellung der Arbeit besondere Relevanz. Zur Durchführung der empirischen Erhebung wurde daher aus der Grundgesamtheit aller in Deutschland registrierten Unternehmen eine gleichmäßig geschichtete Stichprobe der deutschen Unternehmenslandschaft mit mehr als 50 Mitarbeitern in 5 Mitarbeitergrößenklassen gezogen. Ein weiteres Schichtungskriterium war die Branchenzugehörigkeit. Die Auskünfte wurden mit Hilfe von computergestützten Telefoninterviews erhoben, wobei es sich bei den Auskunftspersonen immer um den Leiter des Unternehmens, zumeist den Eigentümer, handelte. Am Ende der Befragungsperiode lagen 587 auswertbare Interviews von den 6.625 angefragten Unternehmen vor, was einer Ausschöpfungsquote von 10,6 Prozent entspricht. Auf Basis der erhobenen Daten lassen sich repräsentative Aussagen für Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern treffen. Die Unternehmen, für die auswertbare Daten vorliegen, gehören zu 21,1 Prozent zum Bereich der Dienstleistungen, zu 25 Prozent zum Bereich des Handels, zu 50,3 Prozent zum Produzierenden Gewerbe und zu 3,6 Prozent zu anderen Branchen. Weiterhin gliederten sich die erhaltenen Datensätze in den Mitarbeitergrößenklassen wie folgt: 50 – 99 Mitarbeiter = 14,5%, 100 – 249 Mitarbeiter = 22,3 %, 250 – 499 Mitarbeiter = 20,2%, 500 – 999 Mitarbeiter = 14,2% und > 1000 Mitarbeiter = 28,7%. Die Einteilung der befragten Unternehmen in Familien- und Nicht-Familienunternehmen wurde anhand der F-PEC Skala vorgenommen, die in der einschlägigen Literatur zur Erforschung von Familienunternehmen herangezogen wird, um den Grad des Familieneinflusses auf die Führung des Unternehmens zu messen. Sofern der F-PEC Wert einen kritischen Wert übersteigt, der Einfluss der Familie auf die Führung des Unternehmens also überdurchschnittlich hoch ist, wird das Unternehmen als Familienunternehmen klassifiziert. Andernfalls wird das Unternehmen als Nicht-Familienunternehmen eingestuft.

1 Einführung

In der Volkswirtschaftslehre galt über lange Zeit das Modell des Homo Oeconomicus, eines rationalen Maximierers von Nutzen und Gewinn, als geeignete Abstraktion der handelnden Einheiten seien es nun Konsumenten oder Produzenten, um zahlreiche ökonomische Fragestellungen zu thematisieren. Dieses Modell wurde zwar nicht unbedingt als völlig adäquate Abbildung der Realität angesehen, jedoch als eine gute Näherung an die Wirklichkeit menschlichen Verhaltens akzeptiert. Unter dem Homo Oeconomicus wird also ein Individuum verstanden, das (weitgehend) rational handelt, um seinen eigenen Nutzen zu maximieren. Es wird weiterhin davon ausgegangen, dass der Homo Oeconomicus auf Restriktionen reagieren kann und bereits von vornherein feststehende Präferenzen besitzt und sich diesen - bewusst oder unbewusst - entsprechend verhält. Auch wenn bei der Theoretisierung rund um den Homo Oeconomicus vom Individuum ausgegangen wird, soll der Homo Oeconomicus letztendlich dazu dienen, wirtschaftliche Phänomene auf aggregierter Ebene versteh- und erklärbar zu machen. Dieses Vorgehen wurde und wird von wissenschaftlicher Seite für viele ökonomische Problemstellungen als adäquat akzeptiert.

Die Frage bleibt jedoch, inwieweit das Modell des Homo Oeconomicus, das von rational agierenden Individuen ausgeht, die grundsätzlich alle ihnen zugänglichen Informationen in ihre Entscheidungen einbeziehen, tatsächlich den realen Verhältnissen entspricht und was die Abweichungen zwischen Theorie und Realität im Rahmen ökonomisch relevanter Fragestellungen bedeuten können, z.B. wenn das Verhalten von Familienunternehmen und den ihnen gehörenden Unternehmen in den Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses gerückt wird.

Es gibt viele Hinweise darauf, dass sich Familienunternehmen von Nicht-Familienunternehmen, insbesondere von börsennotierten Publikumsgesellschaften, in ihren unternehmerischen Verhaltensweisen signifikant unterscheiden. Durchschnittsbetrachtungen, bei denen ein repräsentatives Unternehmen mit einer stark vereinfachten Kapitalstruktur und Produktionsfunktion unterstellt wird, verbieten sich daher. In der jüngeren wirtschaftswissenschaftlichen Forschung wird diese Erkenntnis aufgegriffen und betont, dass es in der Ökonomie weder um das Verstehen und Erklären spezifischer Entscheidungen von Einzelnen noch um pauschale Durchschnittsbetrachtungen geht, sondern um das Erkennen von Mustern und Typisierungen; erst dies erlaubt letztlich die Ableitung systematischer, ökonomisch relevanter Erkenntnisse.

In der angewandten wirtschaftswissenschaftlichen Forschung wird zumeist Wert darauf gelegt, dass die Brauchbarkeit der verwendeten Erklärungsstrukture für die praktischen Zwecke von Wirtschaft, Politik und Verwaltung sichergestellt ist, auch wenn dies bedeutet, dass man von einfachen - wissenschaftlich teilweise faszinierenden - modellbasierten Lösungen Abstand nehmen muss. Es ist letztlich eine Debatte um die Frage nach „Rigor versus Relevance“ in der

wirtschaftswissenschaftlichen Forschung und wirtschaftspolitischen Beratung. Gerade was die Analyse, Prognose und Steuerung von unternehmerischem Verhalten angeht, benötigen Politik und Verwaltung realitätsnahe Beschreibungen und Modelle der Wirtschaftsakteure, auf deren Schlussfolgerungen sie sich verlassen können. Das Modell des Homo Oeconomicus kann für viele Märkte und Entscheidungssituationen als erste Annäherung an die Realität verstanden werden. Gleichzeitig sollte man aber auch akzeptieren, dass viele der Annahmen hinsichtlich des erwartbaren Verhaltens von Wirtschaftssubjekten im Modell Homo Oeconomicus unangemessen sind.

Eine wichtige Beobachtung, die in empirischen Untersuchungen zum menschlichen Verhalten gemacht wurde und die den Annahmen des Homo Oeconomicus widerspricht, betrifft den Wunsch nach Reziprozität (Klages, 2005). Der Wunsch nach Reziprozität veranlasst beispielweise einen Akteur, bei erfahrener Ungerechtigkeit durch einen Anderen, das Gegenüber zu bestrafen, auch wenn der Akteur selbst dadurch (Nutzen) Einbußen erleidet. Dies gilt selbst dann, wenn er den anderen nie wieder treffen sollte, sein Verhalten also nicht mit einer Bestrafungsstrategie im Sinne von auf dem Prinzip des Homo Oeconomicus basierenden spieltheoretischen Modellen erklärbar ist.

Dass Tätigkeiten nicht primär durch einen hohen monetären Ertrag motiviert werden müssen, sondern häufig deswegen ausgeübt werden, weil sie hohe Befriedigung und damit intrinsische Motivation mit sich bringen oder die Möglichkeit geben, die eigenen Fähigkeiten weiterzuentwickeln, gehört ebenfalls zu den wichtigen, in der Ökonomie erst kürzlich gemachten Entdeckungen (Osterloh & Frey, 2008).

Die experimentelle Wirtschaftsforschung ebenso wie die psychologische Forschung, die sozialpsychologische Forschung oder die Neurowissenschaften konnten nicht nur zeigen, dass das menschliche Motivspektrum viel umfangreicher ist, als das Anstreben des maximalen Gewinns oder Eigennutzes, sondern auch, dass menschliche Rationalität nicht als universell gegeben angesehen werden kann (Kirchgässner, 2000). So bewerten Menschen beispielsweise den Nutzen dessen, was sie besitzen, unverhältnismäßig hoch gegenüber Dingen, die sich nicht in ihrem Besitz befinden. Das muss aber nicht bedeuten, dass das Verhalten des Menschen und seine Entscheidungen chaotisch und nicht erklärbar sind, sondern nur, dass das Verhalten von Menschen oder Organisationen in vielen Bereichen und Entscheidungssituationen mit anderen Modellen erklärt werden sollte als mit dem des traditionellen Homo Oeconomicus. Mit dem Modell des Homo Oeconomicus wird der Akteur in seiner Rationalität überschätzt und in seinem Streben nach Nutzenmaximierung bzw. Gewinn unzutreffend dargestellt (Nienhaus, 2008).

Dass sich Unternehmen nicht einzig und allein dem Kalkül der Gewinnmaximierung unterwerfen, sprach schon vor vielen Jahren der Unternehmer David Packard, Mitbegründer von Hewlett-Packard, an: "Ich denke, viele Leute gehen fälschlicherweise davon aus, dass eine Unternehmung bloß bestehe, um Gewinn zu machen. Zwar ist dies ein wichtiges Ergebnis der Existenz eines

Unternehmens, aber wir müssen weiter fragen, um die echten Gründe für unser Dasein zu erfassen. Wenn wir dieser Frage nachgehen, kommen wir unausweichlich zum Schluss, dass eine Gruppe von Menschen sich zu einem Unternehmen, einer Institution zusammenschließt. Auf diese Weise bringen sie gemeinsam etwas zustande, was sie allein nicht hätten tun können -- sie leisten einen Beitrag an unsere Gesellschaft, eine Aussage, die abgedroschen tönt, aber sie ist fundamental." Immer häufiger wird in der Wissenschaft versucht, die von der Verhaltensökonomik entdeckten Werte und moralischen Argumente im tatsächlichen Wirtschaften von Unternehmen nachzuweisen (Schröder, 2011). Dazu gehört auch, die Vielfalt der Unternehmen, die unsere Wirtschaft ausmachen, genauer zu betrachten. Man kann davon ausgehen, dass Familienunternehmen eine besondere Gruppe von Unternehmen darstellen, die sich in ihren Eigenschaften, ihren Handlungsrouinen, ihren Werten und in ihren Verhaltensweisen von anderen Unternehmen deutlich unterscheiden (Simon et al. 2005). Daher sollte man die Besonderheiten von Familienunternehmen bei den Analysen und Interpretationen im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Fragestellungen unbedingt berücksichtigen. Für diesen Unternehmenstypus wurde beispielsweise in Untersuchungen belegt, dass Werte eine besondere Rolle im Unternehmensalltag spielen. Das gilt nicht nur im Innenverhältnis zu den Mitarbeitern und Gesellschaftern, sondern auch nach außen zu den Kunden und Lieferanten und darüber hinaus zu weiteren Stakeholdern. So wird dem Familienunternehmer nachgesagt, ein besonderes Verantwortungsgefühl gegenüber der Region und der Gesellschaft zu besitzen. Aber auch hinsichtlich ihres Finanzierungs- und Investitionsverhaltens oder hinsichtlich der Innovationsstrategie weisen Familienunternehmen signifikante Unterschiede gegenüber Nicht-Familienunternehmen auf (May, 2012).

Fragt man nach, was das Besondere an Familienunternehmen ist, so wird der zentrale Punkt häufig darin gesehen, dass sich bei diesem Unternehmenstyp die Interessen einer oder mehrerer Familien mit den Interessen des Unternehmens treffen, vermengen und widersprechen. Die Familie(n) sind in besonderer Weise in das Unternehmen eingebunden und die einzelnen Familienmitglieder hegen Erwartungen, haben Pflichten zu erfüllen und erheben Ansprüche in Bezug auf das Unternehmen. Somit ist ein originäres Spannungsfeld gegeben, in dem die Erfordernisse eines Unternehmens, das sich am Markt behaupten muss, mit den emotionalen Gegebenheiten der Familie in Wechselwirkung stehen. Dabei bestehen diese Spannungsfelder nicht nur zwischen den einzelnen Personen, sondern sie betreffen auch die unterschiedlichen Rollen, die Familienmitglieder evtl. einnehmen müssen, beispielsweise als Vater und Unternehmenschef, so dass in diesen Fällen mehrere Konfliktfelder in einer Person aufeinandertreffen können. Diese Personalunion bedingt einerseits die Erfolge solcher Unternehmen durch das besondere Engagement der Familienmitglieder, den Zusammenhalt der Familie und kurze Entscheidungswege. So können Familienunternehmen auf eine besondere Ressourcenbasis zurückgreifen, die es ihnen ermöglicht, bestimmte Situationen im Unternehmen – zum Beispiel Unternehmenskrisen – häufig besser zu meistern. Auch verpflichtet die Einbindung der

Familie und das Denken an die nächste Generation zu langfristigen ökonomischen Zielen und insbesondere zur Nachhaltigkeit im Wirtschaften.

Andererseits stellt die Vermischung der Rollen der Personen auch eine Gefahr für Familienunternehmen dar, weil durch das Aufeinandertreffen zweier unterschiedlicher Systeme - wie Familie und Unternehmen - Einstellungen und Konflikte aus der Familie in das Unternehmen getragen werden können, die das erfolgreiche Überleben des Unternehmens in besonderer Weise beeinträchtigen. Und obwohl auch Familienunternehmen sich am Markt behaupten müssen und daher nicht ohne optimierungsorientierte Entscheidungsfindung auskommen, reicht das Modell des Homo Oeconomicus nicht aus, um die Komplexität bei den Entscheidungsprozessen in Familienunternehmen adäquat abzubilden.

Es drängt sich daher die Frage auf, welche Konsequenzen sich aus den besonderen Bedingungen in Familienunternehmen und ihrem vom Durchschnitt der Unternehmen, insbesondere von den börsennotierten Publikumsgesellschaften, voraussichtlich abweichenden Entscheidungsverhalten ergeben. Zunächst einmal unterscheiden sich die Zielsysteme und konkreten Zielvorgaben in Familienunternehmen typischerweise deutlich von denen in anderen Unternehmen. So sind rein finanziell motivierte Zielsetzungen in Familienunternehmen vermutlich eher von geringer Bedeutung. Der langfristige Erhalt des Unternehmens sollte dagegen in Familienunternehmen eine sehr viel größere Bedeutung haben als in den übrigen Unternehmen. Diese Langfristorientierung führt in Familienunternehmen vermutlich dazu, dass sie in vielerlei Hinsicht weniger risikofreudig agieren; eine Tendenz, die durch die häufig gegebene persönliche Haftung der Inhaber und den Wunsch nach guter gesellschaftlicher Reputation der Familienmitglieder noch Verstärkung findet. Die verminderte Risikobereitschaft kann dazu führen, dass geschäftliche Gelegenheiten mit hohen Renditechancen aber gleichzeitig hohem Risiko von Familienunternehmern anders eingeschätzt werden als von den Managern in Nicht-Familienunternehmen.

Verschiedene internationale empirische Studien zeigen, dass bei Familienunternehmen das Ziel einer guten Rendite in seiner Bedeutung gegenüber dem Ziel *Erhalt der Unabhängigkeit* zurücksteht (Westerheide, 2011). Weiterhin ist davon auszugehen, dass Familienunternehmen bei ihren Finanzierungsentscheidungen – nicht zuletzt auch bedingt durch die Erfahrungen in der jüngsten Finanzkrise als sich viele Privat-Banken bei der Kreditvergabe kurzfristig sehr restriktiv verhalten haben – verstärkt auf Eigenkapital setzen. Dies kann so weit gehen, dass Familienunternehmen gerade in jüngster Zeit ganz auf Bankkredite verzichten. Der Verzicht auf einen möglichst hohen Leverage-Effekt und solides Wirtschaften sollten dazu führen, dass Familienunternehmen ceteris paribus weniger krisenanfällig sind als die übrigen Unternehmen und so das Ziel des generationenübergreifenden Erhalts des Unternehmens leichter erreicht werden kann.

Ausgehend von der Vermutung, dass sich Familienunternehmen in ihren Zielen, Vorstellungen und Verhaltensweisen – wie oben argumentiert – von anderen Unternehmen unterscheiden, soll im Rahmen dieser Studie analysiert werden, welche Auswirkungen diese Unterschiede für die Einstellung von Familienunternehmen gegenüber der (Unternehmens-) Besteuerung haben. Insbesondere stehen hier die Auswirkungen der für Deutschland diskutierten Vermögensbesteuerung im Mittelpunkt unserer Untersuchungen. Eine derartige Substanzbesteuerung könnte das zentrale strategische Ziel vieler Familienunternehmer tangieren, ein nachhaltiges Wachstum ihres Unternehmens zu sichern, ein hohes Eigenkapital aufzubauen und das Unternehmen langfristig an die nächste Generation zu übergeben.

In Familienunternehmen treffen drei unterschiedliche Interessensbereiche zusammen: Das Unternehmen, die Familie und das Management. Die spezifischen Konstellationen ziehen sowohl komplexe Ziel – als auch komplexe Entscheidungsstrukturen nach sich, die zudem vom Lebenszyklus des Unternehmens abhängen. Daher ist nur schwer einschätzbar, wie beispielsweise eine veränderte Substanzbesteuerung in Familienunternehmen wahrgenommen werden würde. Auch wenn die 'objektive Steuerbelastung', also die tatsächlich durch Besteuerung verursachten Einkommens- und Vermögenseinbußen, sehr moderat ausfallen sollte, kann sich die 'subjektive Steuerbelastung', das sogenannte 'Steuerbelastungsgefühl', für die Familienunternehmen aufgrund des besonderen Zielsystems der Familienunternehmen völlig anders darstellen. Es ist davon auszugehen, dass auch die psychischen WahrnehmungsfILTER – bezüglich der Spürbarkeit und Dauerhaftigkeit der Steuer oder der eigenen finanziellen Lage – in Familienunternehmen anders arbeiten als bei anderen Unternehmen und dass dies zu Handlungskonsequenzen führen kann, die im Widerspruch zu denjenigen stehen können, die der Steuergestalter beabsichtigt hat. So könnte z.B. eine Reaktion von Familienunternehmern auf die Einführung einer Vermögensteuer darin bestehen, dass diese als unfair oder die Existenz ihres Unternehmens gefährdend wahrgenommen wird. In der Folge könnte es, um der Steuer zu entgehen, zu einer Umorientierung bei Investitionsentscheidungen weg vom deutschen Standort hin zu einer Verlagerung der Firmenzentrale ins Ausland oder zur Verlegung des privaten Wohnsitzes kommen. Wenn Unzufriedenheit in Wut umschlägt, dann drohen weitreichende Konsequenzen. Nicht zuletzt die als Dreifachbesteuerung wahrgenommene Besteuerung durch die Einkommen-, Vermögen- und Erbschaftsteuer könnte zu heftigen Reaktionen bei Familienunternehmen führen.

Das zentrale Anliegen dieser Studie ist es nun, die Familienunternehmer und ihre Unternehmen verhaltenswissenschaftlich zu charakterisieren, sowie die spezifische Rationalität von Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen zu untersuchen, insbesondere vor dem Hintergrund der diskutierten Reformen zur Unternehmensbesteuerung. In der Zusammenführung der Ergebnisse soll darauf geachtet werden, welchen (u.a. psychologischen) Einfluss steuerliche Interventionen im Kontext der ökonomisch rationalen bzw. nicht-rationalen Verhaltensmuster der Familienunternehmer haben könnten. Hierbei wird der Schwerpunkt auf die Messung der tatsächlichen Einstellungen der Unternehmen gegenüber dem Staat und der Unternehmensbesteuerung gelegt.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Familienunternehmen und ihre Besonderheiten

2.1.1 Definition Familienunternehmen

Die Begriffsbestimmung des Familienunternehmens ist in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur vielfach unternommen worden. Definitionskriterien reichen von Eigentumsverhältnissen über die Führung des Unternehmens bis hin zu spezifischen Werthaltungen, wie z.B. Fortführungs- und Langfristorientierung in Bezug auf das Unternehmen, in neueren Publikationen. Gottschalk et al. (2011) zufolge können drei Typen von Familienunternehmen identifiziert und unterschieden werden:

- Nominelle Familienunternehmen (im Firmennamen findet sich ein Familienname)
- Familienkontrollierte Unternehmen (maximal drei natürliche Personen besitzen 50% der Unternehmensanteile)
- Eigentümergeführte Unternehmen (familienkontrolliert und vom Eigentümer geleitet)

Ein komplexer, wissenschaftlich umfassenderer Definitionsansatz, der der Forschungsthematik in dieser Untersuchung eher gerecht wird, stammt von Smyrnios et al. (2005). In ihrem Ansatz weisen Smyrnios et al. (2005) überzeugend nach, dass Familienunternehmen mit Hilfe der Dimensionen „Macht der Familie im Unternehmen“, „unternehmerische Erfahrung der Familie“ und „Einfluss der Familie auf die Unternehmenskultur“ überzeugend von anderen Unternehmen abgegrenzt und damit auch treffsicher beschrieben werden können. Auf Basis mehrerer explorativer und konfirmatorischer Untersuchungen von mehreren tausend Unternehmen wurde dann die sogenannte F-PEC Skala (Familiness-Power Experience Culture-Scale, zu Deutsch: Familieneinfluss durch Macht, Erfahrung sowie Kultur) entwickelt, die es erlaubt, Unternehmen nach dem Grad ihrer „Familiness“ zu klassifizieren.

In der vorliegenden Studie wurden zur Definition des Familienunternehmens die 4 zentralen der 33 Items der F-PEC-Skala verwendet: (1) Das Ausmaß des Familieneinflusses auf die Unternehmenskultur, (2) in welcher Generation die Familie im Management des Unternehmens vertreten ist, (3) das Ausmaß der Kapitalbeteiligung der Familie am Unternehmen und schließlich (4) die Selbsteinschätzung als Familien bzw. Nicht-Familienunternehmen durch die Führungsmannschaft. In anderen Untersuchungen des ifm Mannheim konnte mit Hilfe einer Faktorenanalyse gezeigt werden, dass diese vier Variablen zusammengenommen über 85 Prozent der Varianz der F-PEC Skala erklären (Keese, Hauer und Tänzler, im Erscheinen). Für das Antwortverhalten auf jede dieser Fragen wurden Punkte vergeben, um eine Vergleichbarkeit zwischen den Fragen und einen gleichmäßigen Einfluss auf die Skalenbildung zu gewährleisten. In der Interpretation der Indexwerte wurde als Definitionsgrenze für die Kategorisierung als Familienunternehmen der Wert 200 auf einer Skala von 0 bis 400 gewählt. Ab dem Wert 200 steht das Antwortverhalten im Durchschnitt über die 4 Items für

eine positive Beantwortung im Sinne einer Zugehörigkeit des betreffenden Unternehmens zur Gruppe der Familienunternehmen.

2.1.2 Bedeutung der Familienunternehmen

Entsprechend den Definitionen variiert die Bedeutung der Familienunternehmen im Kontext der deutschen Wirtschaft. In einer durch das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung und das ifm Mannheim durchgeführten Studie wurde folgende Gewichtung der Familienunternehmen entsprechend der drei bereits erwähnten Kategorien identifiziert:

- **Nominelle Familienunternehmen** machen unter Aussparung öffentlicher Unternehmen **78%** aller Unternehmen in Deutschland aus.
- **Familienkontrollierte Unternehmen** bestreiten einen Anteil von **92%** aller Unternehmen in Deutschland.
- **Eigentümergeführte Familienunternehmen** repräsentieren **90%** der deutschen Unternehmenslandschaft.

2.1.3 Wertorientierung, Eigenheiten, Ziele und Differenzierungsmerkmale von Familienunternehmen im Spiegel der wissenschaftlichen Literatur

Laut Berthold (2010) ist das *Streben nach Unabhängigkeit* ein zentrales Merkmal von Familienunternehmen. Diese Motivlage spiegelt sich häufig in einer starken Tendenz zur Eigen- bzw. Selbstfinanzierung wider („Familienunternehmenstypische Thesaurierungspolitik“ in Berthold 2010 nach Wimmer et al. 2005). Auch sind in Familienunternehmen die Ziele der *Langfristigkeit* und *Nachhaltigkeit* bei wirtschaftlichen Entscheidungen von besonderer Bedeutung (Berthold, 2010; Achleitner, Kaserer, Günther & Volk, 2011). Diese Erkenntnis konnte durch eine von Ernst & Young (Zellweger & Fueglistaller, 2005) durchgeführte Studie bestätigt werden, nach der Familienunternehmen zugunsten der Erhaltung von Unabhängigkeit deutliche Renditeeinbußen in Kauf nehmen. Laut Tagiuri und Davis (1992) kann das Zielsystem in Familienunternehmen durch eine individuelle Kräfterelation zwischen den drei Anspruchsgruppen *Unternehmen*, *Eigentum* und *Familie* beschrieben werden. Auch Felden und Zumholz (2009) betonen die enge Verzahnung betrieblicher und privater Bereiche. In einer quantitativen Studie mit 524 Unternehmen konnten sie aus 74, in qualitativen Vorstudien erhobenen Zielkategorien faktoranalytisch sechs übergeordnete Zieldimensionen ableiten (Tagiuri & Davis, 1992):

- Ein Unternehmen zu sein, das seine Mitarbeiter glücklich und produktiv macht und dessen Image und Verpflichtung zur Exzellenz im Tätigkeitsbereich des Unternehmens seine Mitarbeiter stolz macht
- Den Besitzern des Unternehmens finanzielle Sicherheit und Vorteile bieten
- Neue und qualitativ hochwertige Produkte entwickeln

- Den Mitarbeitern durch das Unternehmen Möglichkeiten zum persönlichen Wachstum, sozialer Entfaltung und Autonomie geben
- Als Unternehmen einen verantwortungsbewussten und guten Teil der Gesellschaft darstellen
- Als Unternehmen sichere Arbeitsplätze anbieten

Die von Tagiuri & Davis (1992) genannten Ziele von Familienunternehmen werden in der vorliegenden Studie aufgegriffen um herauszufinden, inwiefern sie auch für deutsche Familienunternehmen bzw. Nicht-Familienunternehmen relevant sind und welche Wichtigkeit die rein wirtschaftlichen Zielsetzungen für sie haben. Und schließlich soll im Rahmen der eigenen Untersuchung erhoben werden, ob die Risikoneigung und Investitionsentscheidungen konsistent mit den vermuteten spezifischen Zielsystemen von Familienunternehmen sind.

2.2 Menschenbilder in den Wirtschaftswissenschaften

2.2.1 Die Modellannahmen zum Homo Oeconomicus

Der Homo Oeconomicus ist ein menschliches Verhalten beschreibendes Konstrukt, das als Grundlage für viele Modelle, vor allem in den Wirtschaftswissenschaften, dient. Im Hinblick auf seine Grundannahmen ist der Homo Oeconomicus kompatibel mit den zweckrational ausgerichteten Rational Choice Theorien, die in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften insgesamt von großer Bedeutung sind (Lamneck, 2008). Das Homo Oeconomicus Modell kann als zentrale Grundlage der neoklassischen Wirtschaftstheorie angesehen werden, die, wenn sie mikrotheoretisch fundiert und auf der Analyse des menschlichen Verhaltens basiert, bemüht ist, allgemeine wirtschaftliche Prozesse zu erklären und bestimmte Ergebnisgrößen vorherzusagen. Dabei ist die Basis jeder Analyse der methodologische Individualismus. Das bedeutet, dass das Individuum im Mittelpunkt der Betrachtung steht und größere Einheiten, etwa Organisationen oder Gesellschaften, als eine Ansammlung von Individuen verstanden werden können. Gegenstand der Mikroökonomie sind somit die einzelnen Individuen einer Gesellschaft, insbesondere in ihrer Funktion als Konsumenten und Produzenten. Im Aggregat kann das Prinzip des Homo Oeconomicus zur Einschätzung wirtschaftlicher Phänomene auf der Makroebene verwendet werden („Mikrofundierung der Makroökonomik“ in Kirchgässner, 2008, s.63). In der Politik, Verwaltung und den Wirtschaftswissenschaften wurde das Konstrukt in diversen Problemstellungen als adäquater Ansatz zur Erklärung des menschlichen Verhaltens akzeptiert. Trotz einer wenig realitätsgetreuen Abbildung des menschlichen Verhaltens, wurde dem Konstrukt meist eine gute Näherung an selbiges zugeschrieben.

Laut Modell verfolgt jedes Individuum zweckrationale Verhaltensweisen entlang einer persönlichkeitsbestimmten, klar definierten, vollständigen, reflexiven und transitiven Präferenzstruktur (DeMartino 2000). Sämtliche Handlungen und Entscheidungen werden entsprechend der Präferenzstruktur getroffen. Das Modell impliziert weiterhin, dass jedes Individuum über ungesättigte Bedürfnisse verfügt und dass es versucht, möglichst viele dieser Bedürfnisse zu

befriedigen. Aufgrund dieses **Maximierungstheorems** zieht es stets die größere Menge eines Gutes einer kleineren vor (Hansi, 2009). Menschliches Verhalten kann auf Grund der vorgestellten vereinfachten Definitionen allgemein mathematisch dargestellt werden. Auf diese Weise ist es der Mikroökonomie möglich, Entscheidungsprobleme in einer strukturierten Form zu analysieren. Produktions- und Konsumententscheidungen werden mit Hilfe mathematischer Formeln systematisiert und unter Beachtung von Nebenbedingungen, etwa einer Budgetrestriktion, optimal gelöst.

Der Erfolg des Homo Oeconomicus-Modells kann bestimmt auch in Teilen darauf zurückgeführt werden, dass sich das Rationalitäts-Prinzip des Homo Oeconomicus auf fast alle Lebensbereiche des Menschen anwenden lässt, bis hin zu zwischenmenschlichen Beziehungen (Becker & Murphy, 1988). Der Homo Oeconomicus lässt sich zusammenfassend charakterisieren durch rationale, nutzenmaximierende Handlungen, denen er -getreu einer festen Präferenzstruktur- konsequent nachgeht.

2.2.2 Widersprechende Theorien zum Homo Oeconomicus

Im Widerspruch zur klassischen Theorie des Homo Oeconomicus konnte in verschiedenen experimentellen Studien, u.a. von Güth et al, (1982) im sogenannten Ultimatumspiel, gezeigt werden, dass Menschen andere Menschen für Abweichungen vom sozialen Normverhalten bestrafen und dafür Nachteile in Kauf nehmen, um auf Kosten des eigenen ökonomischen Nutzens die „Gerechtigkeit oder Fairness“ wiederherzustellen. So waren Probanden im Spielexperiment nicht bereit, einen Geldbetrag anzunehmen, wenn der das Geld anbietende Experimentalpartner sich selbst einen zu hohen Anteil einer beiden Probanden zugedachten Summe zuteilte. Durch die Verweigerung des angebotenen Anteils konnten sie aufgrund der festgelegten Regeln des Experiments neben ihrem eigenen Anteil auch dem „Verteiler“ seinen Anteil vorenthalten und somit im Falle einer wahrgenommen Ungerechtigkeit, auf Kosten ihres direkten monetären Vorteils, eine „gerechte Ausgangslage“ herstellen.

Vor dem Hintergrund dieser auch in diversen anderen Experimenten offengelegten Tendenz von Individuen zu reziproken Verhaltensweisen definiert Falk (2003) in Abgrenzung zum Homo Oeconomicus den **Homo Reciprocans** als „wirklichkeitsgetreuere“ Abbildung des menschlichen Verhaltens. Als zentral führt er fünf Prinzipien des Konzeptes an:

- **Prinzip 1:** Individuen belohnen faires und bestrafen unfaires Verhalten, auch wenn dies zu persönlichen Kosten führt.
- **Prinzip 2:** Die Kategorisierung von fairen bzw. unfairen Verhaltensweisen kann nur getroffen werden, wenn das handelnde Individuum einen Entscheidungsspielraum bei seiner Handlung besitzt.

- **Prinzip 3:** In sozialen Dilemmata-Situationen zeigen Individuen meist ein eingeschränkt kooperatives Verhalten, das in direktem Zusammenhang (Abhängigkeit) zur Kooperation oder Verweigerung der anderen an der Situation beteiligten Individuen steht.
- **Prinzip 4:** Reziprozität ist auch bei aggregierten Marktentwicklungen von Bedeutung. „Entscheidend ist jedoch, ob es einen Spielraum für reziproke Reaktionen gibt: Während Reziprozität auf unvollständigen Vertragsmärkten das Marktergebnis beeinflussen kann, gilt dies für vollständige Vertragsmärkte kaum“ (Falk, 2003).
- **Prinzip 5:** Sind eigennützige und reziproke Individuen in einer Gruppe gemischt vertreten, determiniert das institutionelle Umfeld die dominante Verhaltensweise.

Dieses Konzept übertrug Falk direkt in den steuerpsychologischen Kontext. Aus der Annahme von Steuermoral als bedingter Kooperation folgt die mögliche Existenz multipler Gleichgewichte (siehe Prinzip 3). Anders als für den Homo Oeconomicus spielt es für den Homo Reciprocans eine wichtige Rolle, ob andere ihren Beitrag zu einem öffentlichen Gut leisten oder nicht. Ein klares Präferenzsystem ist damit anders als bei der Theorie des Homo Oeconomicus nicht vorhanden. Wenn ein reziprok handelndes Individuum den Eindruck hat, „die Anderen“ zahlten ihre Steuern, wird es sich ebenso verhalten („gutes Erwartungsgleichgewicht“). Herrscht hingegen der Eindruck vor, die anderen zahlten ihre Steuern nicht, wird ein reziproker Steuerzahler eine geringere Steuermoral aufweisen („schlechtes Erwartungsgleichgewicht“) (Falk 2003).

Übertragen auf die Akteure „Staat“ und „Besteuerter“ kann in diesem Kontext hinterfragt werden, ob es Steuerarten und -ausprägungen gibt, die eine „unangemessen“ drastische Reaktion zum Ausgleich des subjektiv wahrgenommenen Gerechtigkeitsdefizits nach sich ziehen könnten. Um diesen Gerechtigkeitsaspekt angemessen zu berücksichtigen, wurden in der vorliegenden Studie die Einschätzungen von Unternehmensführern hinsichtlich verschiedener Steuerarten, -prinzipien und die subjektiv wahrgenommene Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung erhoben.

Als Implikation aus dem Modell des Homo Reciprocans leitet Falk (2003) ab, dass die allgemeine Steuermoral als Form einer bedingten Kooperation durch politische Partizipation und ein „faireres“ Steuersystem verstärkt werden könnte.

Bezogen auf Familienunternehmen könnte den Erwartungen an Reziprozität in Verbindung mit der im Kapitel *„Familienunternehmen und ihre Besonderheiten“* aufgezeigten spezifischen Zielsetzung eine gesonderte Rolle zukommen. Zum einen bei der Bewertung und Einschätzung von Steuerprinzipien und -belastung und zum anderen, wenn enttäuschte Reziprozitätserwartungen zwischen Unternehmen und Staat in Ausgleichshandlungen des Unternehmens in Bereichen der sozialen Verantwortung oder des Steuermeidungsverhaltens resultierten. Erbschaftsteuerzahlungen, die als unangemessen hoch wahrgenommen werden oder die Einführung einer Vermögensteuer, die Unternehmen, welche in der Vergangenheit Gewinne rekapitalisiert und so hohes Betriebsvermögen aufgebaut haben, könnten

von Familienunternehmen besonders ungünstig wahrgenommen werden und wie ein negativer Verstärker wirken. Eine mögliche Ausgleichshandlung wäre die Reduktion sozialer Unterstützungsleistungen, wie etwa das Sponsoring einer Schule oder lokaler Infrastruktur. Wenn solche Leistungen reduziert werden, könnten den öffentlichen Kassen umso höhere Kosten dadurch entstehen, dass diese Maßnahmen entweder nicht mehr angeboten würden, oder dass sie dann direkt von den Gemeinden oder Städten finanziert werden müssten.

2.3 Kernkonzepte der Steuerpsychologie

Um die Einflüsse (und Determinanten) psychologischer Auswirkungen von Steuern auf Familienunternehmen zu identifizieren und dem aktuellen Forschungsstand der Steuerpsychologie gerecht zu werden, wurden in der vorliegenden Studie neben Modellen der Steuerzufriedenheit auch Theorien des Steuermeidungsverhaltens berücksichtigt. Steuervermeidung bezieht sich in dem hier betrachteten Kontext nicht nur auf illegale sondern auch auf legale Wege zur Reduktion der direkten Steuerbelastung (z.B. vollständiges Ausschöpfen der rechtlich legalen Möglichkeiten). Im Rahmen des Forschungsthemas steht hier die Frage im Mittelpunkt, welche Faktoren für Bewertung und Einschätzung von Steuern relevant sind, und welche Faktoren im Kontext von Familienunternehmen von besonderer Bedeutung sein könnten.

2.3.1 Das klassische Modell der Steuervermeidung

In der klassischen Theorie der Steuervermeidung (Allingham und Sandmo, 1972, auch Atkinson und Stiglitz, 1980) wird das Individuum als klassischer Nutzenmaximierer (Homo Oeconomicus) dargestellt, der bei der Entscheidung zur Steuerzahlung bzw. -vermeidung eine Entscheidung unter Unsicherheit trifft. Die Wahrscheinlichkeit der Aufdeckung sowie die Größe des Schadens im Falle einer Aufdeckung einer Steuerhinterziehung werden, getreu dem Modell des Homo Oeconomicus, rational gegen den möglichen Gewinn bei erfolgreicher Steuerhinterziehung abgewogen. Das Individuum handelt somit gänzlich individualistisch und amoralisch.

„Ökonomen neigen dazu, das Problem der Steuerhinterziehung als rein technisches Problem zu betrachten“ (Fischer, 1999, S.162). Generell ist jedoch der Vorgang des Steuerzahlens, laut Fischer (1999), mit der Theorie des Homo Oeconomicus schlecht zu erklären. Übereinstimmend stellten auch Andreoni, Erard und Feinstein (1998) fest, dass weniger Steuern hinterzogen werden, als auf Grundlage des Homo-Oeconomicus-Modells angenommen werden müsste. Insofern ist eine rein wirtschaftliche („*homo oeconomicus*“) Untersuchung der Einflussgewichte und möglichen Folgen unter Vernachlässigung der psychologischen Faktoren nicht ausreichend.

2.3.2 Erweiterungen des klassischen Modells der Steuervermeidung

Fortin, Lacroix und Villeval (2007) erweiterten das klassische, ökonomische Modell der Steuervermeidung um die psychologischen Aspekte der *sozialen Interaktion: soziale Konformität* und

Fairness-Einflüsse. In einer empirischen Überprüfung des Modells konnte jedoch lediglich ein Einfluss der *Fairness*-Dimension nicht aber der *sozialen Konformität* auf das Steuervermeidungsverhalten als relevant identifiziert werden (vgl. Fortin, Lacroix und Villeval, 2007).

Die Steuermoral kann laut Smekal und Theurl (1994) als weiteres Argument der Nutzenfunktion im klassischen Modell der Steuervermeidung angesehen werden. Demnach verkörpert die Steuermoral einen Teil der Unannehmlichkeiten auf der Kostenseite, die dem Steuerzahler durch den Gesetzesbruch entstehen, und wird dem wahrgenommenen Nutzen der Hinterziehung gegenübergestellt. Entgegen dieser Auffassung kann Steuermoral auch als zusätzliche Handlungsrestriktion interpretiert werden (Smekal & Theurl, 1994), die den Handlungsspielraum nach rationaler Abwägung von Kosten und Nutzen der Steuerhinterziehung einschränkt. Danach wird das ökonomisch rationale Verhalten (Nutzenmaximierung) des zu besteuerten Individuums durch die Steuermoral in seiner Optionsvielfalt eingeschränkt.

Auf Grundlage der *Prospect-Theory* von Kahnemann und Tversky (1979) unterschieden Kirchler und Maciejovsky (2001) sowie auch Fischer (1999), ob es sich um eine erwartete Steuernachzahlung oder Steuerrückerstattung handelt. So ist die Wahrscheinlichkeit einer Steuerhinterziehung im Falle erwarteter nachzuzahlender Steuern deutlich höher als bei zu erwartenden Steuerrückzahlungen durch das Finanzamt (vgl. Fischer, 1999). Nach der Prospect Theory tendieren Menschen dazu, die Realisierung eines sicheren Verlustes mittels riskanter Entscheidungen zu vermeiden (Steuernachzahlung), einen sicheren Gewinn (Steuerrückzahlung) jedoch nicht durch ein zusätzlich in Kauf genommenes Risiko aufs Spiel zu setzen. Hierbei ist der Referenzpunkt vor der Steuerzahlung für die Wahrnehmung entscheidend, da in dieser Abhängigkeit bestimmt wird, ob es sich eher um ein „Gewinn“- oder ein „Verlust“-Szenario handelt. Diese Erkenntnisse können im Kontext diverser Steuerarten einen Hinweis auf die Zahlungs- und Vermeidungsbereitschaft der Besteuernden geben. Der Argumentation der Prospect Theory entsprechend müsste prinzipiell ein höherer Widerstand bei Besteuerung von Werten, die sich bereits im Besitz der zu Besteuernden befinden, zu erwarten sein. Weiterhin sollten Steuern mit Verlustcharakter von Familien und- Nicht-Familienunternehmen negativer bewertet werden, als beispielsweise eine Körperschaftsteuer.

2.3.3 Erweitertes Modell der empirischen Befunde zum Thema Steuerzahlen nach Fischer

Nach Fischers holistischem Modell der Steuerwahrnehmung (Fischer, 1999) wird selbige durch situative Merkmale, Personenmerkmale und Wahrnehmungsverzerrungen beeinflusst. Situative Merkmale der Steuerwahrnehmung sind vorwiegend in wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsarbeiten identifiziert und untersucht worden, während Untersuchungen zu relevanten Personenmerkmalen und Wahrnehmungsverzerrungen eher Gegenstand psychologisch orientierter Forschungsarbeiten waren. Die drei Einflussfaktoren auf die Steuerwahrnehmung werden im Detail wie folgt definiert:

Situative Merkmale

- **Gelegenheit:** Mit der Anzahl der objektiven Gelegenheiten zur Steuerhinterziehung steigt erwartungsgemäß auch die Anzahl der steuerhinterziehenden Verhaltensweisen (Fischer 1999). Jacobsen et al. (2011) erkennen diesen Punkt ebenfalls und führen aus, dass viele Steuern daher durch Dritte abgeführt werden, was die Gelegenheiten zur Steuerhinterziehung im Allgemeinen reduziert. Die Einkommenssteuer wird bei abhängig Beschäftigten beispielsweise direkt vom Arbeitgeber abgeführt. Hier gibt es für den Arbeitnehmer vergleichsweise wenige Möglichkeiten, Einkommenssteuer zu hinterziehen. Ein weiterer Faktor, der im Kontext der Analyse von „Gelegenheiten zur Steuerhinterziehung“ genannt wird, bezieht sich auf den Zusammenhang zwischen der Höhe des Humankapitals und der Wahrscheinlichkeit, Steuern zu hinterziehen. Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass Personen mit besserer Ausbildung auch mehr Möglichkeiten der Steuerhinterziehung haben (Fischer, 1999).
- **Entdeckungswahrscheinlichkeit:** Mit steigender Aufdeckungswahrscheinlichkeit nimmt die Häufigkeit von Steuerhinterziehungsdelikten ab.
- **Höhe des Einkommens und der Grenzsteuerbelastung:** Je höher das tatsächliche Einkommen und je höher die Grenzsteuerbelastung ausfällt, umso höher ist auch der prozentuale Anteil an steuerhinterziehenden Individuen in der jeweiligen Personengruppe (Fischer, 1999).
- **Höhe der Sanktionen:** Hier gibt es unterschiedliche Ergebnisse. In einigen Studien konnte gezeigt werden, dass die Steuerhinterziehungsdelikte mit steigender „angedrohter Strafe“ zurückgehen (vgl. Fischer 1999 nach Pommerehne & Weck-Hannemann, 1989). In den Studien von Webley et al. (1991), Spicer & Lundstedt (1976) zeigt sich hingegen kein Zusammenhang zwischen der Sanktionshöhe und der Häufigkeit von Steuerhinterziehungen.
- **Institutionelle Rahmenbedingungen:** Ein höheres Maß an politischer Mitbestimmung hinsichtlich des Angebots an öffentlichen Gütern und Dienstleistungen (Steuerverwendung) verringert das Ausmaß an Steuerhinterziehung.
- **Wahrgenommene Steuergerechtigkeit bzw. -fairness:** Mit zunehmender wahrgenommener Steuergerechtigkeit bzw. Steuerfairness sinkt der Grad der Steuerhinterziehung.
- **Unterscheidung zwischen Steuerrückerstattung und Steuernachzahlung:** Steuerhinterziehung ist im Falle von erwarteten Steuernachzahlungen wahrscheinlicher als im Falle von erwarteten Steuerrückvergütungen. Gemäß der Prospect-Theorie tendieren Menschen dazu, in Verlustsituationen, wie denen der Steuernachzahlung, eher risikofreudig zu handeln, während sie in Gewinnsituationen, wie im Falle von Steuerrückvergütungen, eher risikoavers handeln.

Für die Forschungsfragestellung dieser Studie ist besonders der Aspekt der Steuergerechtigkeit relevant, da Familienunternehmen die Steuergerechtigkeit vor dem Hintergrund der aktuell diskutierten Steuererhöhungen und Steuereinführungen als nicht mehr gegeben ansehen könnten. Die in der Politik diskutierten Steuerreformen könnten als Mehrfachbesteuerung oder bestandsgefährdende Substanzbesteuerung wahrgenommen werden (Körperschaftsteuer und

Gewerbesteuer, Einkommenssteuer, Erbschaftsteuer und Vermögensteuer) und dies würde vermutlich subjektiv von Seiten der Familienunternehmen mit fehlender Steuergerechtigkeit assoziiert werden. Weiterhin geht es bei der Einschätzung der wahrgenommenen Steuergerechtigkeit auch um die Reziprozität, d. h. um die wertmäßige Einschätzung von Leistung und Gegenleistung sowie um die Frage, wie andere vergleichbare Wirtschaftsakteure im In- und Ausland steuerlich behandelt werden.

Personenmerkmale:

- **Einstellung zum Staat:** bei einer positiven Einstellung des Individuums gegenüber dem Staat liegt die Steuerzufriedenheit tendenziell höher. Sehr interessant in diesem Zusammenhang sind auch die Ergebnisse von Konrad und Quari (2012), die einen robusten und positiven Zusammenhang zwischen Patriotismus und Steuerbefolgung nachweisen können.
- **Einstellung zur Gesetzgebung:** bei einer positiveren Einstellung zur Gesetzgebung fällt die Steuerzufriedenheit tendenziell höher aus, was sich wiederum in einer verringerten Neigung zur Steuerhinterziehung niederschlägt.
- **Wahrgenommene Gerechtigkeit der Ressourcenverteilung:** Wird die Ressourcenverteilung in der Gesellschaft als gerecht angesehen, ist die Einstellung zur Steuer meist positiver und Steuerhinterziehung tritt seltener auf.
- **Religion und Moral:** Mit zunehmendem religiösen Engagement sowie moralischer Orientierung steigt die Steuermoral, was sich auf der Ebene des Individuums wiederum in einer Verringerung der Wahrscheinlichkeit zu Steuerhinterziehungsdelikten zeigt.
- **Entfremdung von der Gemeinschaft:** Je stärker sich Individuen von der Gesellschaft entfremden, umso eher werden ceteris paribus Steuern hinterzogen.
- **Einstellung zum Gelderwerb:** Je stärker monetäre Kennzahlen und Gewinne als Ausdruck des Erfolges interpretiert werden, desto eher hinterziehen Menschen Steuern.
- **Ausbildung:** Personen mit einer besseren Ausbildung bewerten das Steuersystem durchschnittlich positiver, hinterziehen **aber trotzdem** tendenziell häufiger Steuern, was unter Umständen auf bessere Kenntnisse verschiedener Möglichkeiten zur Steuerhinterziehung zurückzuführen ist.

Für die Forschungsfragestellung ist hier die wahrgenommene Gerechtigkeit der Ressourcenverteilung aufgrund der Abweichung *gerechtigkeitsorientierter Ziele* von *ökonomischen Zielen* von besonderem Interesse.

Wahrnehmungsverzerrungen

Wahrnehmungsverzerrungen spielen in der Thematik eine wichtige Rolle, da bei der Wahrnehmung steuerlicher Sachverhalte, wie bei der Wahrnehmung aller komplexen Sachverhalte, „psychologische Faustregeln“ (Heuristiken) zur Reduktion der Komplexität verwendet werden. Die Vereinfachung der Realität muss hierbei nicht adäquat der Realität erfolgen. Im Folgenden wird an dieser Stelle kurz auf die Theorien der *selektiven Wahrnehmung* und der *Egocentric Bias* eingegangen.

Das Gesetz der *selektiven Wahrnehmung* beschreibt die hypothesengerechte Auswahl von Informationen; ein Vorgehen das bereits per Definition im Widerspruch zum geforderten Handeln im Falle eines Homo Oeconomicus steht. Im Kontext der Steuerwahrnehmung von Familienunternehmen ist hier zu vermuten, dass wahrgenommene Steuergerechtigkeits-/ungerechtigkeitszustände durch die Informationsselektion verstärkt werden. Wenn Unternehmer demzufolge die Hypothese hätten, ungerecht besteuert zu werden, müssten sie entsprechende, also hypothesengerechte, Informationen tendenziell eher verwenden und berücksichtigen. Der selektive WahrnehmungsfILTER fungiert somit als Katalysator oder Verstärker der steuerlichen Gerechtigkeitswahrnehmung.

Im Zusammenhang von steuerlicher Situation und Wahrnehmungsverzerrungen ebenfalls von Bedeutung ist die Theorie des Egocentric Bias (Fischer, 1999), nach der Menschen dazu tendieren, selbst erhaltene Leistungen zu unter- bzw. hierfür abgeführte Steuern zu überschätzen. So kommen Dean, Keenan & Kenny (1980) zu der Erkenntnis, dass die Mehrheit der Bevölkerung (in Großbritannien) die eigene Steuerlast im Verhältnis zu anderen als zu hoch einschätzt. Smekal und Theurl sehen in *gruppenspezifischen Wahrnehmungsfiltern* die Ursache der „systematischen Unterschätzung der staatlichen Ausgaben, die der eigenen Gruppe zu Gute kommen und zur Überschätzung der Ausgaben, die anderen zufließen“ (Smekal & Theurl, 1994, S.157). Ein möglicher Egocentric Bias könnte auch die Steuerwahrnehmung von Familien- und Nicht-Familienunternehmen beeinflussen und daher bei der empirischen Untersuchung zur Erklärung und Interpretation der Steuergerechtigkeitswahrnehmung mit herangezogen werden.

2.3.4 Determinanten des Steuerwiderstandes

Im Sinne einer negativen Folge geringer Steuerzufriedenheit definieren Smekal & Theurl (1994) den Steuerwiderstand, der ihren Vorstellungen zufolge aus vier wesentlichen Aspekten resultiert:

(a) Wenn die Steuerverteilung als ungerecht angesehen wird, (b) wenn die Institution des Staates und deren Umgang mit den Steuern als negativ eingeschätzt werden, (c) wenn bei anderen Individuen unehrliches Verhalten beim Steuerzahlen vermutet wird, oder wenn (d) steuerliche Aspekte nicht im Gewissen verankert sind. Diese Einflussgrößen können in ähnlicher Weise im bereits angeführten Modell der Steuerhinterziehung nach Fischer (1999) erkannt werden.

2.3.5 Modell der Steuerzufriedenheit

Fischer (1999) erklärt mit dem Modell der Steuerzufriedenheit, warum speziell beim Steuerzahlen ein Abweichungsverhalten von den Prinzipien des Homo-Oeconomicus-Modells auftritt. Insofern müssten Unternehmen **theoretisch** die Zahlung der Steuern in jedem Fall vermeiden, da der Gegenwert der öffentlichen Güter auch im Falle einer „Nichtzahlung“ gewährt wird. Entscheidend für die Abweichung vom rein ökonomischen Verhalten und somit entscheidend für das

Steuerzahlungsverhalten sind laut Fischer die Parameter: „Einstellung zur Steuer“, „Einstellung zum Steuerzahlen“ sowie „Verantwortung und Identifikation mit der Gemeinschaft“.

Bezogen auf **die Einstellung zur Steuer** kennzeichnet er folgende Parameter als Determinanten:

- Sinn und Erklärbarkeit der Regelungen und Gesetze
- Transparenz und Vorhersehbarkeit der Regelungen und Gesetze
- Partizipation und Beeinflussbarkeit der Regelungen und Gesetze
- Fairness zwischen Steuerbeiträgen und Nutznießung öffentlicher Leistungen im Vergleich zu anderen Personen

Aus den oben genannten Aspekten ist für diese Studie besonders der letzte Punkt der „Fairness“ zu beachten, da bei Familienunternehmen im Falle von Gewinnrekapitalisierung und eines eigenkapitallastigen Finanzierungsverhaltens ein tendenziell höherer (finanzieller) Aufwand bei vermögensbasierten Steuerarten anfallen würde. Dieser Effekt könnte bei anfallenden betriebsvermögensbezogenen Erbschaftsteuern noch verstärkt werden.

Die **Einstellung** des Individuums gegenüber dem **Vorgang des Steuerzahlens allgemein** definiert Fischer durch die folgenden Parameter:

- Wahrgenommene Verhaltenskontrolle (Gelegenheiten, Wissen)
- Verhaltenskonsequenzen (Beiträge, Sanktionen, Entdeckungswahrscheinlichkeit)
- Soziale Normen in Bezug auf die Steuerzahlung

Im vorliegenden Forschungskontext sollen die *sozialen Normen in Bezug auf die Steuerzahlung* näher betrachtet werden.

2.3.6 Grundlegende Gerechtigkeitsprinzipien bei der Bewertung von Steuerarten

Nach Aussage der Equity Theorie kann eine negative Wahrnehmung der Input Output Relation zu einer *Reduzierung der eigenen Beiträge, zu einer kognitiven Verzerrung oder zu einem Abbruch der Beziehung* führen (Fischer, 1999) (siehe auch Reziprozitätstheorie). Smekal & Theurl (1994) halten fest, dass Individuen bei einem negativen Verhältnis zwischen Aufwand und Nutzen von Steuern und staatlichen Leistungen danach streben, einen Ausgleich zu erzielen bzw. Fairness herzustellen. Ein Ausgleich könnte im Kontext dieser Studie mittels Variation freiwilliger, sozialer Unterstützungsleistungen zum Wohle der Gesellschaft vorgenommen werden. Bei der Reaktion auf und dem Umgang mit Steuern kommen laut Smekal & Theurl, (1994) drei grundsätzliche Gerechtigkeitsprinzipien in unterschiedlicher Gewichtung zum Tragen:

1. Die vorhandenen Mittel sollten entsprechend der individuellen Beiträge **verteilt** werden.
2. Alle Individuen sollten bei diesen Maßnahmen **beteiligt** werden.
3. Die Mittel sollten nach **individuellen Bedürfnissen** der Individuen verteilt werden.

Diese Gerechtigkeitsprinzipien stellen die Bewertungsgrundlage für die wahrgenommene Steuergerechtigkeit dar und spielen im Kontext der Reziprozitätserwartungen und Zielsetzungen der Familienunternehmen eine Rolle. Der Reziprozitätsaspekt wird direkt durch die Prinzipien repräsentiert und beeinflusst, inwiefern Individuen der Meinung sind, andere Menschen sollten staatliche Güter oder Mittel erhalten.

Fischer (1999) zufolge kann die Bereitschaft, in der Gesellschaft Verantwortung zu übernehmen und einen Beitrag zu leisten, verringert werden, wenn das eigene Input-Output (Steueraufwand- und Nutzen-) Verhältnis schlechter wahrgenommen wird als das der Mitmenschen. Auch Falk (2003) geht davon aus, dass eine gegen Fairnessnormen verstoßende Steuerform bei bedingt kooperativen Steuerzahlern reziprok zu Steuervermeidung oder anderen, für das Gemeinwohl nachteiligen Formen des Protests führt. Dieser Aspekt spielt im Studienkontext eine Rolle, da ein durch ungerechtfertigte Steuerzahlungen verursachter wirtschaftlicher Verlust beispielsweise mit einer Sitzverlagerung des Unternehmens beziehungsweise durch die Reduktion von gesellschaftlichen Unterstützungsleistungen (z.B. freiwillige Spenden) beantwortet werden kann.

2.3.7 Reaktionen auf Steuerunzufriedenheit

- Laut Schmolders und Hansemeyer (1980) kann es bei einem Übermaß an subjektiv empfundener Steuerbelastung bei Unternehmen zu drei Arten von Ausweichreaktionen kommen. **Sachliche Substitution**, im Rahmen der Rechtsformwahl des Unternehmens oder bspw. mittels Wahl der Arbeitskräfte bzw. Werkzeuge, Werkstoffe und Maschinen, Förderung bestimmter steuerlich entlasteter Mittel (z.B. Fremdkapital).
- **Räumliche Substitution**, in Form von nationaler oder internationaler Standortverlagerung des Unternehmens. Mögliche Ausweichreaktionen im Rahmen der räumlichen Substitution sind Sitzverlegung der juristischen Person, Wohnsitzverlegung bei natürlichen Personen und die Gründung von Kapitalgesellschaften im Ausland.
- **Zeitliche Substitution**, durch Hinausschieben bzw. einer Vorwegnahme von Investitionen.

Im Rahmen der vorliegenden Studie soll vor allem die Einstellung gegenüber einer möglichen räumlichen Verlagerung von Unternehmensteilen ins Ausland untersucht werden, da diese langfristig und gesamtwirtschaftlich den größten Einfluss ausüben dürfte.

Typische Steuerausweichländer im Sinne von Ländern, in denen Unternehmen und ihre Eigentümer aufgrund hoher Steuern zur „Abwanderung“ tendieren, sind laut Schmolders und Hansemeyer (1980) unter anderem durch die folgenden Aspekte gekennzeichnet:

- Mehrbelastung des Einkommensentstehungsstroms, z.B. Ertragssteuersystem neben Personalsteuersystem
- Hohe Vermögen- und Erbschaftsteuersätze

Es kann davon ausgegangen werden, dass eine politische Variation dieser Parameter die Steuerattraktivität des entsprechenden Landes beeinflussen würde.

Für die vorliegende Studie wurden vor allem psychologische Variablen ins Forschungsdesign aufgenommen, um statt objektiv messbaren Faktoren vor allem ein Bild der zugrundeliegenden psychologischen Einflussgrößen zu erhalten.

2.4 Theoretische Schlussfolgerungen

Wie oben erläutert, zeichnen sich Familienunternehmen aller Voraussicht nach durch eine stärkere Werte- und vor allem Langfrist- bzw. Überlebensorientierung aus als Nicht-Familienunternehmen. Diese besondere Wertestruktur führt zu differenzierten Zielsystemen im Vergleich zu anderen Unternehmen. Der Maximierung des eigenen Profits wird *deutlich* seltener der Vorrang gegeben. Insbesondere wenn für die Erreichung des Profitziels Risiken bei der Erreichung relevanter anderer Ziele wie z.B. „Unabhängigkeit“ oder „Überleben“ eingegangen werden müssen (billige Ware geht zulasten des verantwortungsbewussten Unternehmensimages).

Unter Berücksichtigung der eigenen Wertestruktur könnten Familienunternehmen weiterhin auch aufgrund der **Reziprozitätserwartungen** eine Abweichung zum Verhalten des klassischen Homo Oeconomicus zeigen. Reziprozitätserwartungen können inhaltlich in der Nähe zu „Erwartungen an Fairness-Aspekte“ angesiedelt werden, die laut diverser Steuer-Modelle Steuerwahrnehmung bzw. Steuermeidungsverhalten beeinflussen. Zusammengefasst lassen die bisherigen Ausführungen eine differenzierte Steuerwahrnehmung bzw. ein differenziertes Steuermeidungsverhalten von Familienunternehmen erwarten. Im Brückenschlag zum psychologischen Einfluss verschiedener Steuerformen könnte im Falle von vermögensbasierten Steuerformen vermutet werden, dass das Gerechtigkeitstheorem des Einsatz/Nutzenverhältnisses im Vergleich zu anderen Unternehmen beschädigt wird und bei Unternehmen mit einer überdurchschnittlich hohen Eigenkapitalausstattung (u.a. Familienunternehmen) in einer geringeren Steuerzufriedenheit mündet.

Entgegen der Informationsmaxime des Homo Oeconomicus Modells ist zu vermuten, dass die Informationsauswahl sowohl der Familien- als auch der Nicht-Familienunternehmen hypothesengerecht und selektiv stattfindet (vgl. Selektive Wahrnehmung). Sollten Hypothesen beispielsweise bezüglich der Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung vorliegen, ist eine Verstärkung dieser Annahmen durch selektives Informationsverhalten zu erwarten.

Bei Betrachtung steuerlicher Determinanten im Kontext von Familienunternehmen ist aufgrund der bereits angeführten unterschiedlichen Zielsysteme davon auszugehen, dass Steuern auf Familienunternehmen einen im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen unterschiedlichen psychologischen Einfluss ausüben. Vermutlich wird sich die Intensität unter anderem am Ausmaß der

Behinderung der individuellen Zielerreichung orientieren. Werden Primärziele wie z.B. die *Sicherung des Unternehmenserhalts* oder die *Unabhängigkeit* als bedroht empfunden, würden die entsprechenden Steuern und die steuerliche Belastung vermutlich als sehr negativ angesehen werden.

Besonders im Falle von Steuern, die auf bereits vorhandene Werte gezahlt werden müssen, kann die Zahlung der Steuern bezogen auf alle Unternehmen als Verlustsituation interpretiert werden. Entsprechend der Prospect-Theory sind im Falle einer Vermögensteuer tendenziell risikoreiche Vermeidungsmaßnahmen (z.B. Verlagerung des Unternehmenssitzes) zu erwarten da die Steuer einen Verlustcharakter aufweist. Ein Abgleich der eigenen Steuersituation mit der Steuersituation anderer Unternehmen könnte bei Familienunternehmen, z.B. aufgrund einer als „zusätzlich“ wahrgenommenen Belastung durch die Erbschaftsteuer, negativer ausfallen und die wahrgenommene Steuergerechtigkeit verringern. Aufgrund der häufig dokumentierten starken Verankerung von Reziprozitätsgedanken im Wertegefüge von Familienunternehmen ist eine verstärkte Bemühung um Ausgleichshandlungen in Folge einer als ungerecht erlebten Besteuerung vorstellbar. Diese Ausgleichshandlungen könnten ähnlich den Handlungscharakteristiken im Ultimatumspiel zulasten der eigenen ökonomischen Vorteile vorgenommen werden. In diesem Sinne wäre es vorstellbar, dass zur Wiederherstellung des Gerechtigkeitsgefüges unwirtschaftliche Handlungen getätigt werden, wie z.B. eine Sitzverlagerung ins Ausland oder eine überproportionale Reduktion des sozialen Engagements. Diese Ausgleichshandlungen zur Wiederherstellung der Gerechtigkeit können analog zur erwähnten psychologischen Einflussstärke unterschiedlich stark ausfallen.

Eine aus der den Familienunternehmen häufig nachgesagten ausgeprägten Werte-Kultur resultierenden „gefühlten Verbundenheit“ der Familienunternehmer zum Staat könnte mögliche Ausgleichshandlungen im Falle einer als negativ wahrgenommenen Steuergerechtigkeitssituation entgegenwirken.

Allgemein lässt die Evolution der Steuerpsychologie vom klassischen Modell des ökonomisch rationalen Nutzenmaximierers bis hin zur Berücksichtigung verschiedener, vielfältiger, psychologischer Merkmale eine eingeschränkte Validität (bei Familien- **und** Nicht-Familienunternehmen) des Homo Oeconomicus Modells zur Erklärung psychologischer Einflüsse und möglicher Folgen von Steuern vermuten.

Neben der Unterschiedlichkeit von Familien- und Nicht-Familienunternehmen in Bezug auf Ziele und Wahrnehmung verschiedener Besteuerungsformen etc. soll in dieser Studie auch untersucht werden, inwiefern in der **gesamten** Stichprobe (Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen) das Prinzip des Homo Oeconomicus zu erkennen ist beziehungsweise Abweichungen davon erkennbar sind.

3 Methodische Anmerkungen zur Untersuchung

3.1 Entwicklung des Fragebogens

Um einen möglichst großen, repräsentativen Datensatz zur Beantwortung der Forschungsfragestellung zu erhalten, wurde für die Datengewinnung ein voll strukturierter Fragebogen zur telefonischen Befragung entwickelt. Die Operationalisierung der berücksichtigten theoretischen Konstrukte wurde wie folgt vorgenommen:

Zielsysteme: Um herauszufinden, inwiefern Familienunternehmen eine „Homo-Ökonomische“ Zielsetzung verfolgen und inwiefern später erfragte Verhaltensweisen als rational bewertet werden können, wurde eine Erhebung der Überziele und Motivationen unternehmerischer Tätigkeit vorgenommen. Anhand der Zielsetzungen sollte später auch untersucht werden, inwiefern Unternehmer reziproke bzw. unwirtschaftliche Motive verfolgen. Zur Überprüfung der wirtschaftlichen Motivation bei sozialen bzw. reziproken Verhaltensweisen wurden zwei weitere Items eingefügt.

Zur Operationalisierung und Messung der Zielprioritäten wurde auf einen von Tagiuri und Davis (1992) auf Grundlage qualitativer Interviews entwickelten Fragenkatalog zurückgegriffen. Dieser Fragenkatalog wurde in Themenbereichen, die sich zur differenzierten Betrachtung von Familienunternehmen eignen (Reziprozitätserwartungen, Langfristorientierung), modifiziert bzw. erweitert. Um die spezifische Werteorientierung der Unternehmen weiter zu differenzieren, wurden Items eingefügt, die die ökonomische Motivation sozial orientierter Verhaltensweisen erfragten. Um eine Differenzierung der verschiedenen Ziele zu vereinfachen, wurde die Skala im positiven Bereich (äußerst wichtig) feiner abgestuft, da sämtliche von Tagiuri und Davis angeführten Zieloptionen bereits eine gewisse Grundrelevanz besitzen.

Risikoverhalten: Um die Zielsetzungen zu erheben, wurden das Risikoverhalten und das Renditestreben mit verschiedenen Items abgefragt. Neben einer direkten Befragung nach der Affinität zu Renditemöglichkeiten bzw. Risikovermeidung mittels 5-stufiger Likert-Skala wurde ein Risiko-Rendite-Item in Anlehnung an eine durch Ernst & Young mit 960 Unternehmen in der Schweiz durchgeführte Befragung (Zellweger & Fueglistaller, 2005) zur Einschätzung der Risikoaffinität von Familienunternehmen entwickelt. Das Item wurde um konkrete Prozentzahlen ergänzt, auf drei Antwortmöglichkeiten reduziert und mit steigendem Erwartungswert bei wachsender Schwankungsbreite der zu erwartenden Rendite bzw. Verluste versehen. Als weiterer Indikator wurde die Höhe der Forschungs- und Entwicklungsinvestitionen gemessen am Umsatz sowie der Innovationsfokus zwischen „Neuentwicklung“ und „Weiterentwicklung bestehender Produkte“ erfragt.

Finanzierungsverhalten: Zur weiteren Validierung von Zielsystemen und Risikoeinstellung wurden der Eigenkapitalanteil des Jahres 2012 sowie eine Thesaurierung in den letzten drei Jahren als Maßzahlen

und Indikatoren in den Fragebogen aufgenommen (siehe bereits skizzierte „konservative Finanzierungspolitik“ der Familienunternehmen).

Gerechtigkeitsbewertung: Um zu untersuchen, inwiefern verschiedene Besteuerungsformen bei den zwei Unternehmenstypen (Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen) auf Zustimmung bzw. Ablehnung stoßen, wurden deren wahrgenommene Fairness sowie die im Theorieteil angeführten Determinanten der Steuergerechtigkeit im Fragebogen berücksichtigt. Zur Operationalisierung wurde eine 2005 von Liebig und Mau eingeführte Fragebatterie verwendet und im Sinne der Forschungsfragestellung um die zwei Prinzipien der Vermögensbesteuerung und der Einkommensbesteuerung ergänzt. Die Erhebung der *subjektiven Steuerbelastung im Verhältnis zu anderen* wurde in Anlehnung an das von Dean, Keenan und Kenney (1980) in einer ähnlichen Untersuchung verwendete Design vorgenommen. Auch soziales Engagement wurde mit einem Item erhoben, um die Gewichtung möglicher sozialer Ausgleichshandlungen in Folge einer negativen Steuerwahrnehmung sowie die wahrgenommene soziale Verantwortung zu identifizieren.

Getreu den theoretischen Erkenntnissen der Steuerpsychologie wurden zwei Fragen zur Identifikation von Nähe und Vertrauen der Befragten zum Staat aufgenommen. Weiterhin wurde in Anlehnung an Andriani (2012) eine Fragebogenbatterie inkludiert, die das Vertrauen gegenüber Judikative und verschiedenen Organen der Exekutive bzw. Legislative sowie der Institution Familie erfragt.

Um mögliche Handlungsfolgen einer negativen Steuerwahrnehmung abschätzen zu können, wurde ein Item aufgenommen, das die Wahrscheinlichkeit einer Verlagerung des Unternehmenssitzes in Folge einer Vermögensteuereinführung in Höhe von 1- 1,5 Prozent erfragt. Zur weiteren Präzisierung möglicher *Barrieren* von Verlagerungstendenzen wurde erhoben, ob der Fokus der Unternehmenstätigkeit regional, national oder international ist und ob bereits Produktions- oder Vertriebsstätten im Ausland betrieben werden.

Um verschiedene Differenzierungsmöglichkeiten innerhalb der Stichprobe zu eröffnen, wurden Gründungsjahr des Unternehmens und Mitarbeiteranzahl zur Charakterisierung der befragten Unternehmen im Fragebogen aufgenommen.

Um zu untersuchen ob und inwiefern sich eine bevorstehende oder gerade durchgeführte Unternehmensübergabe/ Nachfolge auf sämtliche Einschätzungen auswirkt, wurde in einer Frage erhoben, ob in den letzten 5 Jahren eine Übergabe stattgefunden hat bzw. gerade stattfindet oder in nächster Zeit geplant ist.

3.2 Durchführung der Befragung

Zur Durchführung der Erhebung wurde eine Stichprobe der deutschen Unternehmenslandschaft mit 5 Größenstufen (50 – 99 MAB, 100 – 249 MAB, 250 – 499 MAB, 500 – 999 MAB, > 1000 MAB) gebildet, um die mittelständischen Unternehmen mit wirtschaftlicher Relevanz jeder Größenordnung ausreichend für die Themenstellung der Arbeit zu berücksichtigen. Die Grundgesamtheit zur Stichprobe wurde anhand der Datenbank AMADEUS, in der rund 1,75 Millionen deutsche Unternehmen verzeichnet sind, identifiziert. Aus jeder der Größenklassen wurden aus der Datenbank 1325 Unternehmen zufällig ausgewählt, so dass die Gesamtstichprobe aus 6625 Unternehmensadressen bestand.

Im Sinne dieser Aufteilung wurde also eine disproportional geschichtete Stichprobe mit gleicher Schichtgröße aus der entsprechenden deutschen Unternehmensgesamtheit erhoben. Da es für die Beantwortung der Fragen von großer Bedeutung war, dass die Inhaber von Familienunternehmen bzw. die Eigentümer der Familienunternehmen und die Geschäftsführer der Nicht-Familienunternehmen für die Interviews zur Verfügung standen, wurde ein computergestütztes Telefoninterview als Erhebungsmethode gewählt, da so am besten gewährleistet werden konnte, dass die gewünschten Zielpersonen Auskunft gaben.

Die Befragung wurde daher an ein auf Erhebungen im Rahmen von wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsprojekten spezialisiertes Institut für CATI-Erhebungen ausgelagert. Dieses Erhebungsdesign brachte es allerdings mit sich, dass die Vereinbarung eines Telefongesprächs mit den Inhabern bzw. Geschäftsführern erheblich mehr Aufwand und Zeit erforderte. So dauerte die Befragung von April 2013 bis Juni 2013. Schließlich lagen die auswertbaren Antworten der gewünschten Zielpersonen von 587 Unternehmen zur Auswertung vor.

Ausgehend vom Auswahlverfahren der Stichprobe kann von einer repräsentativen Darstellung der Unternehmenslandschaft in den jeweiligen Mitarbeiter-Größenklassen der Grundgesamt der aktiven deutschen Unternehmen gesprochen werden. Auch wenn die Unternehmen, die weniger als 50 Mitarbeiter beschäftigen, in der Untersuchung nicht berücksichtigt wurden, können die Ergebnisse der Studie als gutes Abbild der Meinungen zu diesem Themenkomplex der deutschen Unternehmen gelten, da davon auszugehen ist, dass die kleineren Unternehmen unter 50 Mitarbeiter in ihrer Mehrzahl bezüglich der Fragestellungen zur Erbschaftsteuer und zur Besteuerung des Vermögens sowie zur Möglichkeit der Verlagerung des Unternehmensstandorts weniger betroffen sein dürften. So zeigt auch der Rücklauf in den einzelnen Größenklassen (50 – 99 MAB = 6,3%, 100 – 249 MAB = 9,7%, 250 – 499 MAB = 8,8%, 500 – 999 MAB = 6,2%, > 1000 MAB = 12,5%), dass vor allem die größeren Unternehmen an den Themenstellungen interessiert sind. Daher zeigen die Ergebnisse nicht so sehr ein statistisch getreues Abbild der Gesamtheit der Unternehmen als vielmehr ein der Bedeutung der Thematik für die Unternehmen entsprechendes Meinungsbild.

Insgesamt verzeichnete die telefonische Erhebung 1074 neutrale Ausfälle dadurch, dass das Unternehmen bzw. die Zielperson in der Feldzeit nicht erreichbar war, kein Freizeichen bzw. kein Telefonanschluss mehr gegeben war, es sich nicht um eine Unternehmensadresse handelte oder aus anderen Gründen ein Kontakt nicht hergestellt werden konnte. Daher betrug die bereinigte Stichprobe 5551 Erhebungseinheiten. Von diesen verweigerten 4931 Unternehmen die Auskunft und weitere 33 Unternehmen brachen das Interview ab. Schließlich lagen 587 auswertbare Interviews vor, was einer Ausschöpfungsquote von 10,6% entspricht. Dieser Rücklauf von gut 10% kann angesichts der eingeschränkten Auswahl der Zielpersonen und der besonderen Thematik und Anlage des Fragebogens als sehr zufriedenstellendes Ergebnis angesehen werden, da derzeit auch in anderen Unternehmensbefragungen ohne solche besonderen Bedingungen ebenfalls Rücklaufquoten um die 10% erzielt werden.

3.3 Auswertungsverfahren

Die Fragen zu den Zielen, Motivationen und Einschätzungen der Besteuerung der Unternehmen führten größtenteils zu Bewertungen anhand einer fünfstufigen Likertskala. Fragen zu den Unternehmensmerkmalen im weiteren Sinne wurden zum Teil als stetige Variable erhoben oder in kategorisierter Form. Für die Auswertungen wurden die stetigen Merkmale in Kategorien überführt, um klarere Aussagen formulieren zu können. Im Anhang sind für die meisten Variablen des Interviewleitfadens für alle befragten Unternehmen die Häufigkeitsverteilungen in Tabellenform, als Tortendiagramm oder als Balkendiagramm zu finden, siehe hierzu die Abbildungen A1 bis A73. Zudem geben die entsprechenden Abbildungen auch Auskunft über den Mittelwert, soweit bei der jeweiligen Frage keine Nominalskala als Orientierung zugrunde lag. Bei der vergleichenden Auswertung der Daten wurden in den meisten Fällen Mittelwertvergleiche vorgenommen und diese mit Hilfe von T-Tests, einfaktoriellen Varianzanalysen oder Kruskal-Wallis-H-Tests auf statistisch signifikante Unterschiede hin überprüft, je nachdem welche Voraussetzungen für den Test vorlagen. In wenigen Fällen wurde die Abhängigkeit zweier Variablen auch mithilfe des Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstests überprüft. Für die multivariate Validierung bivariater Zusammenhänge wurde ein multivariates Regressionsmodell gewählt. Wie in der multiplen Regression üblich, wurden die inkludierten Variablen auf Multikollinearität geprüft. Zum Teil kam auch ein rückwärts gerichtetes Selektionsverfahren bei der stufenweisen multivariaten Regression zum Einsatz. Zur Überprüfung der im Ergebnisteil dargestellten Mittelwerte wurde, basierend auf der Standardabweichung, die Häufigkeitsverteilung einzelner Items dargestellt, um zu vermeiden, dass beispielsweise ein Mittelwert die Information über zwei sehr unterschiedliche Gruppen zusammenfasst und somit verbirgt.

3.4 Kritische Anmerkungen

Die in dieser Studie mittels F-PEC Skala durchgeführte Kategorisierung der Familienunternehmen, die es letztlich erlaubt, für jedes Unternehmen einen "degree of familiness" zu ermitteln, wird von verschiedenen Familienunternehmensforschern und Forschungsrichtungen geringfügig

unterschiedlich vorgenommen. Die von uns gewählte Herangehensweise bei der Definition des F-PEC ist mit dem Vorgehen in einem Großteil der relevanten früheren Forschungsarbeiten kompatibel.

Eine Verwendung der kompletten F-PEC Skala ließ sich aus Effizienzgründen bei der Durchführung der Erhebung nicht darstellen. Allerdings, so zeigen unsere Pretests und frühere Forschungsarbeiten, kann fast der gesamte Erklärungswert der vollständigen Skala durch die von uns gewählte, reduzierte Form abgedeckt werden.

Weiterhin muss im Kontext der vorliegenden Untersuchung angemerkt werden, dass die direkte Befragung sozialer bzw. altruistisch geprägter Ziele, Motivationen, Verhaltensweisen und auch Steuereinschätzungen dem Verzerrungseffekt der sozialen Erwünschtheit unterliegen. Insofern sind soziale Tendenzen im Entscheidungsverhalten im Rahmen experimenteller Erhebungsdesigns inhaltlich valider zu erfassen, was jedoch nur bei kleineren Stichprobengrößen oder einer passenden Grundlage realer Daten möglich wäre. Ähnlich ist auch beim Risikoverhalten eine validere Erhebung der Abwägung von Risiko und Nutzen mittels einer Erhebung im Experimentaldesign wahrscheinlich, kann aber nur an kleinen Untersuchungsgruppen durchgeführt werden.

Auch eine gezielte Beeinflussung des Antwortverhaltens durch die befragten Unternehmen selbst zur Manipulation der Studienergebnisse in unternehmensdienlicher Richtung kann nicht ausgeschlossen werden. So wäre es vorstellbar, dass Unternehmen gerne ein Zeichen gegen die Vermögensteuer setzen würden und daher ihre Abneigung überproportional, signalartig zum Ausdruck bringen. Da in diesen Bereichen jedoch eher zurückhaltend geantwortet wurde, kann auf eine, wenn vorhanden, nur begrenzte Effektstärke dieser Verzerrung im Rahmen der Studie geschlossen werden.

Bezogen auf die Stichprobe muss angemerkt werden, dass für ein noch repräsentativeres Bild der deutschen Unternehmenslandschaft auch kleinere Unternehmen berücksichtigt werden müssten. Bei der Interpretation der Gerechtigkeitsbewertungen verschiedener Steuerformen und -prinzipien sollte berücksichtigt werden, dass sich die den Items zugrundeliegenden Konstrukte teilweise in Umfang und Aussage unterscheiden.

Eine vollständige Überprüfung der Motive und Verhaltensweisen auf Rationalität, auch in Bezug auf Reaktionen der Besteueren auf verschiedene Steuerformen, kann nur unter Verwendung konkreter Zahlen und Fallbeispiele geschehen. Generell sollten bei der Diskussion von Wahrnehmung und Handlungen im Kontext von Steuern die einflussreichen psychologischen Komponenten neben wirtschaftlich-rationalen, plausiblen Zusammenhängen berücksichtigt werden.

4 Ziele, Motivationen und Einschätzungen zur Besteuerung und der Einfluss des Familienunternehmensstatus sowie betrieblicher Merkmale

In diesem Kapitel soll der Gedanke aufgegriffen werden, dass sich die Unternehmensziele, die Motivation der Unternehmen sowie ihre Einstellungen zum Steuersystem in Deutschland zwischen Familienunternehmen (FUN) und Nicht-Familienunternehmen unterscheiden könnten. Unternehmen mit einem überdurchschnittlichen F-Pec Wert wurden als Familienunternehmen klassifiziert und vice versa. Die Einteilung ergab, dass 259 oder 44,12% der 587 Unternehmen der Stichprobe als Familienunternehmen angesehen werden können. Die Vergleiche hinsichtlich der Ziele, Motivation und Einstellungen bzw. Einschätzungen zur Besteuerung zwischen beiden Unternehmensgruppen basieren auf dieser Kategorisierung. Nimmt man die stetigen Werte der reduzierten F-PEC-Skala als Grundlage der Untersuchungen, so ergeben sich tendenziell die gleichen Ergebnisse wie bei der Gruppierung nach Unternehmenstyp.

4.1 Vergleiche der Ziele, Motivationen und Einschätzungen zur Besteuerung von Familien- und Nicht-Familienunternehmen

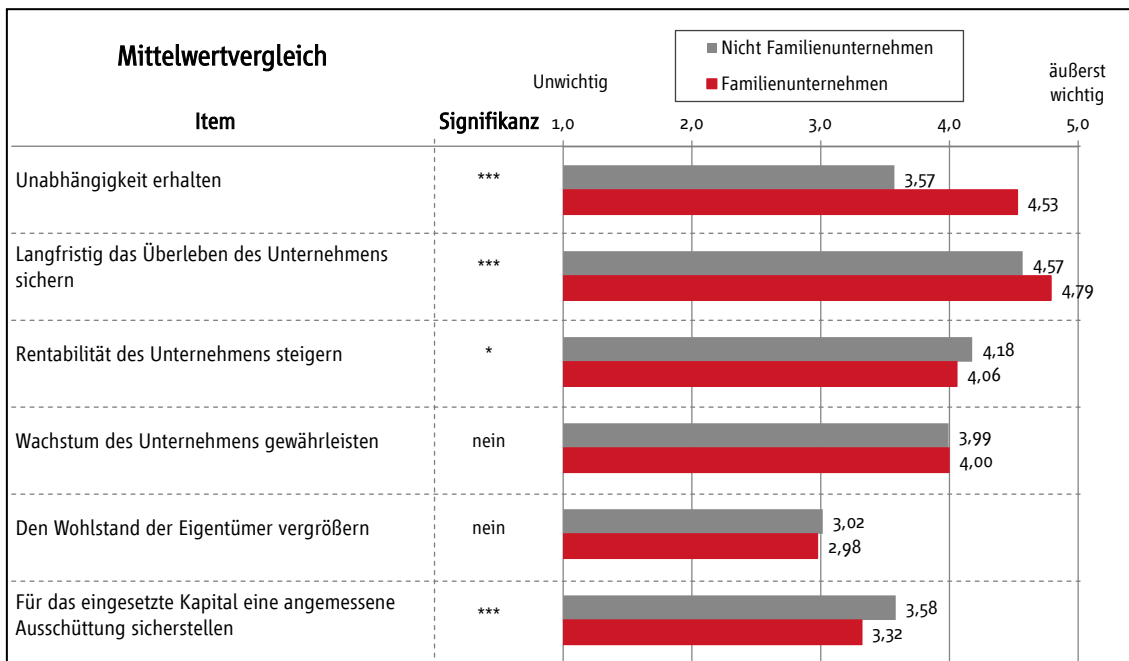
Zunächst soll das Zielsystem von Familien-/Nicht-Familienunternehmen genauer analysiert und miteinander verglichen werden. Die Ergebnisse sind in Abbildung 4.1 dargestellt. Wir erhalten aus der Analyse erste Hinweise darauf, inwiefern die Zielsysteme der befragten Familien- und Nicht-Familienunternehmen sich voneinander unterscheiden und für eine weitergehende validierende Untersuchung der Steuerpsychologie von Familienunternehmen berücksichtigt werden sollten.

In Folge der Kategorisierung der 587 befragten Unternehmen in Familien- und Nicht-Familienunternehmen mittels reduzierter F-PEC Skala wurden statistische Mittelwertvergleiche für unabhängige Stichproben zwischen den Familien- und Nicht-Familienunternehmen berechnet. In der Spalte Signifikanz entsprechen drei Sterne (***) einem Signifikanzniveau von 1%, zwei Sterne (**) einem Signifikanzniveau von 5% und ein Stern (*) einem Niveau von 10%.

In Abbildung 4.1 wird ersichtlich, dass das langfristige Überleben des Unternehmens für beide Unternehmenstypen (Familien- und Nicht-Familienunternehmen) eine sehr hohe Relevanz hat, wobei Familienunternehmen den Aspekt erwartungsgemäß und signifikant als etwas wichtiger einschätzen. Ebenfalls in Übereinstimmung mit den theoriebasierten Grundlagen wird das Ziel der Erhaltung der Unabhängigkeit des Familienunternehmens als sehr wichtig und im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen auch signifikant wichtiger eingeschätzt. Die Antworten bezüglich des Ziels "Unabhängigkeit" erhalten wurden dann aufgrund einer hohen Standardabweichung noch einmal ausführlicher betrachtet. Auch die leicht stärkere, auf dem 10%-Niveau signifikante Neigung der

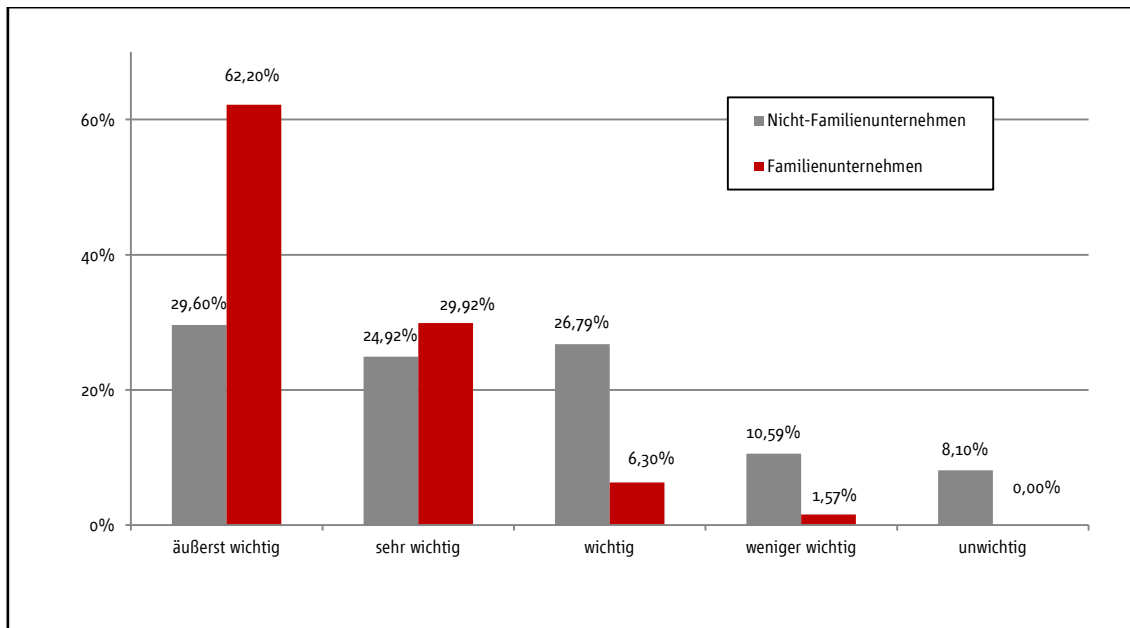
Nicht-Familienunternehmen zur *Steigerung der Rentabilität des Unternehmens* deckt sich mit den theoretischen Erkenntnissen und Erwartungen (Abbildung 4.1). Das Ziel „Wachstum des Unternehmens sichern“ wird von Familien- und Nicht-Familienunternehmen gleichermaßen als wichtig eingeschätzt. Es gibt hier keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen. Weiterhin zeigen die Resultate, dass das Ziel „für das eingesetzte Kapital eine angemessene jährliche Ausschüttung zu erwirtschaften“ im Falle von Nicht-Familienunternehmen signifikant wichtiger ist als für Familienunternehmen. Das Ziel der *Wohlstandsmehrung für die Eigentümer* scheint für beide Unternehmenstypen weniger und vergleichbar wichtig zu sein.

Abbildung 4.1: Zielsysteme der Familien- und Nicht-Familienunternehmen



Die aufgrund einer hohen Standardabweichung vorgenommene und in Abbildung 4.2 dargestellte Häufigkeitsverteilung der Ausprägungen der Bedeutung des Ziels der Unabhängigkeit zeigt, dass unter den Nicht-Familienunternehmen eine recht unterschiedliche Gewichtung bei diesem Motiv vorgenommen wurde. Für Familienunternehmen ist es von überragender Bedeutung unabhängig zu bleiben. Für Nicht-Familienunternehmen ist es "nur" wichtig.

Abbildung 4.2: Häufigkeitsverteilung des Motivs der Unabhängigkeit des Unternehmens



In der Mittelwertvergleichstabelle der differenzierten Motivationen (Abbildung 4.3) der befragten Unternehmen können Motive bei der Unternehmensführung sowie deren Relevanz für Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen abgelesen werden. Als am wichtigsten wurden im Bereich der Motivkategorien von Familien- und Nicht-Familienunternehmen die Kategorien *des Angebots von qualitativ hochwertigen, marktfähigen und profitablen Produkten* sowie das Motiv *eine zuverlässige Lieferquelle darzustellen* bewertet. Ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen konnte unter anderem bei dem Motiv *marktfähige und profitable Produkte anbieten* erkannt werden, das von Seiten der Familienunternehmen als etwas wichtiger bewertet wurde. Auf Grundlage der theoretischen Vorüberlegungen hätte man eine stärkere Marktorientierung der Nicht-Familienunternehmen vermuten können. Dies scheint aber zumindest in Bezug auf die Produkte und ihre Qualitäts- und Rentabilitätseigenschaften nicht der Fall zu sein. Erwartungsgemäß sehen Familienunternehmen das Motiv der *Zukunftssicherung von Kindern und Enkeln der Unternehmerfamilie* im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen als signifikant wichtiger an.

Bei der Überprüfung der Forschungsfragestellung ist interessant, dass Familienunternehmen die nicht primär ökonomisch ausgerichteten Motive *Mitarbeiter stolz machen*, den Mitarbeitern *Arbeitsplatzsicherheit zu bieten* und ihnen *persönliches Wachstum sowie soziale Entwicklung zu ermöglichen* sowie *als Unternehmen hohe moralische Standards vertreten* als signifikant bedeutsamer bewerteten. Insgesamt ist aber wichtig festzuhalten, dass in beiden Unternehmensgruppen soziale Motive im Kontext der Personalarbeit eine bedeutende Rolle spielen. Im Rahmen einer in beiden Gruppen hohen Relevanz des Faktors *Ansässigkeit am Standort Deutschland* ist dieser für Familienunternehmen signifikant wichtiger.

Abbildung 4.3: Motivationsausrichtung für Familien- und Nicht-Familienunternehmen

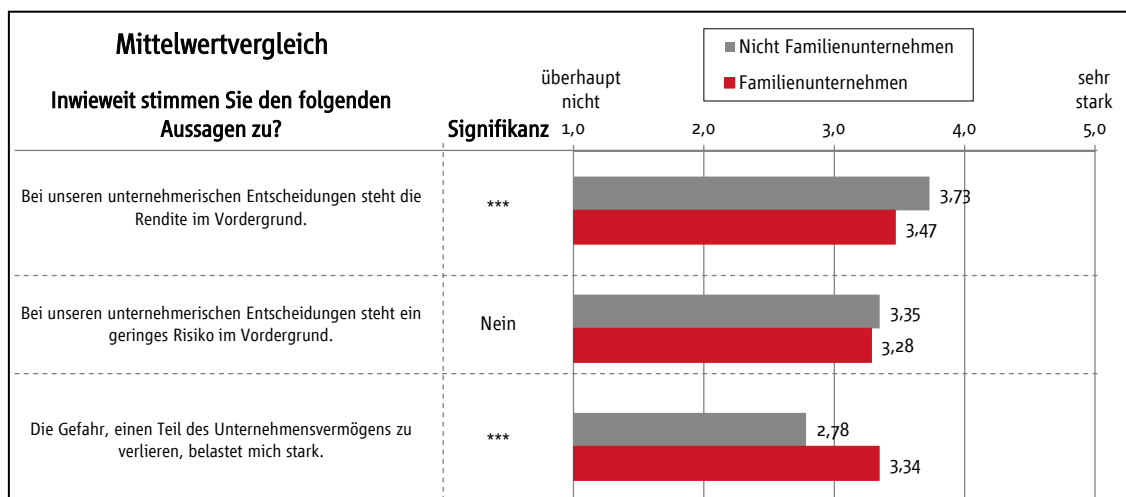


Das Motiv *ein gutes Unternehmensimage zu besitzen* wurde generell von beiden Unternehmenstypen als sehr wichtig eingeschätzt, wobei es für Familienunternehmen noch einmal signifikant bedeutender ist. Eine wirtschaftlich orientierte Erklärung hierfür liegt in der Steigerung von Absatzzahlen mittels eines guten Unternehmensimages. Weniger wirtschaftlich begründet wäre die Ursache der

Verknüpfung des eigenen Namens mit dem Unternehmensnamen unter der Zielsetzung, persönliche moralische Werte durch das Unternehmen zu repräsentieren. Ebenfalls wichtiger für Familienunternehmen im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen ist das Motiv „*das Unternehmen solle hohe moralische Standards vertreten, einen Beitrag zur Gesellschaft leisten und einen guten Einfluss auf die Gesellschaft ausüben*“. Es ergibt sich also auf Basis unserer Motiv-Analysen das Bild eines marktorientierten, qualitätsbewussten Familienunternehmens, das gegenüber Stakeholdern, wie Mitarbeitern und Gesellschaft sehr verantwortungsbewusst agieren will. Diese Kategorisierung gilt mit wenigen Einschränkungen und in leicht abgeschwächter Form auch für Nicht-Familienunternehmen. Aufgrund der Kategorisierung der Familienunternehmen *nach* der Befragung, wurde die Frage nach dem Ziel, den Kindern der Eigentümer eine unternehmerische Zukunft zu ermöglichen, allen befragten Unternehmen gestellt. Dass diese Zielsetzung durch die Familienunternehmen als signifikant wichtiger bewertet wurde, spricht für die Güte der Familienunternehmenskategorisierung, da in Familienunternehmen theoriegemäß oft das Motiv zur Übergabe des Unternehmens an die Kinder der Eigentümer verfolgt wird.

Um die bereits in Teilen offengelegte Zielstruktur weiter zu erforschen, wurde im nächsten Analyseschritt nach der Einstellung der Unternehmen gegenüber Renditestreben und Risikoverhalten gefragt (Abbildung 4.4).

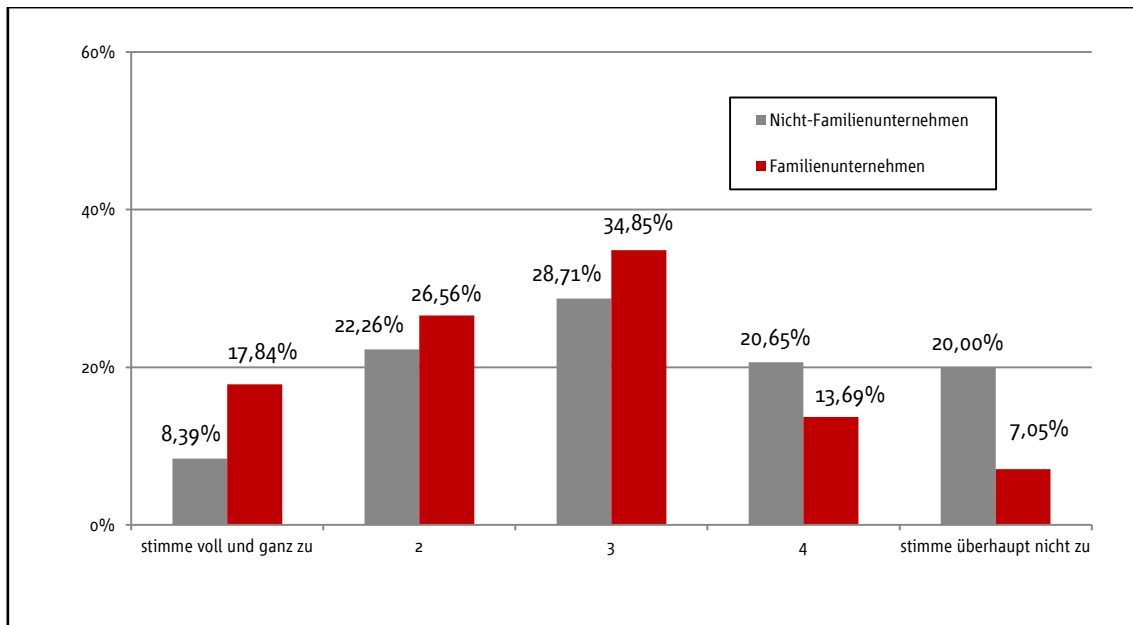
Abbildung 4.4: Allgemeines Risikoverhalten von Familien- und Nicht-Familienunternehmen



Theoriekonform werden im bivariaten Vergleich zunächst die Renditemöglichkeiten durch Nicht-Familienunternehmen signifikant als deutlich wichtiger eingeschätzt. Die Angst vor dem Verlust eines Teils des Unternehmensvermögens wird durch Familienunternehmen erwartungsgemäß als signifikant höher angegeben, was aufgrund der Überschneidung von privatem und unternehmerischem Vermögen in vielen Familienunternehmen logisch erscheint.

Die in Abbildung 4.5 dargestellte Differenzierung des Items bezüglich des Verlustes von unternehmerischem Vermögen zeigt, dass es in beiden Unternehmenstypen unterschiedliche Positionen zu dieser Frage gibt. In Bezug auf die Aussage „Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht ein geringes Risiko im Vordergrund“ unterschieden sich Familien- und Nicht-Familienunternehmen nicht hinsichtlich ihrer Bewertung.

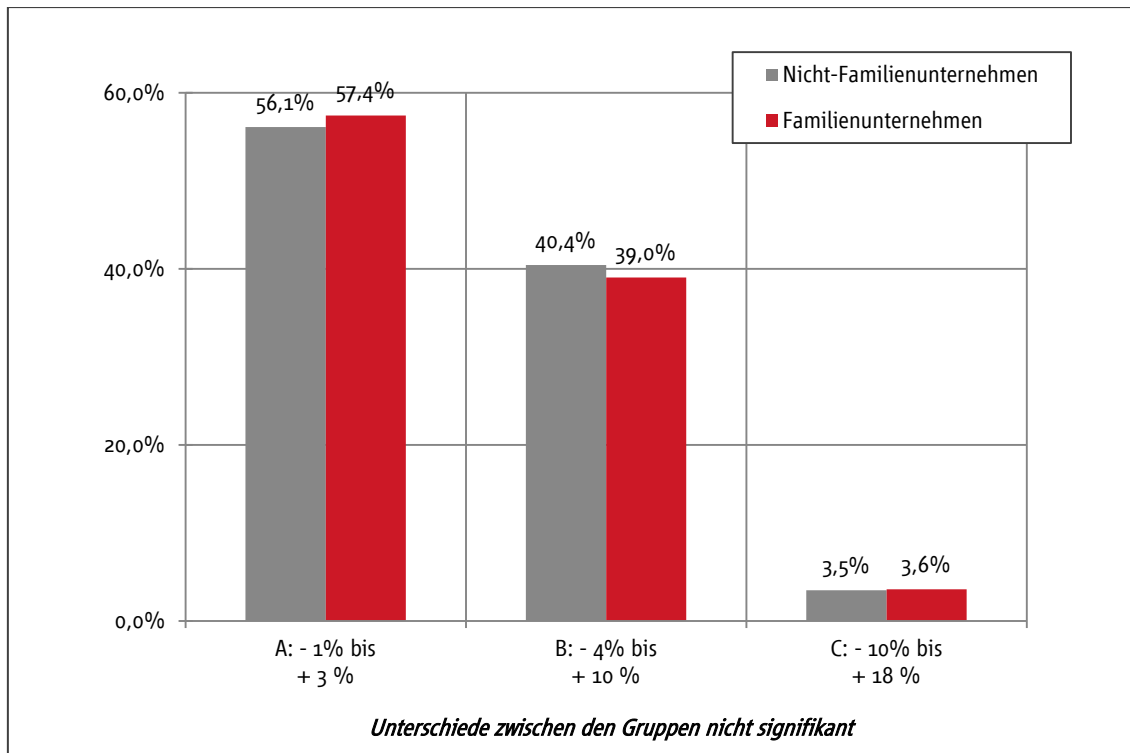
Abbildung 4.5: Häufigkeitsverteilung des Items „Die Gefahr, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, belastet mich stark.“



Zur weiteren Identifikation des Risiko- bzw. Renditestrebens unter den jeweiligen Zielsystemen wurde die Risikotendenz mittels eines weiteren fallbeispielartigen Items erfasst (Abbildung 4.6). Die Unternehmen wurden befragt, welche von drei Investitionsoptionen sie wählen würden, wobei sich die Investitionsoptionen hinsichtlich ihres Risiko-/Return-Profiles unterschieden. Investitionsoption A implizierte eine Rückzahlung mit einer Rendite zwischen -1% und +3%, Investitionsoption B versprach eine Rückzahlung mit einer Rendite zwischen -4% und +10% und Investitionsoption C sah eine Rückzahlung mit einer Rendite in Höhe zwischen -10% und +18% vor. Alle Renditeausprägungen innerhalb der Renditebandbreiten wurden als gleich wahrscheinlich angenommen.

Abbildung 4.6: Risikoverhalten bei Anlageformen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen

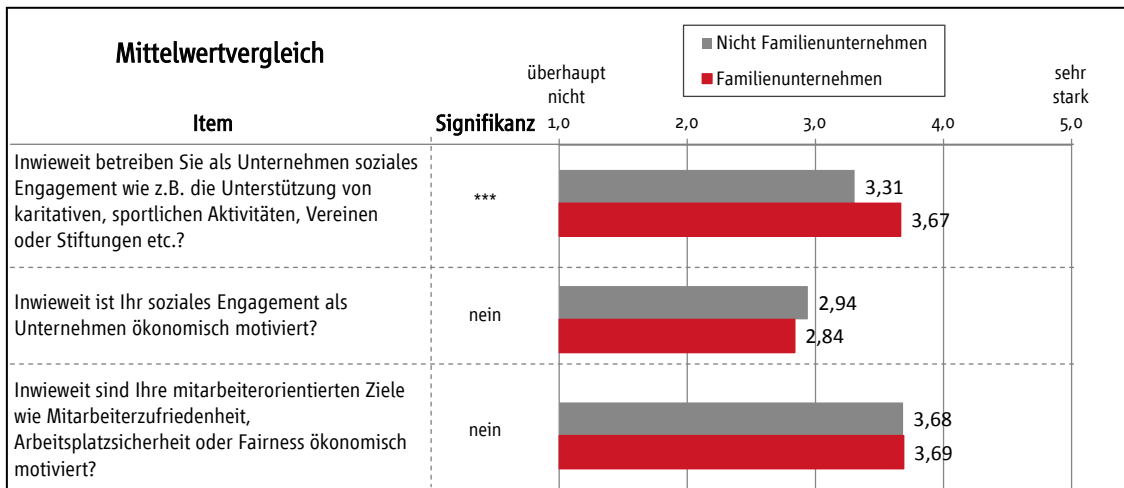
„Bitte geben Sie an, welche der drei folgenden Anlageformen Sie grundsätzlich bevorzugen würden.“



Am häufigsten (ca. 56% der Fälle) wählten die befragten Unternehmen die Investitionsalternative mit dem niedrigsten Verlust-/niedrigsten Gewinnrisiko. Danach folgte die Variante mit einem mittleren Verlustrisiko und einer mittelhohen Maximalrendite (ca. 40% der Fälle). Die Variante mit hohem Verlustrisiko und hoher Rendite wurde von beiden Unternehmenstypen (Familien- und Nicht-Familienunternehmen) kaum gewählt. Dieses Wahlverhalten in Bezug auf die Investitionsalternativen steht nicht im Einklang mit den Erwartungswerten, die sich für die drei alternativen Investitionsoptionen ergeben. Denn hier beläuft sich der Erwartungswert für Investitionsoption A auf 1 %, für B ein Wert von +3%, für Investitionsoption C ergibt sich ein Wert von +4%. Somit kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass Unternehmen ceteris paribus Sicherheit Renditemöglichkeiten vorziehen, sie also risikoavers sind, was wiederum den Zielbewertungen in Abbildung 4.1 entspricht (langfristiges Überleben des Unternehmens vor Rentabilität). Allerdings konnte bei den Wahlentscheidungen hinsichtlich der Investitionsoptionen zwischen Familien- und Nicht-Familienunternehmen kein signifikanter Unterschied identifiziert werden. So tendieren Familienunternehmen zwar etwas stärker zur risiko- und renditeärmsten Investitionsalternative, sind dafür aber etwas seltener bei der Investitionsalternative mit mittlerem Risiko vertreten. Insgesamt deutet dieses Antwortverhalten darauf hin, dass für beide Unternehmensgruppen das Sicherheitsmotiv bei ihren Investitionsentscheidungen sehr wichtig ist.

Um zu analysieren, ob sich die untersuchten Unternehmen sozial engagieren und inwiefern soziales Engagement oder mitarbeiterorientierte Ziele aus ökonomischen Gründen verfolgt werden, wurden zwei diesbezüglich ausgerichtete Fragen gestellt (Abbildung 4.7). Weiterhin wurde erhoben, ob sich die Unternehmen als sozial engagiert ansehen, um herauszufinden, inwiefern sie Ressourcen einsetzen, die sie bei einer negativen Fairnesswahrnehmung dem Staat entziehen könnten.

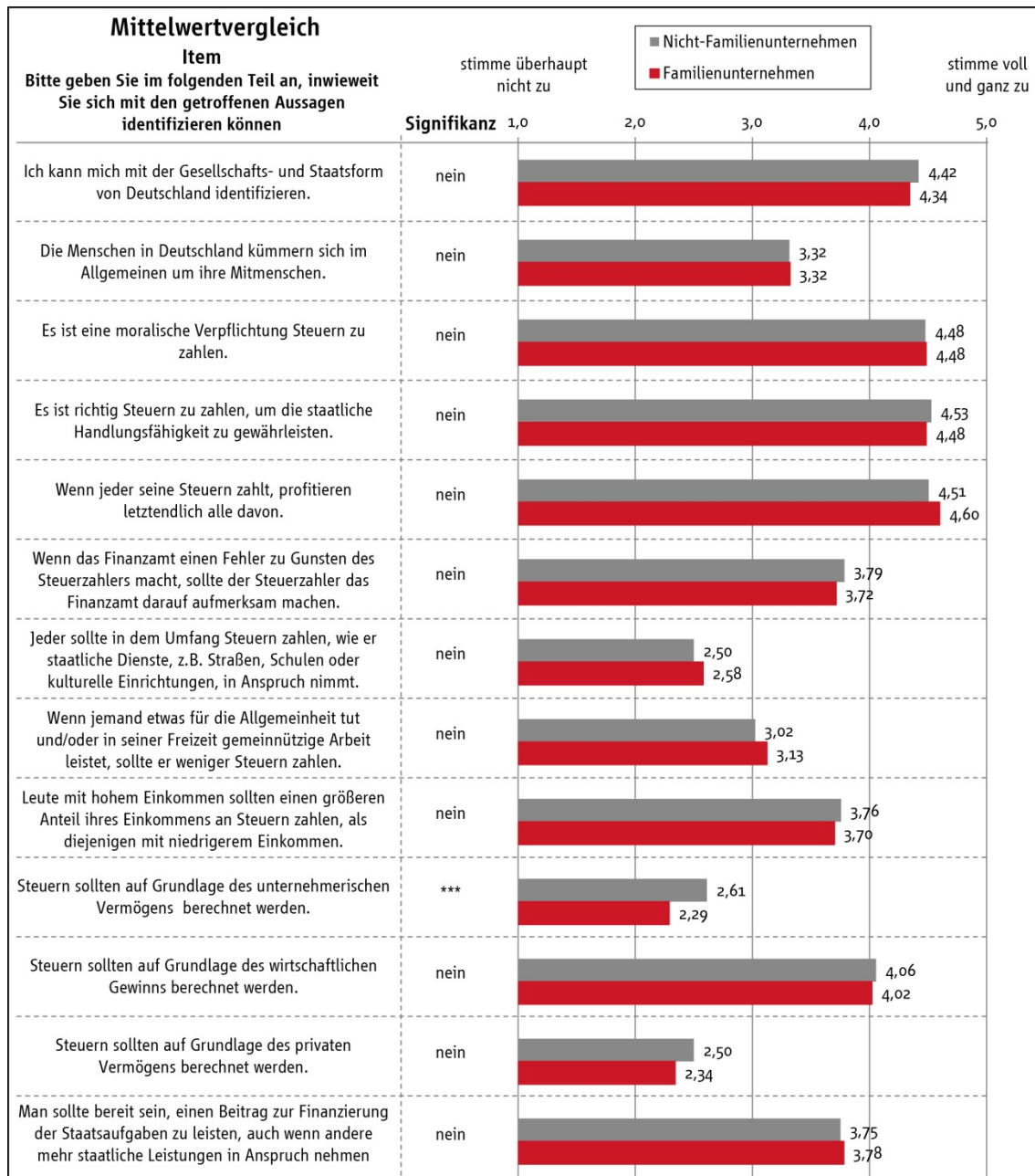
Abbildung 4.7: Soziale Verhaltensweisen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen



Nach eigener Einschätzung betreiben Familienunternehmen signifikant mehr soziales Engagement und sehen dieses Engagement weniger als ökonomisch motiviert an, letzteres jedoch nicht mit einem statistisch signifikanten Unterschied zu Nicht-Familienunternehmen. Interessant ist, dass in beiden Unternehmensgruppen mitarbeiterorientierte Ziele (Mitarbeiterzufriedenheit, Arbeitsplatzsicherheit und Fairness) weit häufiger einen ökonomischen Hintergrund haben als soziales Engagement. Angesichts dieser Daten liegt die Vermutung nahe, dass soziale Aktivitäten eher aus „altruistischen“ Motivationen verfolgt werden als mitarbeiterorientierte Maßnahmen, die mehr ein „Mittel zum Zweck“ der Mitarbeitergewinnung und -bindung darzustellen scheinen.

Um herauszufinden, inwiefern sich die Unternehmen mit Staat und Gesellschaft bzw. verschiedenen Besteuerungsarten- und -prinzipien identifizieren können, wurden die Unternehmen mit den in Abbildung 4.8 dargestellten Items befragt.

Abbildung 4.8: Steuerprinzipien und Einstellung gegenüber dem Staat von Familien- und Nicht-Familienunternehmen



Beide Unternehmenstypen sehen sich moralisch in der Pflicht, Steuern zu zahlen („Moralische Verpflichtung“, „Gewährleistung der Handlungsfähigkeit“ und „zum Profit aller Beteiligten“) was prinzipiell die hohe Identifikation der Unternehmen mit Staat und Gesellschaft widerspiegelt und weiter verstärkt wird durch die Ablehnung des steuerlichen „Wie du mir so ich dir“-Prinzips (z.B.

Bemessung der Steuerzahlung nach Inanspruchnahme), sowie die Zustimmung zum Prinzip der Gewinnbesteuerung.

Dies spricht für sich sozial verpflichtet fühlende Bürger und Unternehmer, die sich zum allergrößten Teil wie "Good Corporate Citizens" verhalten. In der Einzelbetrachtung (Abbildung 4.10) des Items „weniger Steuern in Folge hoher erbrachter sozialer Leistungen“ zeigt sich jedoch, dass es sowohl eine vollständig zustimmende sowie eine vollständig ablehnende Gruppe von Unternehmern zu dieser Aussage gibt. Insofern sind nicht alle Unternehmen von der moralischen Verpflichtung überzeugt.

Im Folgenden wird das Thema der Steuerwahrnehmung und -gerechtigkeit weiter vertieft. So wurden Unternehmer gebeten, sich zu verschiedenen steuerlichen Sachverhalten zu äußern. In Bezug auf die meisten Einschätzungsfragen herrscht hier zwischen Familien- und Nicht-Familienunternehmen keine unterschiedliche Wahrnehmung.

Ein Unterschied zwischen dem häufig ähnlichen Antwortverhalten der Familien- und Nicht-Familienunternehmen trat lediglich bei der Bewertung des Prinzips der Steuerbemessung am Unternehmensvermögen auf. Familienunternehmen sehen die Besteuerung von Unternehmensvermögen als deutlich ungerechter an als Nicht-Familienunternehmen. Dies kann auf verschiedene Ursachen zurückgeführt werden. Zum einen könnte die ausgeprägte Bindung von privatem Vermögen im Unternehmen, die in vielen Familienunternehmen üblich ist, eine Rolle bei dieser Beurteilung spielen. Die Besteuerung des Unternehmensvermögens träge in diesem Fall als finanzieller Aufwand subjektiv auch das private Vermögen des Unternehmers, was in Nicht-Familienunternehmen seltener und in geringerem Umfang der Fall ist. Dieser Umstand dürfte sich negativ auf die Wahrnehmung der Aufwand-Nutzen-Relation zwischen Unternehmer und Staat auswirken. Zum anderen könnte es sich als negativ auswirken, dass das angesparte Vermögen bei Familienunternehmen tendenziell höher liegt, wenn diese eine Thesaurierungspolitik betreiben, und die somit höheren Steuerabgaben wiederum zu einer schlechteren Bewertung der Input-Output-Relation von Steuerzahlung und öffentlichen Leistungen durch den Familienunternehmer führen.

Als ähnlich ungerecht wurde von beiden Unternehmenstypen die Besteuerung privaten Vermögens bewertet, was zu der Feststellung führt, dass Unternehmen die Besteuerung von vorhandenem Vermögen generell als eher ungerecht empfinden. Für sie ist es eine gefühlte „Zweifachbesteuerung“, die hier stattfinden würde. Auch bei der gesonderten Betrachtung der Bewertung der Besteuerung auf Grundlage von privatem und unternehmerischem Vermögen (Abbildung 4.11 und Abbildung 4.12) zeigt sich ein heterogenes Antwortverhalten, das darauf hindeutet, dass es neben dem Großteil der „Ablehner“ eine Gruppe gibt, die die Steuerformen als durchschnittlich gerecht bewertet.

Als wenig gerecht wurde von beiden Unternehmensgruppen das Prinzip angesehen, nach dem die Höhe der Steuer an den in Anspruch genommenen staatlichen Diensten (z.B. Straßen, Schulen oder

kulturelle Einrichtungen) orientiert wird (Reziprozitätsprinzip). Die in Abbildung 4.9 dargestellte Häufigkeitsverteilung zeigt jedoch, dass sich der Mittelwert aus einer weiten Spanne von Antworten zusammensetzt und daher mit Vorsicht interpretiert werden sollte. Allgemein lässt das Antwortverhalten den Schluss zu, dass man mehrheitlich dem Leistungsfähigkeitsprinzip, das besagt, dass diejenigen, die über mehr finanzielle Mittel (z.B. höheres Einkommen) verfügen, auch mehr Steuern bezahlen sollen, folgt.

Abbildung 4.9: Häufigkeitsverteilung des Items „Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt“

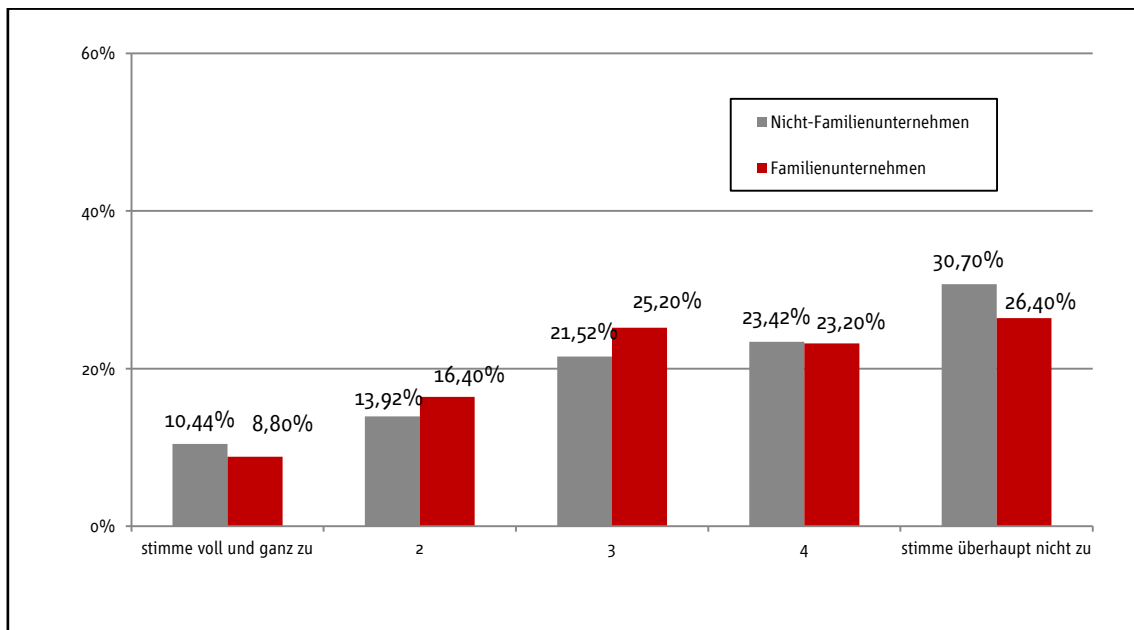


Abbildung 4.10: Häufigkeitsverteilung des Items „Wenn jemand etwas für die Allgemeinheit tut und/oder in seiner Freizeit gemeinnützige Arbeit leistet, sollte er weniger Steuern zahlen“

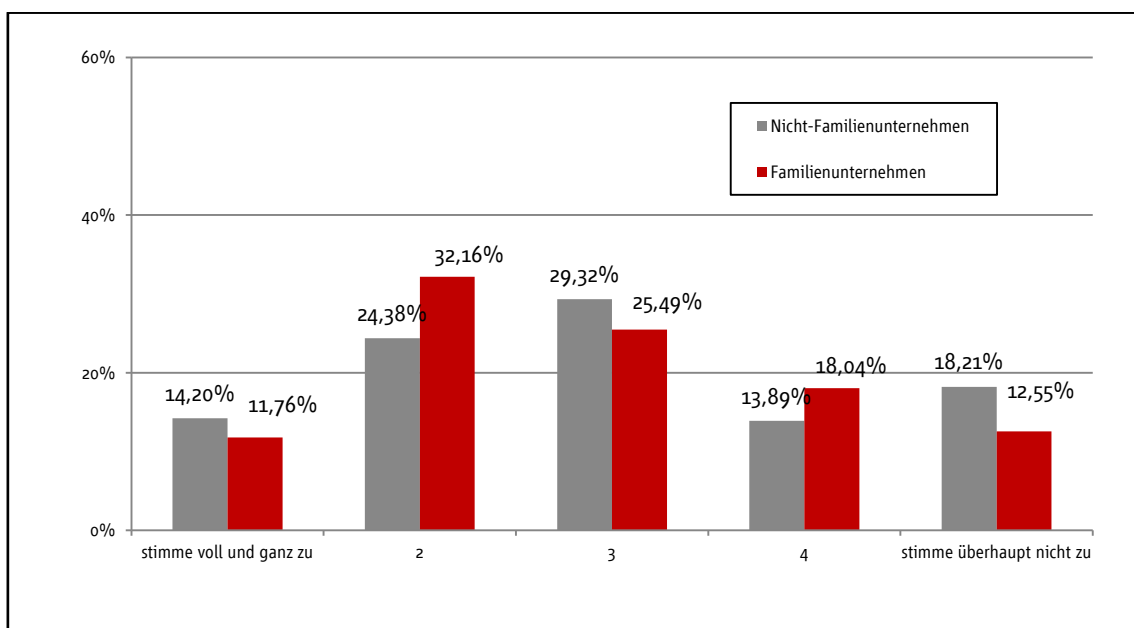


Abbildung 4.11: Häufigkeitsverteilung des Items: „Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden“

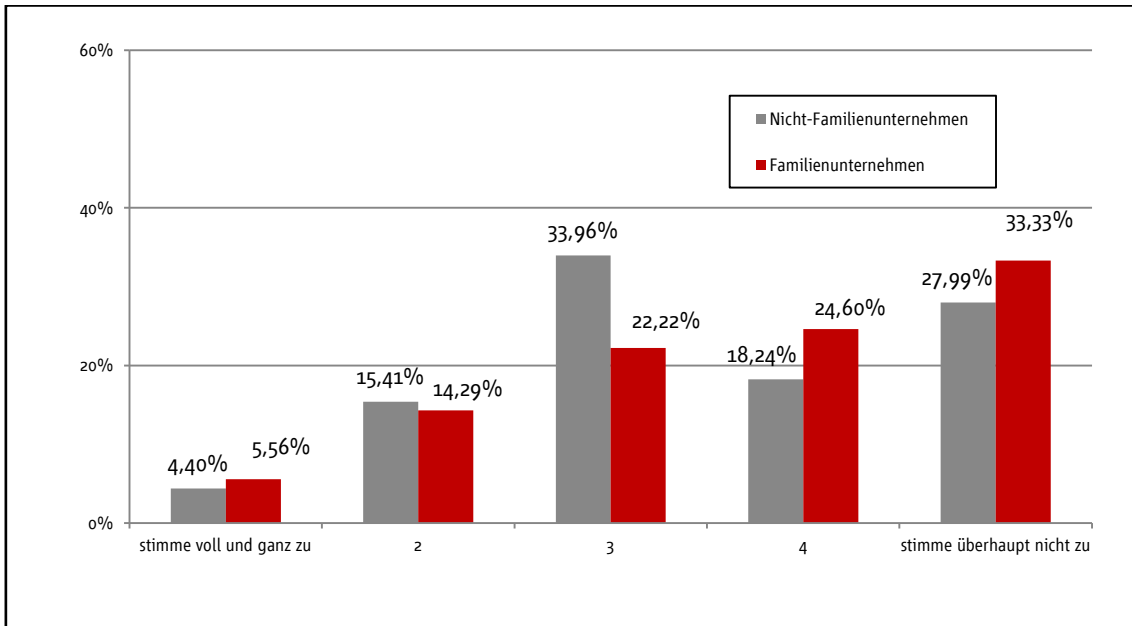
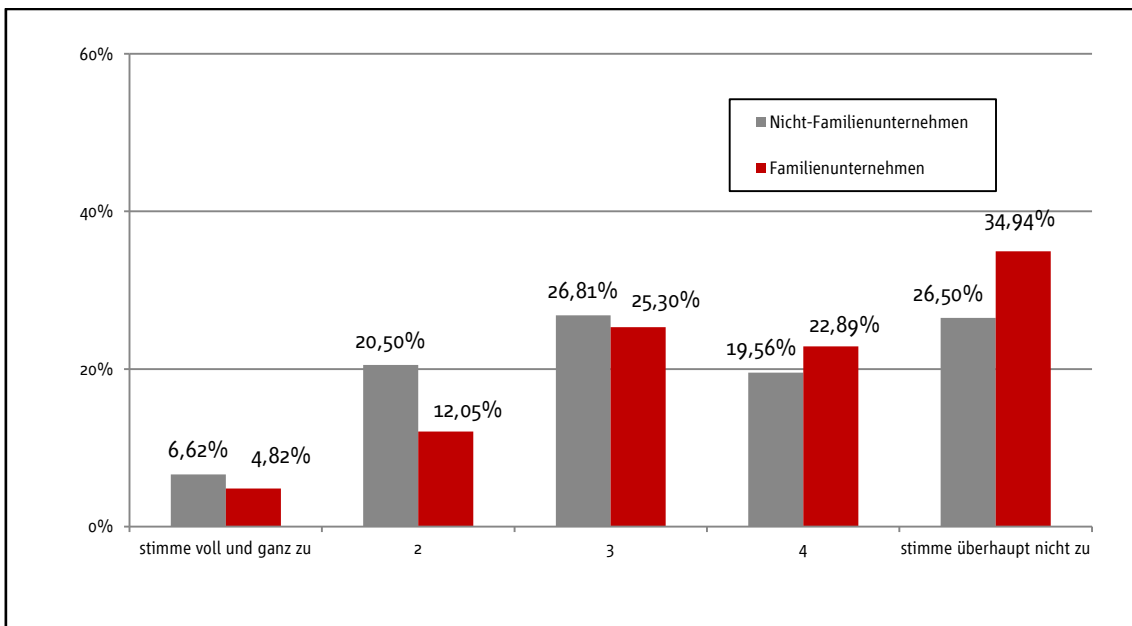
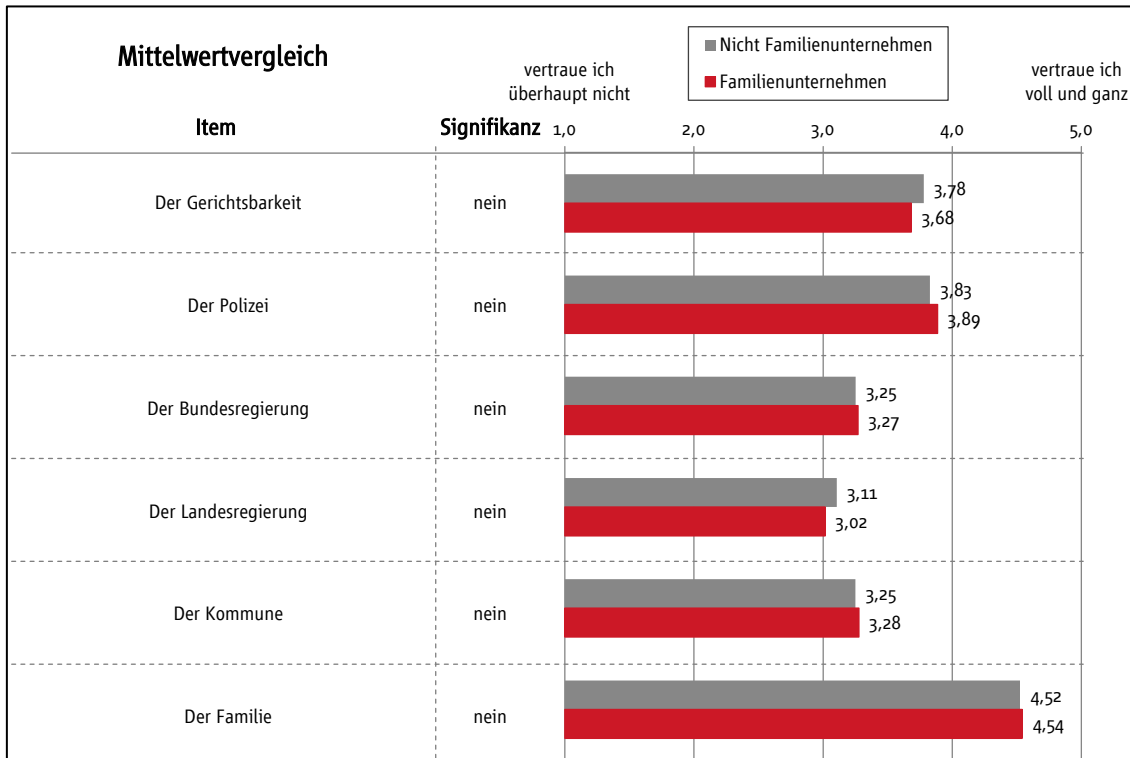


Abbildung 4.12: Häufigkeitsverteilung des Items „Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden“



Um weitere Informationen bezüglich des Vertrauens der Unternehmen gegenüber Staat und Gesellschaft zu gewinnen, wurde das Vertrauensverhältnis gegenüber Judikative, Exekutive bzw. Legislative und Familie erfragt (Abbildung 4.13).

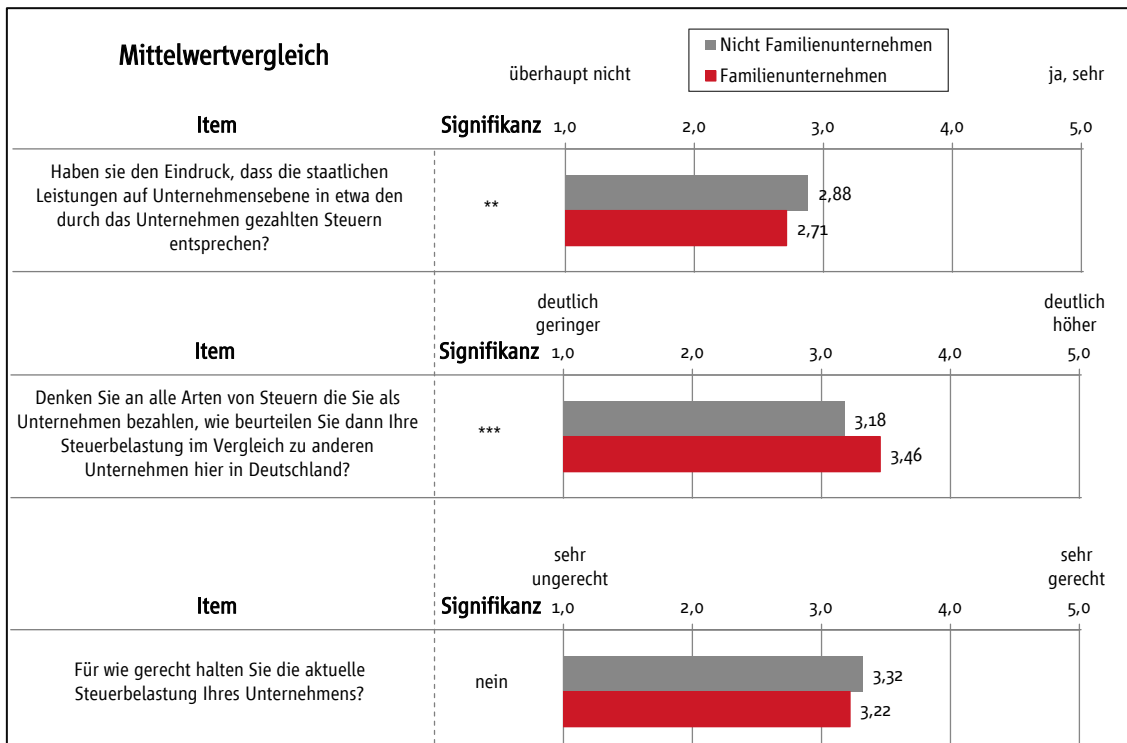
Abbildung 4.13: Vertrauen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen gegenüber verschiedenen Institutionen



In der Bewertung der Vertrauensintensität konnte zwischen den beiden Unternehmenstypen kein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Trotz der in Abbildung 4.8 erkennbaren eher hohen Identifikation der Unternehmen mit Staat und Gesellschaft, sind sie bei der direkten Vergabe von Vertrauen eher zurückhaltend. Es bleibt typenübergreifend zu sagen, dass die *Institution Familie* erwartungsgemäß ein besonders hohes Vertrauen genießt. Auch *Gerichtsbarkeit* und *Polizei* wird von den Unternehmen in Deutschland ein eher hohes Vertrauen entgegengebracht. Bundes-, Landesregierung und Kommune wird in einem deutlich geringeren Maße vertraut, was sich unter einem leichten Vertrauensdefizit gegenüber der Exekutive bzw. Legislative zusammenfassen lässt.

Als entscheidende Bestandteile der subjektiven Steuerzufriedenheit wurde erfragt (Abbildung 4.14), inwieweit die Unternehmen den Eindruck haben, dass ihr steuerlicher Aufwand den staatlichen Leistungen entspricht und wie sie die steuerliche Belastung anderer Unternehmen einschätzen.

Abbildung 4.14: Bewertung der eigenen Besteuerung durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen

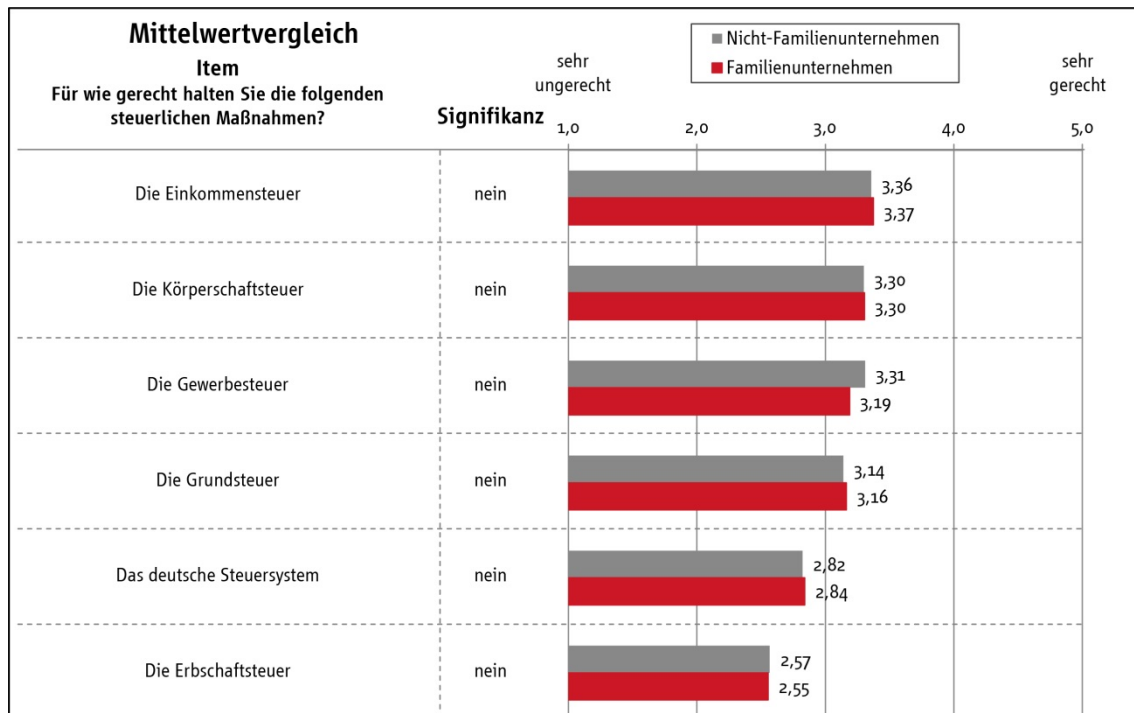


In der Wahrnehmung der Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung haben sich zwischen den beiden Unternehmenstypen der Familien- und Nicht-Familienunternehmen statistisch signifikante Unterschiede ergeben. So haben Familienunternehmen weniger den Eindruck, dass die staatlichen Leistungen den gezahlten Steuern entsprechen würden. Dies könnte in Teilen an der als zusätzlich anfallend wahrgenommenen Erbschaftsteuer liegen. Sofern Familienunternehmer im Falle einer Vererbung des Unternehmens im Familienrahmen das Vermögen bereits vor Vererbung als ihr eigenes Vermögen ansehen, könnte sich diese wahrgenommene Mehrfachbesteuerung negativ auf ihre Steuerzufriedenheit auswirken.

Die über beide Gruppen hinweg eher niedrige Bewertung des Kosten-Nutzenverhältnisses zwischen Unternehmen und Staat stimmt auch mit den oben ausgeführten Erkenntnissen zum Egocentric Bias überein. Dieser besagte, dass Individuen bei der Bewertung von Steuern häufig dazu tendieren, den eigenen Input zu überschätzen und die in Anspruch genommenen Leistungen zu unterschätzen (siehe Egocentric Bias).

Auch im Vergleich der eigenen Steuerbelastung zur Steuerbelastung anderer Unternehmen sehen sich die Familienunternehmen in einer signifikant schlechteren Ausgangslage. An dieser Stelle ist ebenfalls ein möglicher Erklärungsansatz in der Erbschaftsteuer zu vermuten. Von beiden Unternehmenstypen wird die aktuelle Steuerbelastung des Unternehmens als durchschnittlich bewertet.

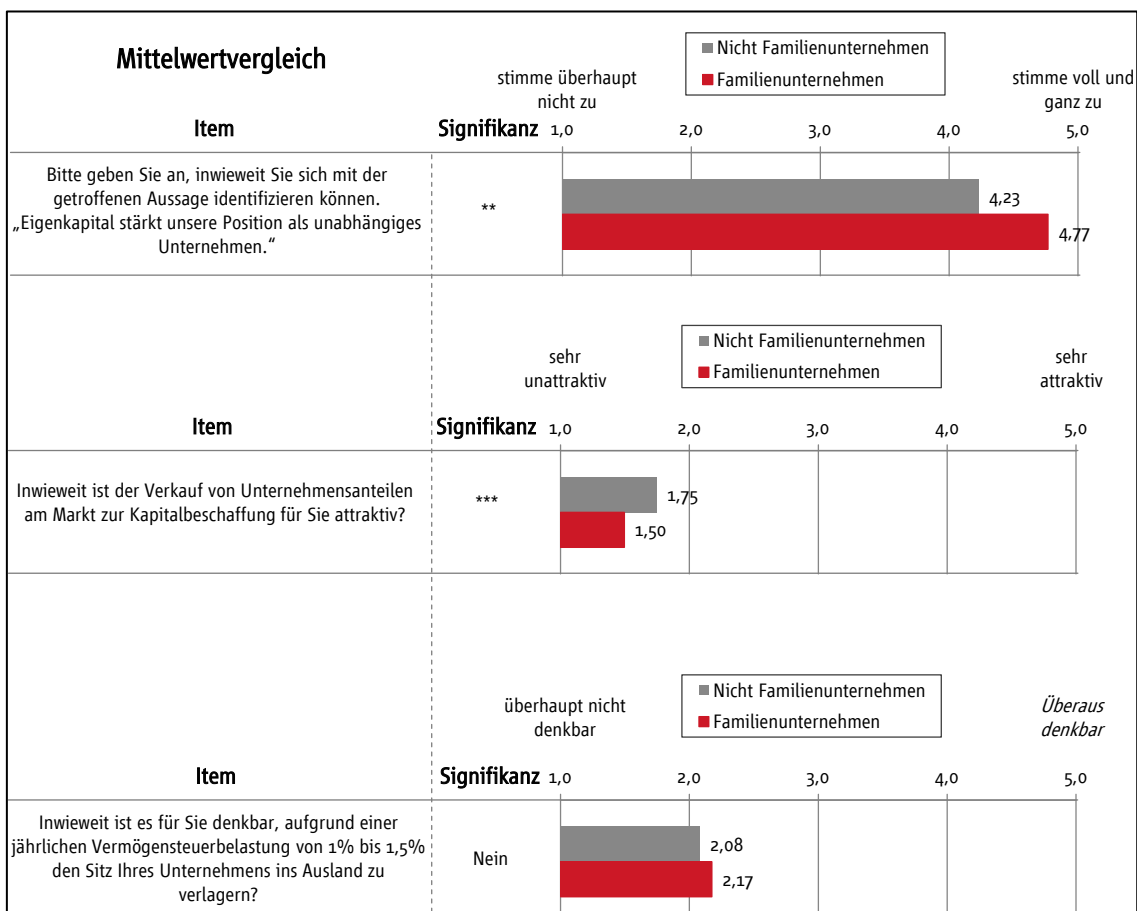
Abbildung 4.15: Gerechtigkeitsbewertung der Steuerprinzipien durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen



Bei den in Abbildung 4.15 dargestellten Antworten konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Familien- und Nicht-Familienunternehmen erkannt werden. Hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass die Erbschaftsteuer durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen als relativ ungerecht bewertet wurde. In Verbindung mit der ebenfalls geringen Zustimmung zum Prinzip der Besteuerung von Unternehmensvermögen (besonders Familienunternehmen) könnte auf Grundlage dieser ersten Einschätzung für diesen Fall der Mehrfachbesteuerung (Vermögen- und Erbschaftsteuer) von Familienunternehmen ein merklicher negativer Einfluss auf die Steuerzufriedenheit erwartet werden. Insgesamt ergeben sich aber aktuell und über alle Steuerarten hinweg bemerkenswert neutrale Einschätzungen der Unternehmen. Die im Gegensatz zu den Steuerformen leicht geringer eingeschätzte Gerechtigkeit des deutschen Steuersystems kann vermutlich in Teilen auf die schlechte Wahrnehmung der Erbschaftsteuer zurückgeführt werden.

Die Instrumentalität des Eigenkapitals zur Stärkung der Sicherheit spielt besonders im Zielsystem der Familienunternehmen eine wichtige Rolle (Abbildung 4.16). Gerade in den letzten Jahren haben viele deutsche Unternehmen ihre Eigenkapitalbasis gestärkt, teils um weniger anfällig gegenüber globalen Krisen zu werden, teils um ihre Unabhängigkeit gegenüber konkreten Dritten (z.B. Großkunden) zu stärken oder die Ratingkriterien der Banken im Kontext der Kreditvergabe besser zu erfüllen. Insbesondere Familienunternehmen haben hier in der jüngsten Vergangenheit erhebliche Anstrengungen unternommen. Konsequenterweise schätzen Familienunternehmen die Rolle von Eigenkapital als Garant der Unabhängigkeit besonders hoch ein, um das langfristige Überleben des Unternehmens zu sichern. Aber auch die Nicht-Familienunternehmen schätzen die Unabhängigkeit fördernde Funktion des Eigenkapitals. Der Verkauf von Unternehmensanteilen zur Kapitalbeschaffung ist dagegen keine attraktive Lösung – insbesondere nicht für Familienunternehmen. Der Durchschnittswert von 1,5, der sich hier für Familienunternehmen ergibt, legt den Schluss nahe, dass dieser Weg der Eigenkapitalbeschaffung nur der „letzte Ausweg“ ist.

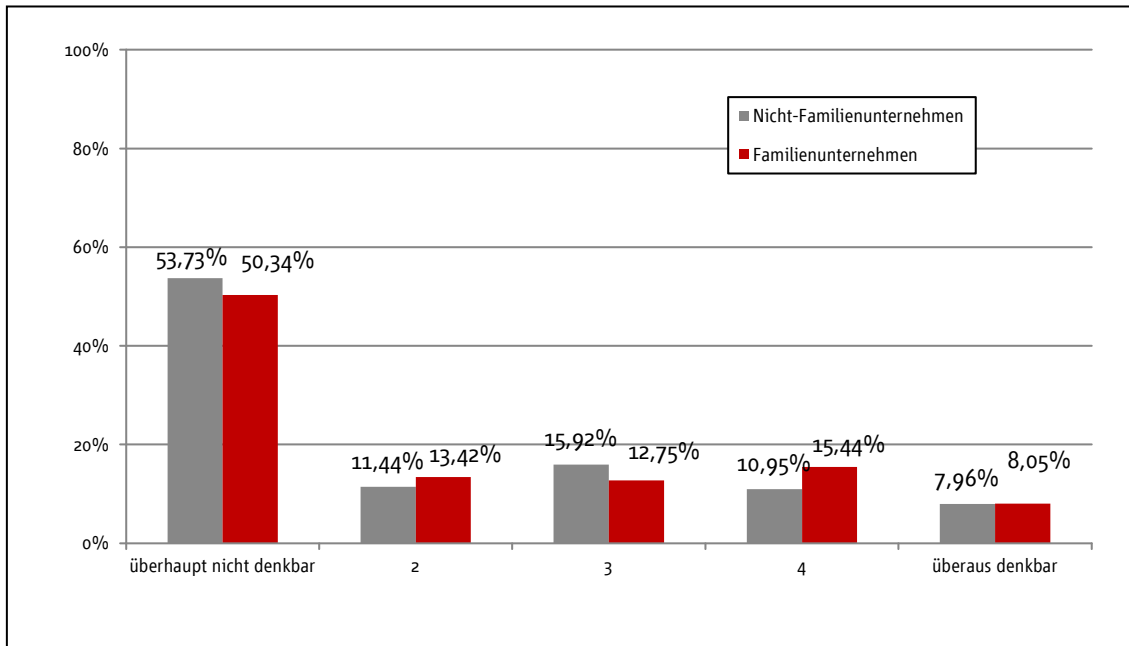
Abbildung 4.16: Eigenkapital und Standortverlagerung im Kontext der Vermögensteuer



Auf die Frage, inwieweit es für Unternehmen vorstellbar wäre, den Sitz des Unternehmens aufgrund einer Vermögensteuerbelastung von einem bis eineinhalb Prozent ins Ausland zu verlagern, gaben Familien- und Nicht-Familienunternehmen ähnliche, tendenziell zurückhaltende Antworten, wobei Familienunternehmen die Verlagerung als etwas denkbarer einschätzten. Die in Abbildung 4.17

dargestellte differenzierte Betrachtung der Antworten auf diese letzte Frage zeigt jedoch, dass es neben der großen Gruppe der verneinenden Unternehmen durchaus eine Gruppe gibt, für die die Verlagerung des Unternehmenssitzes in Frage kommt.

Abbildung 4.17: Häufigkeitsverteilung des Items „Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?“



4.2 Der Zusammenhang von Zielen, Motivationen und Einschätzungen und den betrieblichen Merkmalen

Nachdem die Bedeutung der Einordnung der Unternehmen als Familien- bzw. Nicht-Familienunternehmen für die Ziele, Motivationen und Fragen zur Einschätzung des deutschen Steuersystems untersucht wurden, soll nun für weitere Einflussfaktoren betrachtet und geklärt werden, inwieweit sie für die angesprochenen Fragestellungen und Einschätzungen von Bedeutung sind. Zu diesen insbesondere betrieblichen Einflussfaktoren gehören die Größenklasse der Unternehmen gemessen an den Beschäftigten, die Frage nach einer erfolgten oder geplanten Unternehmensübergabe, die gestaffelte Höhe der Ausgaben für Forschung und Entwicklung, die Frage nach einer in den letzten drei Jahren vorgenommenen Thesaurierung, die Art und Weise wie in den Unternehmen Innovationen vorstattengehen, die Frage, wo das Unternehmen seinen wirtschaftlichen Schwerpunkt hat sowie die Höhe der Eigenkapitalquote. Zudem gehören zu den hier interessierenden Kovariablen der Wirtschaftszweig des Unternehmens und das Gründungsjahr, das in drei Alterskohorten aggregiert wurde. Die Abhängigkeit der jeweiligen Einschätzung zu den Zielen, Motiven und Steuern von den Kovariablen wurde mithilfe einer Varianzanalyse getestet, soweit es die statistisch notwendigen Voraussetzungen zuließen. War eine der Voraussetzungen für diese statistische Untersuchungsmethode nicht gegeben, insbesondere betraf dies die geforderte Homogenität der Varianz der jeweiligen Einschätzungsvariablen in den verschiedenen Gruppen der Kovariablen, so wurde hilfsweise der Kruskal-Wallis-H-Test angewandt. In den wenigen Fällen, in denen die Variable zur Einschätzung nur auf nominalem Skalenniveau vorhanden ist, wird zur Untersuchung der Abhängigkeit ein Chi-Quadrat-Test verwendet.

Tabelle 4.1 gibt einen Überblick über die bivariaten Abhängigkeiten der Ziele, Motivationen und Einschätzungen von den angesprochenen betrieblichen Merkmalen. So sind in der Tabelle nur die Signifikanzniveaus des jeweiligen bivariaten Zusammenhangs gegeben. Dabei entsprechen wiederum drei Sterne (***) einem Signifikanzniveau von 1%, zwei Sterne (**) einem Signifikanzniveau von 5% und ein Stern (*) einem Niveau von 10%. An dieser Stelle reichen die Informationen aus Tabelle 4.1 aus, da in einer nachfolgenden multivariaten Betrachtung die gefundenen Zusammenhänge validiert werden sollen. In den Abbildungen 74 bis A129 im Anhang sind die detaillierten Ergebnisse der bivariaten Abhängigkeiten aufgeführt.

Tabelle 4.1: Übersicht über die bivariaten Zusammenhänge zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen und den betrieblichen Merkmalen

Teil 1

Ziele Motivationen Einschätzungen	Betriebliche Merkmale	Unternehmensgröße Mitarbeiterkategorie	Wirtschaftszweig	Gründungsjahr	Eigenkapitalquote	Geo-grafischer Wirtschaftsschwerpunkt	Thesaurierung	F&E-Ausgaben	Innovationstyp	Unternehmensnachfolge	Auslandsaktivität
Ziel: Unabhängigkeit erhalten		*		**	*		***				
Ziel: Langfristig das Überleben des Unternehmens sichern							***				
Ziel: Rentabilität des Unternehmens steigern				**						**	
Ziel: Wachstum des Unternehmens gewährleisten						**		***	*		
Ziel: Den Wohlstand der Eigentümer vergrößern				**							
Ziel: Für das eingesetzte Kapital eine angemessene Ausschüttung sicherstellen					*	*	**				
Motivation: Exzellenz im Tätigkeitsfeld des Unternehmens erreichen			***					*	*		
Motivation: Qualitativ hochwertige Produkte und/ oder Dienstleistungen anbieten					**						
Motivation: Marktfähige/Konkurrenzfähige, profitable Produkte oder Dienstleistungen bieten						**					
Motivation: Eine zuverlässige Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. Einhaltung von Lieferzeiten und Produkt/ Servicequalität											
Motivation: Eine verantwortungsbewusste Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. sozial verträgliches, ökologisches Handeln						**	**				
Motivation: Ein gutes Unternehmensimage besitzen und präsentieren			***			*					
Motivation: Den Mitarbeitern persönliches Wachstum und soziale Entwicklung ermöglichen			**			**			*		
Motivation: Das Unternehmen soll hohe moralische Standards vertreten, einen Beitrag zur Gesellschaft leisten und einen guten Einfluss auf die Gesellschaft ausüben											
Motivation: Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit gewährleisten			**			**					
Motivation: Ein Unternehmen zu sein, das seine Mitarbeiter stolz macht											
Motivation: Den Mitarbeitern eine hohe Arbeitsplatzsicherheit bieten			**		***	***					

4.3 Validierung der Bedeutung des Familieneinflusses und der betrieblichen Merkmale in Bezug auf die Ziele, Motivationen und Einschätzungen

Nachdem jeweils sowohl für die Klassifizierung als Familienunternehmen als auch für jede einzelne Kovariable (Variablen mit einem potentiellen Einfluss auf die Ziele etc.) von der Mitarbeiterzahl bis zur Nachfolgefrage die Zusammenhänge mit den Zielen, Motiven und Einschätzungen zu Fragen das Steuersystem betreffend untersucht wurden, sollen nun anhand einer multivariaten Analyse die erhaltenen Ergebnisse validiert werden. Bei dieser Validierung steht gemäß dem Kontext der Untersuchung die Einordnung als Familienunternehmen besonders im Vordergrund. Dazu wurde jeweils eine multivariate Regressionsanalyse für die Ziel-, Motivations-, und Einschätzungsfragen als abhängige Variablen gerechnet.

Für die Regressionen wurden auf der Seite der unabhängigen Variablen die Kategorisierungen verwendet, die auch bei den bivariaten Analysen den Testverfahren zugrunde lagen. So wurden jeweils Dummyvariablen für die Mitarbeitergrößenklassen unter 99 Beschäftigten, 100 bis 249 Beschäftigten, 250 bis 499 Beschäftigten sowie 500 bis 999 Beschäftigten verwendet. Die Referenzkategorie bildet die Gruppe von Unternehmen, die 1000 und mehr Beschäftigte aufweisen.

In Bezug auf den **Wirtschaftszweig** wurden die Dienstleistungen als Referenzkategorie gewählt und Dummies für das produzierende Gewerbe und den Handel gebildet.

Beim **Gründungsjahr** ergaben die Perioden bis 1945 und 1946 bis 1975 die Dummyvariablen mit dem Zeitraum ab 1976 als Referenz.

Die Größenordnung ab 67% bei der **Eigenkapitalquote** dient dort als Referenzgruppe, während die Gruppe von Unternehmen mit bis zu 33% Eigenkapital und die Gruppe mit Eigenkapital zwischen 34% und 66% die Dummyvariablen ergaben.

Bei der Frage nach dem **Wirtschaftsschwerpunkt** bilden die Kategorien lokaler Schwerpunkt, regionaler Schwerpunkt und nationaler Schwerpunkt die Dummyausprägungen, während die Kategorie internationaler Schwerpunkt die Referenz darstellt.

In Bezug auf die **Forschungs- und Entwicklungsausgaben** der Unternehmen ergeben die Klassen mit 0% und mit F&E-Ausgaben zwischen 1% und 5% die beiden Dummygruppen. Die Gruppe von Unternehmen, die mehr als 5% ihres Umsatzes für Forschung und Entwicklung ausgeben, stellt die Referenzkategorie dar.

Der **Innovationsfokus** auf die Weiterentwicklung bestehender Produkte zeigt sich als Dummy und der Innovationsfokus auf die Entwicklung neuer Produkte entsprechend als Referenzkategorie.

Bei der Frage nach einer vorgenommenen oder geplanten **Unternehmensnachfolge** bilden die Unternehmen, bei denen in den letzten 5 Jahren eine Unternehmensübergabe stattfand, und die Unternehmen, bei denen in den nächsten 5 Jahren eine Unternehmensübergabe geplant ist, die beiden Dummyvariablen. Die Fälle, in denen weder das eine noch das andere zutrifft, ergeben die Referenzkategorie.

Im Falle der **Einordnung als Familienunternehmen** und bei der Frage nach einer **Thesaurierung** in den letzten drei Jahren bezieht sich der Dummy auf die positive Antwort und die Referenzkategorie wird durch die negative Antwort dargestellt.

Tabelle 4.2 zeigt die Ergebnisse. Für diejenigen abhängigen Variablen, die in den bivariaten Betrachtungen nur von einer anderen Variablen abhängen, erübrigt sich die Einbeziehung in die multivariate Regressionsanalyse. Dies ist z. B. der Fall bei der Frage, ob Steuern auf der Grundlage des unternehmerischen Vermögens gezahlt werden sollen. Hierfür ließ sich nur der Familieneinfluss im Unternehmen als Variable identifizieren, die eine signifikante Bedeutung für diese Frage hat. Keine weitere Kovariable erwies sich als statistisch bedeutsam. Daher wurde die Frage zur unternehmerischen Vermögensteuer nicht in die multivariate Regressionsanalyse und damit nicht in aufgenommen.

Tabelle 4.2: Multivariater Zusammenhang zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen, und dem Familieneinfluss und den betrieblichen Merkmalen

Teil 1

		Ziel: Unabhängigkeit erhalten	Ziel: Langfristig das Überleben des Unternehmens sichern	Ziel: Rentabilität des Unternehmens steigern	Ziel: Wachstum des Unternehmens gewährleisten	Ziel: Den Wohlstand der Eigentümer vergrößern.	Ziel: Für das eingesetzte Kapital eine angemessene Ausschüttung sicherstellen.	Motivation: Exzellenz im Tätigkeitsfeld des Unternehmens erreichen	Motivation: Qualitativ hochwertige Produkte und/ oder Dienstleistungen anbieten.	Motivation: Marktfähige/Konkurrenzfähige, profitable Produkte oder Dienstleistungen bieten.	Motivation: Eine zuverlässige Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. Einhaltung von Lieferzeiten und Produkt/Servicequalität.	Motivation: Eine verantwortungsbewusste Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. sozial verträgliches, ökologisches Handeln
Konstante		2,262 ***	1,539 ***	2,117	1,535 ***		2,442	1,358 ***		1,319 ***		1,695 ***
FUN	ja	-1,026 ***	-0,245 ***	-0,101			0,145			-0,097*		
Mitarbeiter	0 - 99	0,460 **										
	100 - 249	0,293 *										
	250 - 499	0,373 **										
	500 - 999	0,329 *										
Branche	Prod. Gew.							0,090				
	Handel							0,195 *				
Gründungs-jahr	bis 1945	0,070		-0,004								
	1946 - 1975	-0,028		0,002								
Eigenkapital- quote	bis 33%	0,041					-0,351 **					
	34% - 66%	-0,061					-0,038					
Wirtschafts- schwerpunkt	lokal				0,190		0,516 **			0,368 ***		0,396 ***
	regional				0,245 **		0,286 *			0,074		-0,094
	national				0,148		0,244 *			0,119 *		0,145 *
Thesaurierung	ja	-0,105	-0,135 **				0,229 **					0,145 **
F&E	0%				0,142			0,305 **				
	1% - 5%				0,345 **			0,121				
Innovation	Weiterent.				0,233 **			0,067				
Nachfolge	Ja, letzte 5			-0,260 **								
	Ja, nächste			0,044								
Modell- anpassung	F-Test	<,001	<,001	0,249	0,001		0,007	0,043		0,002		0,001
	Bereinigtes R ²	0,214	0,041	0,006	0,045		0,036	0,018		0,022		0,027

Tabelle 4.2: Multivariater Zusammenhang zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen und dem Familieneinfluss und den betrieblichen Merkmalen

Teil 2

		Motivation: Ein gutes Unternehmensimage besitzen und präsentieren.	Motivation: Den Mitarbeitern persönliches Wachstum und soziale Entwicklung ermöglichen.	Motivation: Das Unternehmen soll hohe moralische Standards vertreten, einen Beitrag zur Gesellschaft leisten und einen guten Einfluss auf die Gesellschaft ausüben.	Motivation: Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit gewährleisten.	Motivation: Ein Unternehmen zu sein, das seine Mitarbeiter stolz macht.	Motivation: Den Mitarbeitern eine hohe Arbeitsplatzsicherheit bieten.	Motivation: Im Unternehmen einen fairen Umgang mit den Mitarbeitern pflegen.	Motivation: Ihren Kindern oder Enkeln eine unternehmerische Zukunft ermöglichen.	Motivation: Den Kindern oder Enkeln der Eigentümerfamilie eine unternehmerische Zukunft ermöglichen.	Motivation: In Familienunternehmen sollten Familienangehörige in tragenden Positionen vertreten sein.	Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht die Rendite im Vordergrund.	Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht ein geringes Risiko im Vordergrund.
Konstante		1,598 ***	1,874 ***		1,702 ***		1,905 ***	1,612 ***	3,044 ***	4,215 ***	4,085 ***	2,099 ***	2,355 ***	3,148 ***
FUN	ja	-0,175 ***	-0,141 **				-0,338 ***		-0,968 ***	-1,232 ***	-1,400 ***	-0,225 **	0,316 ***	
Mitarbeiter	0 - 99							-0,207 **						-0,270 *
	100 - 249							-0,015						-0,098
	250 - 499							0,022						-0,305 **
	500 - 999							-0,011						-0,317 **
Branche	Prod. Gew.	0,188 **	0,113		0,124	-0,109	0,034		-0,519 **	-0,088	0,094	-0,287 ***		
	Handel	-0,057	0,025		0,058	-0,159	0,057		-0,709 ***	-0,154	-0,188	-0,178		
Gründungs-jahr	bis 1945													
	1946 - 1975													
Eigenkapital- quote	bis 33%						0,401 ***							-0,245 *
	34% - 66%						0,294 **							-0,311 **
Wirtschafts- schwerpunkt	lokal	-0,080	0,151		-0,075	-0,328 *	-0,267 **			-0,480 *	-0,190			
	regional	-0,065	-0,154		-0,214 **	-0,370 ***	-0,268 ***			-0,562 **	-0,237			
	national	0,018	0,132		-0,013	-0,044	-0,033			-0,245	-0,130			
Thesaurierung	ja							0,468 **					0,154 *	
F&E	0%											-0,187		
	1% - 5%											-0,113		
Innovation	Weiterent.		0,134 *		0,040									
Nachfolge	Ja, letzte 5													
	Ja, nächste													
Modell- anpassung	F-Test	0,002	0,018		0,154	<,001	0,053	0,007	<,001	<,001	0,019	0,002	0,471	
	Bereinigtes R ²	0,036	0,022		0,008	0,089	0,026	0,100	0,228	0,229	0,039	0,038	0,019	

Tabelle 4.2: Multivariater Zusammenhang zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen und dem Familieneinfluss und den betrieblichen Merkmalen

Teil 3

		Die Gefahr, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, belastet mich stark.	Bitte denken Sie nun an Ihre ganz persönliche Risikobereitschaft bzgl. Anlageformen: Ihnen stehen 3 unterschiedliche Anlageformen zur Verfügung	Inwieweit betreiben Sie als Unternehmen soziales Engagement wie z.B. die Unterstützung von karitativen, sportlichen Aktivitäten, Vereinen oder Stiftungen etc.?	Inwieweit ist Ihr soziales Engagement als Unternehmen ökonomisch motiviert?	Inwieweit sind Ihre mitarbeiterorientierten Ziele wie Mitarbeiterzufriedenheit, Arbeitsplatzsicherheit oder Fairness ökonomisch motiviert?	Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren.	Die Menschen in Deutschland kümmern sich im Allgemeinen um ihre Mitmenschen.	Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen.	Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten.	Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon.	Wenn das Finanzamt einen Fehler zu Gunsten des Steuerzahlers macht, sollte der Steuerzahler das Finanzamt darauf aufmerksam machen.	Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt.
Konstante		3,907 ***	A: 1,902 *** B: 5,077 ***	2,577 ***	2,880 ***							1,986 ***	
FUN	ja	-0,565 ***		-0,409 ***									
Mitarbeiter	0 - 99		0,340	0,344 **									
	100 - 249		0,604 **	0,210									
	250 - 499		0,158	0,220									
	500 - 999		1,148 ***	0,035									
Branche	Prod. Gew.	-0,048											
	Handel	-0,224											
Gründungsjahr	bis 1945												
	1946 - 1975												
Eigenkapitalquote	bis 33%	-0,825 ***											
	34% - 66%	-0,627 ***											
Wirtschaftsschwerpunkt	lokal												
	regional												
	national												
Thesaurierung	ja				0,106							0,172	
F&E	0%			0,213	-0,423 *								
	1% - 5%			0,017	0,204								
Innovation	Weiterent.		1,000 ***		0,250 *							0,314 **	
Nachfolge	Ja, letzte 5												
	Ja, nächste												
Modell-anpassung	F-Test	<,001	<,001	<,001	0,012							0,023	
	Bereinigtes R ²	0,084	0,088	0,057	0,030							0,014	

Tabelle 4.2: Multivariater Zusammenhang zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen und dem Familieneinfluss und den betrieblichen Merkmalen

Teil 4

		Wenn jemand etwas für die Allgemeinheit tut und/oder in seiner Freizeit gemeinnützige Arbeit leistet, sollte er weniger Steuern zahlen. [z.B. Unterstützung karitativer, sportlicher Aktivitäten, Vereine oder Stiftungen]	Leute mit hohem Einkommen sollten einen größeren Anteil ihres Einkommens an Steuern zahlen, als diejenigen mit niedrigerem Einkommen.	Steuern sollten auf Grundlage des Grundlages des unternehmerischen Vermögens berechnet werden.	Steuern sollten auf Grundlage des wirtschaftlichen Gewinns berechnet werden.	Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden.	Man sollte bereit sein, einen Beitrag zur Finanzierung der Staatsaufgaben zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen	Der Gerichtsbarkeit - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?	Der Polizei - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?	Der Bundesregierung - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?	Der Landesregierung - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?	Der Kommune - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?
Konstante		2,677 ***		2,796 ***		3,203 ***	2,363 ***	2,069 ***				2,835 ***
FUN	ja			0,243 *								
Mitarbeiter	0 - 99							0,368 ***				0,358
	100 - 249							0,146				0,134
	250 - 499							0,110				0,045
	500 - 999							0,081				-0,358 *
Branche	Prod. Gew.							0,036				
	Handel							0,128				
Gründungsjahr	bis 1945	0,187		0,247 *		0,162						
	1946 - 1975	-0,012		0,134		-0,053						
Eigenkapitalquote	bis 33%						0,092					-0,228
	34% - 66%						0,342 ***					-0,478 ***
Wirtschaftsschwerpunkt	lokal	0,507						0,293 *				
	regional	-0,289						0,152				
	national	0,041						0,167				
Thesaurierung	ja	0,052		0,399 ***		0,273 **		-0,145 *				
F&E	0%			0,446 **		0,098	-0,478 ***					
	1% - 5%			0,425 ***		0,353 **	-0,390 **					
Innovation	Weiterent.											
Nachfolge	Ja, letzte 5	0,311										0,484 ***
	Ja, nächste	-0,171										0,182
Modell-anpassung	F-Test	0,165		<,001		0,005	0,011	0,007				0,001
	Bereinigtes R ²	0,016		0,055		0,028	0,028	0,030				0,094

Tabelle 4.2: Multivariater Zusammenhang zwischen Zielen, Motivationen, Einschätzungen, und dem Familieneinfluss und den betrieblichen Merkmalen

Teil 5

		Der Familie - Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber [...] bezeichnen?	Haben sie den Eindruck, dass die staatlichen Leistungen auf Unternehmensebene in etwa den durch das Unternehmen gezahlten Steuern entsprechen?	Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	1. die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens	2. die Einkommenssteuer	3. die Körperschaftsteuer	4. die Gewerbesteuer	5. die Grundsteuer	6. das deutsche Steuersystem	7. die Erbschaftsteuer	Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?
Konstante			2,797 ***	2,948 ***			2,646 ***		2,713 ***		2,956 ***	2,025 ***
FUN	ja		0,068	-0,239 ***								
Mitarbeiter	0 - 99						0,328 ***					
	100 - 249						0,240					
	250 - 499						0,199*					
	500 - 999						0,114					
Branche	Prod. Gew.		0,320 ***								0,151	0,205
	Handel		0,240 *								-0,137	0,186
Gründungsjahr	bis 1945			-0,151 *							0,602 ***	
	1946 - 1975			-0,154							0,078	
Eigenkapitalquote	bis 33%			0,075								
	34% - 66%			-0,172								
Wirtschaftschwerpunkt	lokal			0,147								-0,819 *
	regional			-0,215 **								-0,621 **
	national			-0,045								-0,285
Thesaurierung	ja											0,361 **
F&E	0%											
	1% - 5%											
Innovation	Weiterent.		0,173 *				-0,131		-0,045			
Nachfolge	Ja, letzte 5								0,525 ***		0,374 **	
	Ja, nächste								0,031		0,274	
Modell-anpassung	F-Test		0,016	<,001			0,051		0,007		0,000	0,001
	Bereinigtes R ²		0,019	0,072			0,014		0,043		0,113	0,052

Ziele der Unternehmen

Wie Tabelle 4.2 (Teil 1) zeigt, hängt die Bedeutung des Ziels, die Unabhängigkeit des Unternehmens zu erhalten, auch im multivariaten Fall von der Kategorisierung als Familienunternehmen ab. Weiterhin haben auch die Mitarbeiterkategorien einen signifikanten Einfluss auf die Bedeutung dieser Zielvariablen. Die anderen Kovariablen wie Gründungsjahr, Eigenkapitalquote und vorgenommene Thesaurierung verlieren hingegen in der gemeinsamen Betrachtung ihre Relevanz für das Ziel, die Unabhängigkeit des Unternehmens zu wahren. Daher bleibt festzuhalten, dass besonders die Familienunternehmen und große Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern das Ziel der Unabhängigkeit für überaus wichtig erachten.

Auch bei dem Ziel, langfristig das Überleben des Unternehmens zu sichern, hat nach wie vor die Einordnung als Familienunternehmen eine entscheidende Bedeutung für die Wichtigkeit, wie aus der Tabelle 4.2 (Teil 1) deutlich wird. Aber auch der Umstand, ob in den letzten drei Jahren eine Thesaurierung vorgenommen wurde, spielt weiterhin in diesem Zusammenhang eine große Rolle. Als Familienunternehmen legt man also größten Wert auf das langfristige Überleben als Unternehmen. Das gleiche gilt, wenn im Unternehmen thesauriert wurde, was einem konsequenten unternehmerischen Handeln entspricht.

Während sich noch in den bivariaten Betrachtungen zum Unternehmensziel, die Rentabilität des Unternehmens zu steigern, knapp ein statistischer Zusammenhang mit der Einordnung als Familienunternehmen ergeben hat, ist dieser Zusammenhang im multivariaten Fall nicht mehr nachweisbar. Allein der Umstand, dass in den letzten 5 Jahren eine Unternehmensnachfolge stattgefunden hat, scheint hier noch von Belang zu sein. Allerdings zeigt der F-Test an, dass das spezifiziertere Modell keinen signifikanten Anteil der Variation der Daten erklärt.

Der gleiche Sachverhalt wie eben zeigt sich, wenn das Unternehmensziel, für das eingesetzte Kapital eine angemessene Ausschüttung zu bekommen, betrachtet wird. Auch hier war in der bivariaten Analyse ein Zusammenhang mit der Einordnung als Familienunternehmen statistisch nachweisbar, während es im multivariaten Regressionsmodell keinen signifikanten Einfluss mehr gibt. Demgegenüber behalten die Eigenkapitalquote, der räumliche Wirtschaftsschwerpunkt und die erfolgte Thesaurierung nach wie vor ihre signifikante Bedeutung für das Unternehmensziel.

Motivationen der Unternehmen

Wendet man sich den Motivationen der Unternehmen zu, so zeigt Tabelle 4.2 (Teil 1), dass für die Motivation, markt- und konkurrenzfähige, profitable Produkte bzw. Dienstleistungen anzubieten, der Status Familienunternehmen auch in der multivariaten Betrachtung noch immer statistisch signifikant ist. Daneben spielt der geografische Wirtschaftsschwerpunkt eine große Rolle. Diese Motivation ist von umso größerer Bedeutung, wenn es sich um ein Familienunternehmen handelt und wenn es ein

international tätiges Unternehmen ist. Bei der Motivation, ein gutes Unternehmensimage zu besitzen und vorzeigen zu können, ist nach wie vor die Einordnung als Familienunternehmen statistisch bedeutsam. Auch die Branche, in dem ein Unternehmen tätig ist, muss bei dieser Motivation berücksichtigt werden, wie Tabelle 4.2 (Teil 2) wiedergibt. So haben gerade die Familienunternehmen diese Motivation, was in anderen Untersuchungen ja schon mehrfach betont wurde. Demgegenüber sind wohl Unternehmen des produzierenden Gewerbes nicht in ähnlicher Weise motiviert.

Auch bei der Motivation, den Mitarbeitern persönliches Wachstum und eine soziale Entwicklung zu gewährleisten, stechen Familienunternehmen hervor, selbst wenn noch weitere Variablen in das Erklärungsmodell einbezogen werden. Von den Kovariablen ist allerdings nur noch eine weiterhin signifikant, die Art der Innovation. Unternehmen, die hauptsächlich auf die Entwicklung neuer Produkte achten, ist es wichtiger, den Mitarbeitern gute Bedingungen zum persönlichen Wachstum zu bieten. Das Bieten eines sicheren Arbeitsplatzes als Unternehmensmotivation wird auch in der multivariaten Betrachtung vom Status des Familienunternehmens stark geprägt. Im Gegensatz zum Unternehmensziel, die Rentabilität zu steigern, hat die Einordnung als Familienunternehmen hier unabhängig von der Eigenkapitalquote und des räumlichen Tätigkeitsschwerpunkts als weitere signifikante Variable weiterhin Bestand. So zeigt Tabelle 4.2 (Teil 2), dass Familienunternehmen, Unternehmen mit einer Eigenkapitalquote über 66 Prozent und vor allem Unternehmen mit regionalem Wirtschaftsschwerpunkt die Sicherheit des Arbeitsplatzes ihrer Mitarbeiter im Auge haben. Zusammen mit der gerade genannten Motivation und der nicht in die multivariate Betrachtung eingeflossenen Motivation, die Mitarbeiter auf das Unternehmen stolz zu machen, ergibt sich hier eine Bestätigung für andere Untersuchungen, in denen Familienunternehmen eine besondere Form des Umgangs mit ihren Mitarbeitern und der Bindung attestiert wird. Die Motivation, den Kindern oder Enkeln eine unternehmerische Zukunft zu bieten, ist in der Tabelle 4.2 (Teil 2) in zweifacher Weise dargestellt, da sich die Fragestellung im telefonischen Interview ebenfalls auf zwei verschiedenen Wegen ergab. Festzuhalten ist aber auf jeden Fall, dass die Familienunternehmen vor allem an dieser Motivation interessiert sind, was auch nicht überraschen kann. Dies gilt uneingeschränkt auch in der multivariaten Betrachtung, in der einerseits auch die vorgenommene Thesaurierung damit zusammenhängt und andererseits die Branchenzugehörigkeit von Bedeutung ist. Auch bei der Motivationsaussage, dass in einem Familienunternehmen Familienmitglieder in tragenden Positionen vertreten sein sollten, ist es nicht überraschend, dass die Familienunternehmen selbst dieser Aussage am meisten zustimmen, wie Tabelle 4.2 (Teil 2) zeigt. Aber auch der räumliche Wirtschaftsschwerpunkt spielt hier eine Rolle. Unternehmen, die vorwiegend lokal oder regional agieren, sind besonders dieser Meinung.

Aussagen zum unternehmerischen Risiko

Tabelle 4.2 (Teil 2) offenbart, dass die Aussage, *bei unternehmerischen Entscheidungen steht die Rendite im Vordergrund*, auch im multivariaten Regressionsmodell von der Einordnung als Familienunternehmen abhängt. Dazu üben noch der Wirtschaftszweig und die vorgenommene Thesaurierung einen statistisch signifikanten Einfluss aus. Das bedeutet, dass Familienunternehmen ebenso wie Unternehmen, die in den letzten drei Jahren eine Thesaurierung vornahmen, weniger die Rendite bei ihren Entscheidungen ins Kalkül ziehen. Demgegenüber unterstützen vor allem Unternehmen aus dem Produzierenden Gewerbe diese Aussage.

Die Angst davor, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, wird als Aussage ebenfalls stark davon beeinflusst, ob es sich um ein Familienunternehmen handelt oder nicht. Auch wenn ein Unternehmen eine Eigenkapitalquote unter 67 Prozent besitzt, stimmt es dieser Aussage besonders zu. Familienunternehmen sind aber auch unabhängig von der Eigenkapitalquote bemüht, keinen Teil des Unternehmensvermögens aufs Spiel zu setzen.

Soziales Engagement der Unternehmen

Bei der Frage, inwieweit die Unternehmen sich sozial engagieren, spiegelt Tabelle 4.2 (Teil 3) wider, dass auch in der multivariaten Betrachtung die Einordnung als Familienunternehmen eine große Rolle spielt. Daneben hat noch die Unternehmensgröße gemessen an den Mitarbeitern einen signifikanten Einfluss auf das soziale Engagement. Gegenüber den großen Unternehmen mit über 1000 Beschäftigten engagieren sich vor allem kleinere Unternehmen mit unter 100 Beschäftigten deutlich weniger sozial. Familienunternehmen hingegen sind unabhängig von der Größe deutlich mehr im sozialen Bereich engagiert, d.h. sie unterstützen intensiver als andere Unternehmen gemeinnützige Projekten, die beispielsweise einen karitativen oder gesundheitsfördernden Charakter haben.

Einschätzungen zum Steuersystem

Im Rahmen der Einschätzungen des deutschen Steuersystems spielt auch in der multivariaten Betrachtung die Einordnung als Familienunternehmen dann eine Rolle, wenn es darum geht, ob das **unternehmerische Vermögen** die Steuergrundlage bilden sollte. So wird eine solche Steuer von Familienunternehmen eher abgelehnt, ebenso wie von Unternehmen, die ihre Gewinne in den letzten Jahren thesaurierten, die keine oder nur Forschungs- und Entwicklungsausgaben bis zu 5% des Umsatzes haben und bereits vor 1945 gegründet wurden. Das zeigt, dass sich **gerade alte und Eigenkapital aufbauende Familienunternehmen** von dieser Steuer besonders betroffen fühlen und dieses Steuerprinzip ablehnen.

Bei der Einschätzung, ob privates Vermögen als Steuergrundlage dienen soll, zeigt sich, dass Unternehmen, die thesaurieren und die Forschungs- und Entwicklungsausgaben in Höhe von 1% bis 5% des Umsatzes haben, diese Form der Steuergrundlage ablehnen.

Die Bereitschaft, einen Beitrag zur Finanzierung der Staatsausgaben zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen, sehen insbesondere Unternehmen, die keine oder bis zu 5% Forschungs- und Entwicklungsausgaben am Jahresumsatz haben, als wichtig an. Dem entgegen wird dieses Prinzip von Unternehmen mit einer Eigenkapitalquote von 34 – 66 Prozent abgelehnt.

Hinsichtlich der Einschätzung, ob die **staatlichen Leistungen** auf Unternehmensebene in etwa den **durch das Unternehmen gezahlten Steuern entsprechen**, war auf der bivariaten Ebene eine **Abhängigkeit** vom Status des Familien- versus Nichtfamilienunternehmens gegeben. Dies ist im multivariaten Regressionsmodell nicht mehr der Fall, wie Tabelle 4.2 darstellt. Hier sind nur noch die Branche und eine vorgenommene Thesaurierung entscheidend. So wird ein Ungleichgewicht von den Unternehmen umso mehr empfunden, wenn sie im produzierenden Gewerbe oder im Handel tätig sind und wenn sie in den vergangenen Jahren ihre Gewinne thesaurierten. Der Status als Familienunternehmen spielt eine große Rolle, wenn die Unternehmen einschätzen sollen, ob sie ihre gesamte Steuerbelastung höher als bei anderen Unternehmen in Deutschland einstufen, wie Tabelle 4.2 (Teil 5) zeigt. In diesem Zusammenhang sind auch noch das Alter der Unternehmen und ihr räumlicher Wirtschaftsschwerpunkt von Bedeutung. Ebenso stufen Familienunternehmen ihre Steuerlast im Vergleich höher ein wie auch Unternehmen, die vor 1945 gegründet wurden oder einen regionalen Wirtschaftsschwerpunkt haben. Auch hier wird deutlich, dass traditionsreiche Familienunternehmen sich besonders im Nachteil bei der Besteuerung sehen. Bemerkenswert im Kontext der Einschätzungen des Steuersystems ist noch, dass bei der Frage, ob jemand weniger Steuern zahlen sollte, wenn er etwas für die Allgemeinheit tut, sich alle bivariaten Zusammenhänge in der multivariaten Betrachtung auflösen, so dass in diesem Punkt hier keine Aussagen über Zusammenhänge und Abhängigkeiten gemacht werden können, was auch der F-Test Wert in der Tabelle 4.2 (Teil 4) bestätigt. In Bezug auf das Gerechtigkeitsempfinden bei den verschiedenen Steuerarten zeigt sich in Tabelle 4.2 (Teil 5), dass die Körperschaftsteuer als umso ungerechter angesehen wird, je kleiner die Unternehmen sind; dies gilt insbesondere für Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern. Die Erbschaftsteuer sehen wiederum die alten Unternehmen, die vor 1945 gegründet wurden und daher schon mehrfach mit dieser Steuer konfrontiert waren, und die Unternehmen, die sich jüngst im Zuge einer in den letzten fünf Jahren erfolgten Unternehmensnachfolge mit dieser Steuer auseinandersetzen mussten, als ungerecht an. Auch wenn hier der Status des Familienunternehmens nicht explizit ins Spiel kommt, so sind doch die alten Unternehmen und insbesondere jene Unternehmen, die eine Unternehmensübergabe durchführten, zum überwiegenden Teil Familienunternehmen, sodass davon ausgegangen werden kann, dass sich auch bei der **Erbschaftsteuer** die Familienunternehmen besonders benachteiligt fühlen.

Standort Deutschland

In der vorliegenden Untersuchung wurden zwei Fragen explizit zum Standort Deutschland gestellt. Einmal wurde gefragt, wie wichtig es den Unternehmen ist, am Standort Deutschland ansässig zu sein. Wie aus Tabelle 4.2 (Teil 2) ersichtlich wird, hängt es davon ab, ob es sich bei dem Unternehmen um ein Familienunternehmen handelt. Alle weiteren Kovariablen spielen keine Rolle. Familienunternehmen ist es also deutlich wichtiger in Deutschland angesiedelt zu sein. Zum anderen wurde gefragt, inwieweit es für die Unternehmen denkbar sei, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern. Hierzu sieht man in Tabelle 4.2 (Teil 5), dass Unternehmen, die einen lokalen und regionalen Wirtschaftsschwerpunkt haben, sich dies am wenigsten vorstellen können, was auch nicht überraschen kann.

Aber auf der anderen Seite können sich vor allem jene Unternehmen mit dieser Möglichkeit unter Umständen anfreunden, die in den letzten drei Jahren eine Thesaurierung vorgenommen haben. Dies bedeutet auch, dass die Unternehmen, die ihre Eigenkapitaldecke stärken oder sich wirtschaftlich entwickeln wollen, einer Vermögensteuer besonders negativ gegenüber stehen.

5 Die Bedeutung der Ziele und Motivationen für die Einschätzungen zur Besteuerung

Im vorherigen Abschnitt wurden die Zusammenhänge der Variablen Klassifizierung als Familienunternehmen, Mitarbeiterzahl und Gründungsjahr, mit den Zielen, Motiven und Einschätzungen zu Fragen des Steuersystems betrachtet. Nun ist es sicherlich nicht abwegig zu vermuten, dass auch die Ziele und Motivationen der Unternehmen im Zusammenhang mit den Einschätzungen zur Besteuerung stehen, d.h. dass sich die Ziele und Motivationen bei den Einschätzungen auswirken. Wir wollen an dieser Stelle allerdings nicht eine Gesamtschau der Zusammenhänge für jede einzelne Einschätzung zum Steuerthema vornehmen. Vielmehr haben wir acht im Kontext der vorliegenden Untersuchung besonders interessierende Fragen zur Einschätzung im Zusammenhang mit der Besteuerung herausgegriffen. Dazu gehören die Fragen, inwieweit sich die Unternehmen mit der deutschen Gesellschafts- und Staatsform identifizieren können, inwieweit sie es richtig finden, Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten, inwieweit sie der Meinung sind, dass jeder in dem Umfang Steuern zahlen sollte, wie er staatliche Leistungen in Anspruch nimmt, und inwieweit sie zustimmen, dass Steuern auf der Grundlage des Unternehmensvermögens erhoben werden sollten. Außerdem werden die Einschätzungen betrachtet, inwieweit sich das Unternehmen im Vergleich zu anderen Unternehmen in Deutschland als steuerlich mehr belastet ansieht und inwieweit das Unternehmen seine aktuelle Steuerlast für gerecht hält. Schließlich ist in diesem Zusammenhang noch von Interesse, für wie wichtig es die Unternehmen halten, am Standort Deutschland ansässig zu sein und inwieweit es für sie in Betracht käme, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von hypothetischen 1% bis 1,5% den Unternehmenssitz ins Ausland zu verlagern.

Mit diesen hier zu untersuchenden Fragen werden verschiedene Aspekte abgedeckt, die Rückschlüsse auf die Einstellungen der Unternehmen in ihren verschiedenen Dimensionen erlauben. Dies betrifft die generelle Einstellung zu Deutschland und seiner Gesellschaft und wie dies mit den Zielen und Motivationen korrespondiert. Das ist der Aspekt der Vernunft und Einsicht in die Notwendigkeit der Zahlung von Steuern zur Gewährleistung einer funktionierenden Gesellschaft. Dies ist natürlich auch Teil der Perspektive der allgemeinen Angemessenheit von Steuern, allerdings kommt hier vermehrt der Aspekt der Aufrechnung von Kosten und Nutzen ins Spiel. Wie sich die Ziele und Motivationen der Unternehmen auf ein zentrales Anliegen dieser Untersuchung, die Einstellung zur Besteuerung auf Grundlage des Vermögens auswirken, darf in dieser Betrachtung natürlich nicht fehlen, wenn die Aspekte zur Zufriedenheit mit dem gesellschaftlichen, staatlichen und wirtschaftlichen Umfeld untersucht werden. Während die genannten Perspektiven genereller Natur sind, soll auch die eher unternehmensspezifische Perspektive, inwieweit sich das Unternehmen steuerlich gerecht behandelt fühlt, auch im Vergleich zu anderen Unternehmen, in das Gesamtbild im Zusammenhang mit den Zielen und Motivationen einfließen. Zu der unternehmensspezifischen Perspektive ist auch die

Bewertung des Standorts Deutschland in seiner wirtschaftlichen Dimension zu sehen und wie diese mit den unternehmenseigenen Zielen und Motivationen übereinander kommt. Schließlich mündet die Betrachtung in dem Aspekt, inwieweit sich die Ziele und Motivationen in einer hypothetischen Handlung des Unternehmens infolge der Erhebung einer Vermögensteuer niederschlagen könnten.

5.1 Der Zusammenhang der Ziele und Motivationen mit ausgewählten Einschätzungen zur Besteuerung

Zunächst soll ein kurzer Überblick gegeben werden, welche Ziele und Motivationen im Zusammenhang mit den angesprochenen Fragen zur Einschätzung ausgewählter steuerlicher Aspekte stehen. Dies ist im Einzelnen in Tabelle 5.1 wiedergegeben, in der die bivariaten Abhängigkeiten auf Basis von Regressionsberechnungen dargestellt sind. D.h. die Werte in der Tabelle sind die Schätzer für den jeweiligen Regressionsparameter der erklärenden Variablen, hier den Zielen und Motivationen, und geben die Richtung des Zusammenhangs an. Das Signifikanzniveau ist wiederum durch die Anzahl der Sternchen gegeben.¹

¹ Ob im Einzelfall immer das Ziel und die Motivation die erklärende Variable der Einschätzung darstellt, kann gewiss diskutiert werden. Allerdings ist dies zweitrangig, da der Zusammenhang und die statistische Signifikanz nicht davon berührt werden, welche Variable im Regressionsmodell als abhängige oder als unabhängige angesehen wird.

Tabelle 5.1: Bivariater Zusammenhang zwischen ausgewählten Einschätzungen und den Zielen, Motivation

Teil 1

unabhängige Variablen / abhängige Variable	Ziel: Unabhängigkeit erhalten	Ziel: Langfristig das Überleben des Unternehmens sichern	Ziel: Rentabilität des Unternehmens steigern	Ziel: Wachstum des Unternehmens gewährleisten	Ziel: Den Wohlstand der Eigentümer vergrößern	Ziel: Für das eingesetzte Kapital eine angemessene Ausschüttung sicherstellen	Motivation: Exzellenz im Tätigkeitsfeld des Unternehmens erreichen
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren							0,158 **
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten							0,232 ***
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt					0,145 **	0,177 **	
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden				0,194 **		0,134 **	
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	0,127 ***					-0,09 **	
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens	-0,156 ***		-0,17 ***	-0,099 *	-0,084 *	-0,101 **	
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0,118 **	0,227 ***		0,158 **			0,254 ***
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?			2,165 *				

Tabelle 5.1: Bivariater Zusammenhang zwischen ausgewählten Einschätzungen und den Zielen, Motivation

Teil 2

unabhängige Variablen abhängige Variable	Motivation: Qualitativ hochwertige Produkte und/ oder Dienstleistungen anbieten	Motivation: Marktfähige/ konkurrenzfähige, profitable Produkte oder Dienstleistungen bieten	Motivation: Eine zuverlässige Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. Einhaltung von Lieferzeiten und Produkt/ Servicequalität	Motivation: Eine verantwortungsbewusste Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. sozial verträgliches, ökologisches Handeln	Motivation: Ein gutes Unternehmensimage besitzen und präsentieren	Motivation: Den Mitarbeitern persönliches Wachstum und soziale Entwicklung ermöglichen	Motivation: Das Unternehmen soll hohe moralische Standards vertreten, einen Beitrag zur Gesellschaft leisten und einen guten Einfluss auf die Gesellschaft ausüben
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren						0,114 *	
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0,192 ***	0,136 **	0,114 *	0,091 *	0,186 ***	0,179 ***	0,155 ***
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt					0,262 **		0,177 *
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden							0,194 **
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?					0,153 **		
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens		-0,167 **	-0,136 *	-0,114 *	-0,146 *	-0,182 **	-0,109 *
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0,391 ***	0,229 **	0,426 ***	0,296 ***	0,468 ***	0,383 ***	0,376 ***
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?					0,268 **		

Tabelle 5.1: Bivariater Zusammenhang zwischen ausgewählten Einschätzungen und den Zielen, Motivation

Teil 3

unabhängige Variablen / abhängige Variable	Motivation: Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit gewährleisten	Motivation: Ein Unternehmen zu sein, das seine Mitarbeiter stolz macht	Motivation: Den Mitarbeitern eine hohe Arbeitsplatzsicherheit bieten	Motivation: Im Unternehmen einen fairen Umgang mit den Mitarbeitern pflegen	Motivation: Ihren Kindern oder Enkeln eine unternehmerische Zukunft ermöglichen	Motivation: Den Kindern oder Enkeln der Eigentümerfamilie eine unternehmerische Zukunft ermöglichen	Motivation: In Familienunternehmen sollten Familienangehörige in tragenden Positionen vertreten sein
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	0,116 *	0,192 ***		0,152 **	-0,223 ***		
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0,144 **	0,215 ***	0,187 ***	0,236 ***			
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt					0,411 ***	0,179 *	0,177 **
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden							0,114 *
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?			0,105 **		0,132 *		
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens	-0,181 **				-0,218 **	-0,109 *	-0,165 ***
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0,241 ***	0,336 ***	0,348 ***	0,391 ***	0,223 **	0,194 ***	0,104 *
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?	0,228 *		0,358 ***				

Tabelle 5.1: Bivariater Zusammenhang zwischen ausgewählten Einschätzungen und den Zielen, Motivation

Teil 4

abhängige Variable \ unabhängige Variablen	Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht die Rendite im Vordergrund.	Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht ein geringes Risiko im Vordergrund.	Die Gefahr, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, belastet mich stark.	Bitte denken Sie nun an Ihre ganz persönliche Risikobereitschaft bzgl. Anlageformen: Ihnen stehen 3 unterschiedliche Anlageformen zur Verfügung ²	Inwieweit betreiben Sie als Unternehmen soziales Engagement wie z.B. die Unterstützung von karitativen, sportlichen Aktivitäten, Vereinen oder Stiftungen etc.?	Inwieweit ist Ihr soziales Engagement als Unternehmen ökonomisch motiviert?	Inwieweit sind Ihre mitarbeiterorientierten Ziele wie Mitarbeiterzufriedenheit, Arbeitsplatzsicherheit oder Fairness ökonomisch motiviert?
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren						-0,115 **	
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten						-0,125 ***	
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt		0,185 **	0,109 *	*		0,344 ***	
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden		0,175 **				0,199 ***	
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	-0,102 **			**			
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens				*			
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?				***	0,12 **	0,139 **	0,264 ***
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?				**			

² Die Angabe eines Parameterschätzers erübrigt sich bei dieser kategorialen Variable. Daher wurde auch ein Chi-Quadrat-Test zur Überprüfung der Unabhängigkeit durchgeführt.

5.2 Validierung der Zusammenhänge zwischen ausgewählten Einschätzungen der Besteuerung und Zielen und Motivationen

Die bivariate Analyse der Zusammenhänge zwischen ausgewählten Einschätzungen zur Besteuerung und den Zielen und Motivationen der Unternehmen ergab eine Vielzahl signifikanter Ergebnisse. Um die erhaltenen Ergebnisse zu validieren, d.h. zu überprüfen, inwieweit die gefundenen Signifikanzen und damit die Parameter bei der Analyse mehrerer Abhängigkeiten gleichzeitig Bestand haben, werden multivariate Regressionsmodelle mit den Einschätzungen als jeweils abhängiger Variable betrachtet. In diesen multivariaten Regressionen werden alle jeweils bivariat signifikant erhaltenen Ziele und Motivationen als unabhängige Variablen eingesetzt.³

³ Dann wurde bei der Regression eine stufenweise Auswahl der erklärenden Variablen durchgeführt, in der Weise, dass nacheinander solange erklärende Variablen aus dem Modell ausgeschlossen wurden, bis sich eine stabile Lösung mit ausschließlich signifikanten Zielen und Motivationen ergab. Außerdem wurde aufgrund der engen Verbundenheit vieler Ziele und Motivationen das Auftreten von Multikollinearität in den Regressionen kontrolliert. Die gefundenen Ergebnisse können als statistisch einwandfrei angesehen werden, da sämtliche Tests auf Multikollinearität „Entwarnung“ gaben.

Tabelle 5.2: Multivariate Zusammenhänge ausgewählter Einschätzungen zu Steuern mit Zielen und Motivationen

Teil 1

unabhängige Variablen / abhängige Variablen	Konstante	Ziel: Unabhängigkeit erhalten	Ziel: Langfristig das Überleben des Unternehmens sichern	Ziel: Rentabilität des Unternehmens steigern	Ziel: Für das eingesetzte Kapital eine angemessene Ausschüttung sicherstellen	Motivation: Exzellenz im Tätigkeitsfeld des Unternehmens erreichen	Motivation: Qualitativ hochwertige Produkte und/ oder Dienstleistungen anbieten.	Motivation: Eine verantwortungsbewusste Lieferquelle für die Kunden sein, d.h. sozial verträgliches, ökologisches Handeln
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	1.377 ***					0.140 ***		
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0.966 ***					0.093 *	0.146 **	
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt	1.724 ***				0.112 *			
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden	2.457 ***							
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	2.411 ***	0.100 ***						
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens	3.123 ***	-0.090 ***		-0.117 ***				
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0.179	0.102 **	0.228 **			0.141 **		-0.108 *
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?	2.312 ***			-0.162 *				

Tabelle 5.2: Multivariate Zusammenhänge ausgewählter Einschätzungen zu Steuern mit Zielen und Motivationen

Teil 2

<div style="text-align: center;">unabhängige Variablen</div> <div style="text-align: center;">abhängige Variablen</div>	Motivation: Ein gutes Unternehmensimage besitzen und präsentieren	Motivation: Den Mitarbeitern persönliches Wachstum und soziale Entwicklung ermöglichen	Motivation: Den Mitarbeitern eine hohe Arbeitsplatzsicherheit bieten	Motivation: Im Unternehmen einen fairen Umgang mit den Mitarbeitern pflegen	Bei unseren unternehmerischen Entscheidungen steht ein geringes Risiko im Vordergrund	Die Gefahr, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, belastet mich stark	Bitte denken Sie nun an Ihre ganz persönliche Risikobereitschaft bzgl. Anlageformen: Ihnen stehen 3 unterschiedliche Anlageformen zur Verfügung Version „minus 1 bis plus 3 %“
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren		0.112 **					
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0.117 **			0.138 **			
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt						0.167 ***	0.348 ***
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden					0.130 **		
Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	0.089 **						-0.109 *
Inwieweit halten Sie [...] für gerecht? die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens							
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0.205 **	0.144 *	0.160 **				-0.492 *
Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?			0.226 **				-0.415 **

Aus Tabelle 5.2 (**Teil 1-3**) wird ersichtlich, dass in Bezug auf die Identifikation mit der Gesellschafts- und Staatsform weiterhin die Motivationen, Exzellenz im Tätigkeitsfeld zu erreichen und den Mitarbeitern persönliches Wachstum zu ermöglichen, von Bedeutung sind. Auch die Frage der ökonomischen Begründung des sozialen Engagements bleibt signifikant in der multivariaten Betrachtung. Wenn das Unternehmen also diese Motivationen hat, glaubt es, diese in Deutschland gut umsetzen zu können. Auch ein nicht ökonomisch begründetes soziales Engagement scheint sich in der deutschen Gesellschaft zu lohnen.

Die Einschätzung Steuern zu zahlen, um die Handlungsfähigkeit des Staates zu gewährleisten, hängt nach wie vor von den Motivationen, Exzellenz im Tätigkeitsfeld zu erreichen, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, ein gutes Unternehmensimage zu besitzen und im Unternehmen einen fairen Umgang mit den Mitarbeitern zu pflegen, ab. Die Attitüde, ein gutes und faires Unternehmen zu sein, wozu auch ein nicht ökonomisch begründetes soziales Engagement gehört, schlägt sich demnach in der Einsicht nieder, dass Steuern für die Aufrechterhaltung einer adäquaten Unternehmensumwelt unumgänglich sind.

Die multivariate Analyse zur Einschätzung, dass jeder in dem Umfang Steuern zahlen sollte, wie er staatliche Dienste in Anspruch nimmt, zeigt laut Tabelle 5.2 (**Tabelle 1**) die Abhängigkeit vom Unternehmensziel, für eingesetztes Kapital eine adäquate Ausschüttung zu bekommen. Auch die Risikoaussage, eine starke Belastung zu haben, wenn man Gefahr läuft, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, beeinflusst die angesprochene Einschätzung. Dazu passt allerdings nicht der entsprechende Einfluss der geringen Risikobereitschaft bei der Wahl einer Anlageform. Die ökonomische Fundierung des sozialen Engagements fördert allerdings die Zustimmung zur hier betrachteten Einschätzung. Aus diesem Ergebnis folgt, dass Unternehmen, die ihr Unternehmenskapital unbedingt behalten wollen und deren Wirtschaften sich lohnen soll, darauf achten, dass die gezahlten Steuern auch adäquaten Nutzen bringen sollten.

Die Einstellung zur Besteuerungsgrundlage Unternehmensvermögen hängt nach der multivariaten Analyse davon ab, inwieweit bei unternehmerischen Entscheidungen ein geringes Risiko im Vordergrund steht und von der ökonomischen Fundierung des sozialen Engagements. Sind beide Aussagen positiv besetzt, wird auch der Besteuerungsgrundlage zugestimmt. Eine Interpretation dieses Ergebnisses fällt allerdings schwer.

Eine empfundene Benachteiligung beim Steuerlastvergleich mit anderen Unternehmen wird weiterhin davon beeinflusst, inwieweit das Ziel, die Unabhängigkeit des Unternehmens zu erhalten, und inwieweit die Motivation, ein gutes Unternehmensimage zu besitzen, angestrebt werden. Zudem zeigt Tabelle 5.2 (**Teil 2**), dass bei Wahl der mildesten Anlageform bzw. Alternative als Ausdruck der Risikobereitschaft, diese Benachteiligung eher empfunden wird. Unternehmen, die unabhängig

bleiben wollen und auf ein gutes Image Wert legen, sehen sich also gegenüber anderen Unternehmen steuerlich stärker belastet.

Besonders ungerecht durch die aktuelle Steuerbelastung behandelt fühlen sich die Unternehmen, die die Ziele haben, unabhängig zu bleiben und die Rentabilität zu steigern. Dieses Ergebnis korrespondiert mit dem Ergebnis hinsichtlich des Steuervergleichs mit anderen Unternehmen. Beide Male führt das Ziel, die Unabhängigkeit zu erhalten, zu empfundener Benachteiligung bei der Steuerlast. Unabhängige Unternehmen fühlen sich durch ihre Besteuerung bedroht.

Nach wie vor ist die Bedeutung des Standorts Deutschland auch in der multivariaten Analyse von einer ganzen Reihe von Zielen und Motivationen abhängig. So wird der Standort umso wichtiger eingeschätzt, je mehr die Ziele, Unabhängigkeit zu erhalten und Langfristigkeit des Unternehmens zu sichern, verfolgt werden. Auch die Verfolgung der Motivationen, Exzellenz im Tätigkeitsfeld zu erreichen, ein gutes Unternehmensimage zu besitzen, den Mitarbeitern persönliches Wachstum sowie eine hohe Arbeitsplatzsicherheit zu bieten, verstärkt die Bedeutung des Standorts Deutschland. Bemerkenswerterweise hat sich der Zusammenhang mit der Motivation, eine verantwortungsvolle Lieferquelle für die Kunden zu sein, in der multivariaten Betrachtung umgekehrt. Wenn bezüglich der Risikobereitschaft die beiden Anlageformen mit dem geringsten Risiko gewählt werden, gewinnt der Standort Deutschland an Bedeutung. Die gleiche Tendenz für die Bedeutung des Standorts ergibt sich auch, wenn die Unternehmen hohes soziales Engagement betreiben, das stark ökonomisch begründet ist. Demnach ist der Standort Deutschland insbesondere Unternehmen wichtig, die eine langfristige wirtschaftliche Orientierung in all ihren Facetten haben.

Schließlich soll noch betrachtet werden, welche Einflüsse auch nach der multivariaten Analyse Unternehmen mit dem Gedanken spielen lassen, eventuell aufgrund einer Vermögensteuer Deutschland zu verlassen. Diese Möglichkeit wird dann in Betracht gezogen, wenn das Ziel, die Rentabilität zu steigern, eine eher große Bedeutung hat. Demgegenüber führt nicht überraschend die Motivation, den Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten, zur Ablehnung des Gedankens der Abwanderung aus Deutschland. Auch die Wahl der Anlageform mit dem geringsten Risiko führt eher dazu, eine mögliche Standortverlagerung ins Ausland nicht in Betracht zu ziehen. So zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen in Bezug auf eine mögliche Sitzverlagerung der Unternehmen: Rentabilitätssteigerung versus Verantwortung für die Mitarbeiter.

6 Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

6.1 Zusammenhänge der jeweiligen Einschätzungen zur Besteuerung

Bei der bivariaten Betrachtung der Abhängigkeiten der Fragen zur Einstellung gegenüber Staat, Gemeinschaft und Institutionen sowie der Besteuerung und der wahrgenommenen Rechtmäßigkeit verschiedener Formen der Besteuerung ergaben sich ebenfalls einige interessante Erkenntnisse, wie in Tabelle 6.1 gezeigt, die im Folgenden beschrieben werden sollen. Hierbei ist wiederum darauf zu achten, dass aus den dargestellten bivariaten Zusammenhängen noch keine Kausalzusammenhänge abgeleitet werden können, sondern sich lediglich erste Hinweise ergeben.

Interessant ist zunächst, dass Unternehmen, denen es sehr wichtig ist, am Standort Deutschland ansässig zu sein, auch signifikant positivere Einstellungen gegenüber Staat, Gesellschaft und Besteuerung zu haben scheinen. Umso wichtiger einem Unternehmen der Standort Deutschland ist, desto eher kann es sich auch mit der Gesellschaft- und Staatsform in Deutschland identifizieren. Dieses Ergebnis ist in diesem Analyseschritt nicht besonders überraschend.

Unternehmen, denen der Standort Deutschland wichtiger ist, sehen Steuerzahlen eher als moralische Verpflichtung an, stimmen der Aussage *es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten eher zu* und sind der Meinung, dass alle profitieren, wenn jeder seine Steuern zahlt. In diesen drei Bereichen ergeben sich sogar noch stärker signifikante Zusammenhänge, wenn man den Zusammenhang dieser Einstellungen gegenüber Steuern mit der Frage in wie weit sich die betreffenden Unternehmen mit der deutschen Gesellschafts- und Staatsform identifizieren können, untersucht.

Tabelle 6.1: Bivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Teil 1

<div style="text-align: center;">unabhängige Variablen</div> <div style="text-align: center;">abhängige Variablen</div>	Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	Die Menschen in Deutschland kümmern sich im Allgemeinen um ihre Mitmenschen	Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen	Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon	Wenn das Finanzamt einen Fehler zu Gunsten des Steuerzahlers macht, sollte der Steuerzahler das Finanzamt darauf aufmerksam machen	Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt	Wenn jemand etwas für die Allgemeinheit tut und/oder in seiner Freizeit gemeinnützige Arbeit leistet, sollte er weniger Steuern zahlen	Leute mit hohem Einkommen sollten einen größeren Anteil ihres Einkommens an Steuern zahlen, als diejenigen mit niedrigerem Einkommen
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	--	0.373***	0.277***	0.316***	0.264***				0.047*
Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen	0.265***	0.171***	--	0.473***	0.409***	0.077***	-0.078***		0.110***
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0.305***	0.196***	0.477***	--	0.521***	0.105***	-0.063***		0.115***
Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon	0.273***	0.150***	0.440***	0.557***	--	0.054**	-0.056**	-0.055**	0.128***
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden	-0.149**	-0.199***				0.130***	0.255***	0.202***	0.163***
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0.206***		0.201***	0.275***	0.148***	0.059*			
Gerechtigkeitsbewertung - aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens			0.179***		0.120**	0.100***		-0.046*	0.157***
Das deutsche Steuersystem Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	0.135***	0.180***			0.128**	0.084***			0.056*

Tabelle 6.1: Bivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Teil 2

<p>unabhängige Variablen</p> <p>abhängige Variablen</p>	<p>Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden</p>	<p>Steuern sollten auf Grundlage des wirtschaftlichen Gewinns berechnet werden</p>	<p>Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden</p>	<p>Man sollte bereit sein, einen Beitrag zur Finanzierung der Staatsaufgaben zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen</p>	<p>Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Gerichtsbarkeit gegenüber bezeichnen?</p>	<p>Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Polizei gegenüber bezeichnen?</p>	<p>Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Bundesregierung gegenüber bezeichnen?</p>
<p>Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren</p>	<p>-0.049 **</p>	<p>0.080 **</p>		<p>0.126 ***</p>	<p>0.237 ***</p>	<p>0,263 ***</p>	<p>0,253 ***</p>
<p>Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen</p>		<p>0.113***</p>		<p>0.162***</p>	<p>0.153 ***</p>	<p>0.219 ***</p>	<p>0.167 ***</p>
<p>Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten</p>		<p>0.152***</p>		<p>0.169***</p>	<p>0.109 ***</p>	<p>0.148 ***</p>	<p>0.161 ***</p>
<p>Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon</p>		<p>0.108***</p>		<p>0.106***</p>	<p>0.135 ***</p>	<p>0.179 **</p>	<p>0.177 ***</p>
<p>Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden</p>	<p>--</p>	<p>0.196***</p>	<p>0.477***</p>				
<p>Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?</p>			<p>0.062 *</p>				
<p>Gerechtigkeitsbewertung - aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens</p>		<p>0.073 **</p>	<p>0.084 ***</p>	<p>0.143 ***</p>	<p>0.193 ***</p>	<p>0.179 ***</p>	<p>0.114 ***</p>
<p>Das deutsche Steuersystem Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?</p>	<p>0.080**</p>				<p>0.267 ***</p>	<p>0.231 ***</p>	<p>0.338***</p>

Tabelle 6.1: Bivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Teil 3

unabhängige Variablen abhängige Variablen	Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen gegenüber der Landesregierung gegenüber bezeichnen?	Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Kommune gegenüber bezeichnen?	Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Familie gegenüber bezeichnen?	Haben sie den Eindruck, dass die staatlichen Leistungen auf Unternehmensebene in etwa den durch das Unternehmen gezahlten Steuern entsprechen?	Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland	Die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Einkommensteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Körperschaftsteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Gewerbesteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Grundsteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Das deutsche Steuersystem - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Erbschaftsteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögenssteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	0,149***	0,134 ***	0,076 *				0,074 **		0,057 *		0,075 **		
Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen	0,131 ***		0,126 ***	0,073 **	0,106**	0,143***	0,102***	0,141***	0,070 **	0,066 **			
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0,111 ***	0,094***	0,122 ***	0,068 **									
Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon	0,123 ***	0,109 ***				0,095**	0,128***	0,081**			0,061 *	0,075 **	
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden	0,178***	0,100 *		0,176 ***				-0,118 *	0,133 **		0,159 **	0,111 *	0,137 ***
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	0,106**							-0,126 **					0,187 ***
Gerechtigkeitsbewertung - aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens	0,175 ***	0,090 **		0,285***	-0,170***	--	0,323***	0,420***	0,287 ***	0,206 ***	0,306 ***	0,154 ***	
Das deutsche Steuersystem Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	0,248***	0,171***		0,233***		0,408 ***	0,419***	0,350***	0,249 ***	0,225 ***	--	0,117 **	0,110 ***

Die Unternehmen, die sich stark mit Gesellschafts- und Staatsform in Deutschland identifizieren können, haben eine hoch signifikant schlechtere Einstellung gegenüber einer Besteuerung des unternehmerischen Vermögens. Zugleich haben sie aber eine hoch signifikant bessere Einstellung gegenüber der Besteuerung anhand des wirtschaftlichen Gewinns. Weiterhin ist diese Gruppe auch eher bereit, Steuern zu zahlen, selbst wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen.

Unter dem Vorbehalt, dass es sich hierbei lediglich um bivariate Zusammenhänge handelt, kann man davon ausgehen, dass es bei den befragten Unternehmen einen Zusammenhang zwischen einer positiven Einstellung zur Gesellschaftsform und der Steuermoral gibt (auch wenn es lediglich möglich war, die Einstellungen zu Steuern, nicht aber das tatsächliche Steuervermeidungsverhalten zu messen). Interessant ist, dass gerade diejenigen Unternehmen mit einer positiven Einstellung zur Wirtschafts- und Gesellschaftsform, die es als eine moralische Verpflichtung empfinden, Steuern zu zahlen, eine Steuer auf Basis von unternehmerischen Vermögen ablehnen, jedoch eine Steuer auf Basis des unternehmerischen Gewinnes befürworten. Man kann somit davon ausgehen, dass gerade die Unternehmen, die es für wichtig und richtig halten, Steuern zu zahlen, die Vermögensbesteuerung ablehnen.

Interessant ist es auch zu sehen, dass diejenigen Unternehmen, die der Meinung sind, dass es eine moralische Verpflichtung ist, Steuern zu zahlen und diejenigen, die es richtig finden, Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu erhalten, in hoch signifikantem Maße weniger der Meinung sind, dass Steuern lediglich in dem Maße gezahlt werden sollten, wie öffentliche Leistungen in Anspruch genommen werden. Das könnte bedeuten, dass Unternehmen, die eine höhere Steuermoral zu haben scheinen, auch eher bereit sind, Beiträge zum Allgemeinwohl zu leisten, die über den eigenen Nutzen hinausgehen. Damit scheinen moralisches Verhalten und Altruismus in diesem Bereich Hand in Hand zu gehen.

Auch scheint das Vertrauen in die staatlichen Institutionen auf Seiten der Unternehmen, die tendenziell eher positiv gegenüber Steuern eingestellt sind, höher zu sein, als bei Unternehmen, die eine weniger gute Einstellung zur Besteuerung haben. So ist der Zusammenhang zwischen den drei Variablen der moralischen Verpflichtung, des Erhalts der staatlichen Handlungsfähigkeit sowie der Meinung, dass wenn alle Steuern zahlen, jeder davon profitiert und dem Vertrauen gegenüber den Institutionen Rechtssystem, Polizei, Bundesregierung, Landesregierung, sowie Kommune in den meisten bivariaten Zusammenhängen hoch signifikant. Das bedeutet beispielsweise, dass Unternehmen, die es als starke moralische Verpflichtung empfinden, Steuern zu bezahlen, auch viel eher dem Rechtssystem oder der Bundesregierung vertrauen, als solche, die es als eine geringere moralische Verpflichtung empfinden. Hier scheint es sich also um eine positivere Einstellung zu Staat und Gesellschaft insgesamt zu handeln, die sich auch im Bereich von Besteuerung zeigt.

Schließlich wurde noch das Antwortverhalten der Unternehmen bezüglich der Fragestellungen, ob sie die gegenwärtige Steuerbelastung des Unternehmens und das deutsche Steuersystem als gerecht empfinden, untersucht. Zudem wurden auch die Effekte für die Einschätzung, dass Steuern auf der Grundlage des unternehmerischen Vermögens erhoben werden sollten und wie wichtig ihnen der Standort Deutschland ist, genauer analysiert. Für diese letzten drei Fragestellungen wurden die Ergebnisse aus der Tabelle 6.1 im nächsten Abschnitt multivariat überprüft.

6.2 Multivariate Betrachtung der Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Um die Ergebnisse auch multivariat zu prüfen, wurde eine Faktorenanalyse mit den Fragen zur subjektiven Wahrnehmung von Steuern und der deutschen Gesellschafts- und Staatsform vorgenommen. Mit Hilfe einer Faktorenanalyse ist es möglich, gemeinsame Faktoren, die mehrere Einzelvariablen beeinflussen können, zu identifizieren. Ein Faktor kann dabei beispielsweise die Grundeinstellung eines Befragten zu gewissen Themen sein, die sein Antwortverhalten bei unterschiedlichen Fragen beeinflusst. Beispielsweise werden Befragte mit positiver Grundeinstellung zu Staat und Gesellschaft im Allgemeinen ein höheres Grundvertrauen in verschiedene staatliche Institutionen, beispielsweise Polizei, Gerichtsbarkeit und Regierung haben. Es lassen sich bei einer Faktorenanalyse unterschiedliche Faktoren identifizieren, die ihrerseits wiederum auf einzelnen Variablen laden. Insofern erklären Variablen, die auf diese Faktoren laden, einen großen Teil des zugrundeliegenden Faktors. Mit Hilfe der Betrachtung aller Variablen, die auf den jeweiligen Faktor laden, lässt sich schließlich der Faktor interpretieren.

Bei der mit den Fragen bzgl. der Einstellung zu Staat und Gesellschaft vorgenommenen Faktorenanalyse bildete sich ein interessanter Faktor heraus, wie in der Tabelle A73 im Anhang dargestellt ist. Die in der Tabelle gezeigte Faktorenanalyse beruht auf einer Hauptkomponentenextraktion mit anschließender Varimax-Rotation. Der erste sich ergebende Faktor ist hier für uns interessant. Dieser Faktor lud auf vier einzelne Variablen. Diese Variablen bestehen zunächst aus der Frage, ob ein Unternehmen es als eine moralische Verpflichtung empfindet, Steuern zu zahlen, sowie ob ein Unternehmen der Aussage zustimmt, dass es richtig sei, Steuern zu zahlen um die staatliche Handlungsfähigkeit zu erhalten. Die beiden anderen Variablen, die hier eine Rolle spielen, waren die Meinung, dass wenn jeder seine Steuern zahlt, alle davon profitieren sowie die Überzeugung, dass man das Finanzamt auf Fehler zu eigenen Gunsten aufmerksam machen sollte. Dieser Faktor kann also als eine Art moralische Zustimmung zu Steuern interpretiert werden.

Im nächsten Schritt sollte geprüft werden, ob dieser Faktor einen Einfluss auf die Einstellung gegenüber Vermögens- und Gewinnbesteuerung hat. Wie schon in den Vergleichen der einzelnen Variablen bzgl. der Einstellung gegenüber Steuern präferieren die der Besteuerung gegenüber positiv eingestellten Unternehmen die Gewinnbesteuerung gegenüber der Vermögensbesteuerung. Die

Zustimmung zur Gewinnbesteuerung ist signifikant höher als bei Unternehmen, die Steuern gegenüber allgemein weniger positiv eingestellt sind. Andererseits ist die Zustimmung zur Vermögensbesteuerung signifikant niedriger als bei Unternehmen, die Steuern allgemein eher negativ gegenüber stehen.

Schließlich sollte für die Fragen zur Gerechtigkeitsbewertung der Vermögensteuer, der eigenen Steuerbelastung und des deutschen Steuersystems aus bivariater Betrachtung multivariat geprüft werden, welche Effekte die Einschätzung beeinflussen. Problematisch ist hierbei, dass wie oben dargelegt viele Variablen untereinander in einer hohen Abhängigkeit zueinander stehen. Beispielsweise kann man von einem starken Zusammenhang zwischen der Relevanz des Standortes Deutschlands und der Tendenz, den Unternehmenssitz aufgrund steuerlicher Veränderungen ins Ausland zu verlagern, ausgehen. Bei einer solch engen Abhängigkeit von erklärenden Variablen spricht man von Multikollinearität. Die Folge ist, dass die Schätzungen instabil werden und die geschätzten Koeffizienten zunehmend ungenau sind. Um der Gefahr der Multikollinearität zu begegnen, wurden Regressionen mit Rückwärtsselektion der Regressoren durchgeführt. Die Ergebnisse enthält die **Tabelle 6.2**.

Tabelle 6.2: Multivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Teil 1

abhängige Variable \ unabhängige Variablen	Konstante	Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt	Steuern sollten auf Grundlage des wirtschaftlichen Gewinns berechnet werden	Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden	Das deutsche Steuersystem - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden	1.170 ***	0.228 ***	-0.163 **	0.426 ***	0.148 **

Teil 2

abhängige Variable \ unabhängige Variablen	Konstante	Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	Die Körperschaftssteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögenssteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?
Wie wichtig ist es Ihnen als Unternehmen am Standort Deutschland ansässig zu sein?	1.183 ***	0.142 *	0.160 *	-0.122 *	0.177 ***

Tabelle 6.2: Multivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander

Teil 3

abhängige Variable \ unabhängige Variablen	Konstante	Man sollte bereit sein, einen Beitrag zur Finanzierung der Staatsaufgaben zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen	Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Gerichtsbarkeit gegenüber bezeichnen?	Haben sie den Eindruck, dass die staatlichen Leistungen auf Unternehmens ebene in etwa den durch das Unternehmen gezahlten Steuern entsprechen?	Denken Sie an alle Arten von Steuern die Sie als Unternehmen bezahlen, wie beurteilen Sie dann Ihre Steuerbelastung im Vergleich zu anderen Unternehmen hier in Deutschland?	Die Einkommensteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Körperschaftsteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Gewerbesteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Das deutsche Steuersystem - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?
Inwieweit halten Sie die aktuelle Steuerbelastung ihres Unternehmens für gerecht?	0.634 **	0.095 **	0.087 *	0.143 ***	-0.129 **	0.113 **	0.182 ***	0.151 ***	0.118 **

Tabelle 6.2: Multivariate Abhängigkeiten ausgewählter Einschätzungen zur Besteuerung untereinander multivariat

Teil 4

abhängige Variable \ unabhängige Variablen	Konstante	Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden.	Als wie hoch würden Sie Ihr Vertrauen der Bundesregierung gegenüber bezeichnen?	Die aktuelle Steuerbelastung Ihres Unternehmens Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Einkommenssteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Die Körperschaftsteuer - Inwieweit halten Sie [...] für gerecht?	Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögenssteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?
Inwieweit halten Sie das deutsche Steuersystem für gerecht?	0.719 ***	0.083 **	0.196 ***	0.181 ***	0.219 ***	0.150 **	0.076 **

Im ersten Modell, das in Tabelle 6.2 (Teil 1) dargestellt ist, sollten die Determinanten der Einstellung gegenüber der Vermögensteuer untersucht werden. Somit ist also die abhängige Variable der Grad der Zustimmung zu der Aussage, dass Steuern auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden sollten. Positive Parameter bedeuten also, dass Unternehmen, die der jeweiligen Aussage eher zustimmen tendenziell auch eher der Vermögensteuer auf Betriebsvermögen zustimmen.

Zunächst stimmen Unternehmen, die der Meinung sind, jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er von staatlichen Diensten profitiert, der Vermögensteuer eher zu. Die Gesellschaft wird als ein Konstrukt gesehen, für das man lediglich soweit einzustehen bereit ist, wie man auch von ihr profitiert. Es wird nicht als moralisch gegebene Notwendigkeit gesehen, etwas für die Allgemeinheit zu tun, sondern eher als einfaches Tauschgeschäft. Unternehmen, die eine Besteuerung auf Grundlage des wirtschaftlichen Gewinns befürworten, lehnen eine Besteuerung des Betriebsvermögens ab. Das bedeutet, dass hier keine allgemeine Einstellung für oder wider Steuern zugrunde liegt, sondern dass die Unternehmen sehr wohl Präferenzen für eine bestimmte Art der Besteuerung haben.

Der starke und hoch signifikante Zusammenhang der Einstellung gegenüber privater und betrieblicher Vermögensteuer ist schließlich intuitiv. Wer eine betriebliche Vermögensteuer ablehnt, wird auch in viel höherem Maße eine private Vermögensteuer ablehnen.

Ebenso korrespondiert die Ablehnung einer betrieblichen Vermögensteuer mit der Gerechtigkeitsbewertung des deutschen Steuersystems. Wer das deutsche Steuersystem als ungerecht empfindet, vermag auch der Besteuerung auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens keine gute Seite abzugewinnen.

Im zweiten Modell (Tabelle 6.2 Teil 2) der multivariaten Überprüfung wurde analysiert, welche Effekte die Bedeutung des Unternehmensstandortes Deutschland beeinflussen.

Erwartungsgemäß schätzen Unternehmen Deutschland als Unternehmensstandort, wenn sie sich mit der Gesellschafts- und Staatsform in Deutschland identifizieren können oder der Meinung sind, dass es wichtig sei Steuern zu zahlen, um die Handlungsfähigkeit des Staates zu gewährleisten. In Übereinstimmung mit diesen Erkenntnissen ist dieser Unternehmenstypus auch eher selten bereit, seinen Unternehmenssitz aufgrund einer Vermögensteuer ins Ausland zu verlegen.

In einem dritten Modell (siehe Tabelle 6.2 Teil 3) sollte untersucht werden, welche Variablen einen Einfluss auf die Gerechtigkeitsbewertung der allgemeinen Steuerbelastung haben.

Zunächst gibt es einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Einstellung, dass man bereit sein sollte, einen Beitrag zur Finanzierung des Staates zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen, und der empfundenen Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung. Auch empfinden Unternehmen, die ein größeres Vertrauen in die staatliche Institution und Gerichtsbarkeit haben, ihre Besteuerung als gerechter. Die Frage nach der wahrgenommenen Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung scheint somit verbunden mit der positiven Einstellung zu Staat und Gesellschaft als Ganzes.

Eine starke Abhängigkeit besteht zwischen der Einstellung, dass die staatlichen Leistungen in etwa den gezahlten Steuern entsprechen, und der wahrgenommenen Steuergerechtigkeit. Dies ist nicht überraschend. Unternehmen, die der Meinung sind, dass die staatlichen Leistungen nicht ihrem Beitrag entsprechen, empfinden in höherem Maße auch die eigene Besteuerung als ungerecht.

Weiterhin ergibt sich ein negativer Zusammenhang zwischen der Einschätzung, dass das Unternehmen eine höhere Steuerlast hat als andere Unternehmen in Deutschland, und der wahrgenommenen Gerechtigkeit der eigenen Steuerbelastung des Unternehmens.

Letztlich überrascht es nicht, dass die Wahrnehmung der Steuergerechtigkeit in Bezug auf das eigene Unternehmen mit den Gerechtigkeitseinstufungen der Einkommensteuer, der Körperschaftsteuer und der Gewerbesteuer sowie des ganzen deutschen Steuersystems signifikant positiv verknüpft ist. Wer diesen Steuern offen gegenübersteht, empfindet sich auch bei der eigenen Besteuerung nicht als benachteiligt.

Schließlich sollte in einer weiteren multivariaten Regression die Einstellung zu der Gerechtigkeit des deutschen Steuersystems untersucht werden, wie in Tabelle 6.2 (Teil 4) dargelegt. Die abhängige Variable stellt hierbei die Frage zur Gerechtigkeit des deutschen Steuersystems dar. Sechs Variablen zeigten einen signifikanten Zusammenhang zur Einstellung. Interessant ist hier als erstes die Verbindung zu der Zustimmung zur Besteuerung auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens. Unternehmen, die das deutsche Steuersystem für gerecht halten, stimmen tendenziell auch der Besteuerung auf Basis des unternehmerischen Vermögens zu. Das bedeutet andersherum, dass gerade Unternehmen, die das deutsche Steuersystem nicht als gerecht empfinden, auch eine Besteuerung des Betriebsvermögens als ungerechter empfinden.

Das Vertrauen in die Bundesregierung korrespondiert mit der Gerechtigkeitsbewertung des deutschen Steuersystems sowie der Gerechtigkeitsbewertung von Einkommen- und Körperschaftsteuer. Wer der Regierung vertraut und den angesprochenen Steuerformen zustimmt, hält das deutsche Steuersystem erwartungsgemäß für gerecht. Wie bereits im zweiten Modell festgestellt, gehen natürlich auch in dieser Analyse die Einschätzungen der eigenen Steuerbelastung und des gesamten Steuersystems insgesamt Hand in Hand.

Schließlich bleibt noch hervorzuheben, dass die Gerechtigkeitsbewertung des deutschen Steuersystems mit der angedachten Reaktion auf eine mögliche Vermögensteuer in Höhe von 1 bis 1,5% einhergeht. Unternehmen die sich vom deutschen Steuersystem ungerecht behandelt fühlen, können sich eher vorstellen ihren Sitz aufgrund der Erhebung einer Vermögensteuer ins Ausland zu verlagern.

7 Folgerungen aus den gefundenen Ergebnissen

7.1 Ziele, Motivationen und Risikoverhalten

Familienunternehmen unterscheiden sich in ihrem Charakter von Nicht-Familienunternehmen und legen besonderen Wert auf Langfristorientierung und Nachhaltigkeit. Weiterhin sind sie bestrebt, ihre Unabhängigkeit zu erhalten. Den befragten Familienunternehmen sind die Unabhängigkeit und das langfristige Überleben des Unternehmens wichtiger als Nicht-Familienunternehmen. Rendite hingegen spielt eine geringere Rolle als bei Nicht-Familienunternehmen. Weiterhin konnte festgestellt werden, dass Familienunternehmen mitarbeiterorientierte Motive und soziale bzw. altruistische Ziele (wie bspw. soziales Engagement) im Vergleich zu Nicht-Familienunternehmen als deutlich wichtiger einschätzen. Hier passen besonders die mitarbeiterorientierten Ziele durch die Bildung von sozialem Kapital zur langfristigen Ausrichtung der Familienunternehmen. Nicht-Familienunternehmen priorisieren Mitarbeiterorientierung in geringerem Maße als Familienunternehmen. Allgemein zeigt sich besonders bei Familienunternehmen, dass rein wirtschaftlich-rationale Motivationen für die Unternehmen nicht an erster Stelle stehen.

7.2 Identifikation mit und Bindung an den Standort Deutschland

Die Identifikation mit der deutschen Gesellschafts- und Staatsform fällt bei Familien- und Nicht-Familienunternehmen sehr hoch aus, was laut früherer Studien für eine eher hohe Steuerzufriedenheit spricht und einen positiven Einfluss auf die Gerechtigkeitsbewertung des deutschen Steuersystems haben sollte. Die hohe Identifikation mit der Gesellschaft passt auch zu der besonders bei Familienunternehmen wahrgenommenen hohen Relevanz Deutschlands als Unternehmensstandort. Im Brückenschlag zu den unternehmerischen Motiven verfolgen Unternehmen, die sich stark mit Staat und Gesellschaft identifizieren können, auch stärker das Motiv, ihren Mitarbeitern persönliches Wachstum zu ermöglichen, und betreiben soziales Engagement nicht aus ökonomischen Gründen. Bezogen auf steuerliche Prinzipien sind Unternehmen, die sich stark mit Gesellschaft und Staat identifizieren, eher bereit, Steuern zu zahlen, selbst wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen. Das Vertrauen in die staatlichen Institutionen fällt mittelmäßig aus. Erwartungsgemäß können sich Unternehmen, die ein hohes Vertrauen in die staatlichen Institutionen haben, auch in größerem Maße mit der Gesellschaft identifizieren. Weiterhin geht mit einem hohen Vertrauen in staatliche Institutionen bei vielen Unternehmen auch die Überzeugung einher, dass Steuerzahlen eine moralische Verpflichtung ist. Die Relevanz Deutschlands als Unternehmensstandort hängt stark mit den Motivationen zusammen, ein gutes Unternehmensimage zu besitzen und den Mitarbeitern Möglichkeiten zu persönlichem Wachstum und Entwicklung sowie Arbeitsplatzsicherheit zu bieten. Auch die Ziele der Langfristorientierung und der Unternehmensunabhängigkeit sowie Exzellenz im Tätigkeitsfeld des Unternehmens zu erreichen, sind in enger Relation zu dem Faktor Unternehmensstandort Deutschland angesiedelt. Dies könnte ein

Indiz dafür sein, dass Unternehmen, die diese Ziele verfolgen, Wert darauf legen, ihren Unternehmenssitz in Deutschland zu haben, da Deutschland als Industriestandort ein Umfeld darstellt, in dem sie ihre Ziele gut verwirklichen können. Eine Verlagerung in andere Länder kann beispielsweise aus Kostengründen in Betracht kommen. Deutschland ist ein Hochlohnland, das auf der anderen Seite aber auch über äußerst gut ausgebildete Arbeitskräfte verfügt. Mit dem Ziel, Exzellenz im Tätigkeitsbereich zu erlangen, verbietet sich vielfach eine Unternehmensverlagerung ins kostengünstigere Ausland, da die Qualität der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens leiden könnte. Zusammenfassend wird die Bindung an den Standort Deutschland sowohl von sozialen als auch von wirtschaftlich rationalen Motivationen getragen.

7.3 Bewertung verschiedener steuerlicher Prinzipien

Mit Ausnahme des Vermögensteuerprinzips gab es bei der Einschätzung, wie gerecht die verschiedenen steuerlichen Prinzipien und Grundsätze sind, zwischen Familien- und Nicht-Familienunternehmen keine signifikanten Unterschiede. Insgesamt empfanden die Unternehmen es in großem Maße als eine moralische Verpflichtung, Steuern zu bezahlen. Auch waren die meisten Unternehmen der Meinung, dass es eine Verpflichtung sei, Steuern zu zahlen, da auf diese Weise die staatliche Handlungsfähigkeit gewährleistet werde und da dies dem Wohle der gesamten Gesellschaft diene. Man kann davon ausgehen, dass die Priorisierung dieser Steuerprinzipien zum Teil auf die bereits angeführte hohe Bindung der Unternehmen an Staat und Gesellschaft zurückzuführen ist. Insofern scheinen sich deutsche Unternehmen allgemein in einem gewissen Rahmen sozial verpflichtet zu fühlen. Im Rahmen der Theorie der Wahrnehmung von Steuern spielt das Reziprozitätsprinzip eine wichtige Rolle in der Literatur. Das Reziprozitätsprinzip kann stark vereinfacht auf die Formel reduziert werden, dass Geben und Nehmen für Menschen im Einklang stehen müssen. In Bezug auf Steuern würde dies bedeuten, dass gezahlte Steuern in etwa den von staatlicher Seite empfangenen Leistungen entsprechen sollten. Interessanterweise stimmten die befragten Unternehmen dem eher nicht zu. Unternehmen, die dieses Reziprozitätsprinzip befürworten, verfolgen häufig das Ziel, eine adäquate Ausschüttung sicherzustellen, haben tendenziell Angst davor, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, und betreiben soziales Engagement eher aus ökonomischen Gründen. Gleichzeitig sind diese Unternehmen weniger der Meinung, dass es eine moralische Verpflichtung sei, Steuern zu zahlen, auch um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten. Diese Zusammenhänge lassen darauf schließen, dass Unternehmen, denen der Verlust ihres Kapitals große Sorgen bereitet und die evtl. Gewinne ausschütten wollen, Steuerprinzipien bevorzugen, die ihnen für ihre gezahlten Steuern einen adäquaten Nutzen bringen. Die grundlegende tendenzielle Ablehnung des Prinzips deutet jedoch darauf hin, dass die befragten Unternehmen eher das Prinzip der "Partizipation aller Individuen bei *Steuerverwendung*" oder einer "Orientierung der *Steuerverwendung* an den jeweiligen Bedürfnissen" präferieren. Während im Bereich der Unternehmensziele Familienunternehmen noch eher sozialere Ziele verfolgen als Nicht-Familienunternehmen, schlägt sich diese Differenz im Bereich der

Einstellung zu Steuern, wie angemerkt, nicht nieder. Nicht nur bei Familienunternehmen sondern auch bei Nicht-Familienunternehmen ist die Zustimmung zu sozial geprägten Steuerprinzipien sehr hoch. Die Steuertypen der unternehmerischen und privaten Vermögensteuer werden von beiden Unternehmenstypen als ungerecht eingeschätzt, wobei Familienunternehmen, wie bereits erwähnt, die Besteuerung von Unternehmensvermögen als besonders ungerecht einschätzen. Dies könnte an einem anderen Verhältnis von Familienunternehmern zu ihrem Unternehmen liegen. Häufig sind Familienunternehmen für die ganze Familie eine Lebensaufgabe, die von Generation zu Generation weitergegeben wird. Die Substanz des Unternehmens kommt somit einer Basis für die ganze Familie gleich. Eine Besteuerung dieser Substanz kann daher bei Familienunternehmen tendenziell Ablehnung hervorrufen. Im Allgemeinen wird das Prinzip der Vermögensbesteuerung besonders schlecht von Unternehmen wahrgenommen, die ihre Eigenkapitaldecke stärken oder sich wirtschaftlich entwickeln wollen. Dieses Ergebnis ist intuitiv nachvollziehbar, da die Erreichung dieser Ziele tendenziell durch eine Vermögensbesteuerung bedroht wird. Einkommens-, Körperschafts-, Gewerbe-, und Grundsteuer wurden durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen als eher gerecht bewertet. Interessanterweise wird jedoch von beiden Unternehmensgruppen das gesamte Steuersystem als relativ ungerecht eingeschätzt. Als ein möglicher Erklärungsansatz hierfür kann die ebenfalls als eher ungerecht eingeschätzte Erbschaftsteuer herangezogen werden. Weiterhin ergibt sich auch ein Zusammenhang zwischen der Einstellung zur möglichen Einführung einer Vermögensteuer und der Bewertung des gesamten Steuersystems. Dies bedeutet, dass Unternehmen, die die Einführung einer Vermögensteuer als ungerecht empfinden würden, schon jetzt deutlich dazu tendieren, das gesamte Steuersystem als ungerecht einzuschätzen. Eine weitere wichtige Einflussgröße auf die Bewertung des deutschen Steuersystems ist die Bewertung der derzeitigen wahrgenommenen aktuellen Steuerbelastung des Unternehmens. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass für die Bewertung der Steuerprinzipien sowohl ökonomische als auch sozial orientierte Motive maßgeblich sind.

7.4 Bewertung der eigenen Steuerbelastung

Die aktuelle Steuerbelastung des eigenen Unternehmens schätzen die Unternehmen als moderat (durchschnittlich) gerecht ein. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass beide Unternehmenstypen aber insbesondere Familienunternehmen den Eindruck haben, dass das Kosten-Nutzen-Verhältnis zwischen Unternehmen und Staat eher nicht ausgeglichen ist. Ungerecht besteuert fühlen sich vor allem Unternehmen, die die Ziele Unabhängigkeit und Rentabilität verfolgen. Das Gefühl, stärker belastet zu sein als andere, könnte laut Falk (2003) bei reziprok veranlagten Individuen zu einer verringerten Steuermoral führen. Weiterhin könnten Unternehmen, die sich ungerecht behandelt fühlen, versucht sein, als Reaktion darauf ihr soziales Engagement zurückzufahren. Ein weiterer Faktor für die wahrgenommene Gerechtigkeit der eigenen Besteuerung ist der Eindruck, dass die staatlichen Leistungen in etwa den gezahlten Steuern entsprechen. Letzteres entspricht wiederum

dem Konstrukt der Reziprozität. Unternehmen halten ihre Steuerbelastung eher für gerecht, wenn sie der Meinung sind, dass durch Steuern die staatliche Handlungsfähigkeit gewährleistet werden müsse.

Entscheidend für die Bewertung der aktuellen Steuerbelastung ist auch der Vergleich der eigenen steuerlichen Belastung zur steuerlichen Belastung anderer Unternehmen sowie die Bewertung der Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer. Ein weiterer möglicher Grund für die als höher wahrgenommene Steuerbelastung könnte eine wahrgenommene Mehrfachbesteuerung des familiären Kapitals sein. Dies wäre der Fall, wenn im Rahmen des Familiensystems der Empfänger des zu versteuernden Gutes im Erbschaftsfall selbiges aufgrund des Familienbesitzes bereits als sein eigenes Eigentum interpretiert. Somit wird die Steuerbelastung teilweise von sozialen und teilweise von wirtschaftlich rationalen Motiven beeinflusst.

7.5 Conclusio

Familienunternehmen sind in Bezug auf ihre Zielsetzungen anders zu betrachten als Nicht-Familienunternehmen. Diese Erkenntnis konnte auch in der vorliegenden Studie wieder bestätigt werden und muss auch in Hinsicht auf die Auswirkungen von Besteuerung beachtet werden. Im steuerlichen Kontext resultieren die grundlegend sozialen Zielsetzungen der Familienunternehmen in der Bereitschaft für gesellschaftliche Bedürfnisse aufzukommen, die jedoch auch bei Nicht-Familienunternehmen ausgeprägt ist. Familienunternehmen kommen insofern einerseits ökonomischen Gesetzmäßigkeiten nach und handeln wirtschaftlich rational, weisen jedoch andererseits auch Tendenzen zum „Good Corporate Citizen“ auf, der eher verantwortlich und im Sinne der Gesellschaft handelt. Die Erbschaftsteuer wird von Familien- und Nicht-Familienunternehmen als ungerecht angesehen. Da sie hauptsächlich für Familienunternehmen tragend werden dürfte, ist zu vermuten, dass sie besonders bei Familienunternehmen für Unzufriedenheit mit der eigenen Besteuerung sorgt. Bei Einführung einer Vermögensteuer und einer weiterhin bestehenden Erbschaftsteuer würde die Situation von Familienunternehmen vermutlich auf Grund ihrer besonderen Zielsetzungen (Unabhängigkeit und Langfristorientierung) in anderer Weise wahrgenommen werden als von Nicht-Familienunternehmen. Die geringe Befürwortung des Prinzips der Vermögensbesteuerung und der Erbschaftsteuer deutet auf eine gefühlte Bedrohung der Substanz der Familienunternehmen hin. Überlegungen, den Unternehmensstandort im Falle der Einführung einer Vermögensteuer ins Ausland zu verlagern, sind jedoch nur von einem kleinen Anteil der Stichprobe geäußert worden. Eine Verlagerung fällt Unternehmen leichter, die bereits Produktions- oder Betriebsstätten im Ausland unterhalten, da Infrastruktur und „Akklimationsprozesse“ vermutlich bereits in Teilen forciert wurden. Unternehmen, die eine starke Bindung an den Standort Deutschland haben, können sich nicht vorstellen, ihren Unternehmenssitz aufgrund einer moderaten Vermögensteuer ins Ausland zu verlagern (so auch ein großer Teil der Familienunternehmen). Auch Unternehmen, die die Motivation haben, ihren Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz zu gewährleisten, sowie solche, die sich selbst eher als risikoavers einschätzen, können sich tendenziell

nicht vorstellen, ihren Unternehmensstandort aufgrund einer moderaten Vermögensteuer ins Ausland zu verlegen. Die Bereitschaft abzuwandern nimmt hingegen zu, wenn Rentabilität ein wichtiges Ziel des Unternehmens darstellt. Die Tendenzen zur Wahrnehmung von Ungerechtigkeiten bei Familienunternehmen sollten jedoch nicht unterschätzt werden, da, wie beschrieben, Einschätzungen und Verhalten in Steuerkontexten nur selten durch kühle Berechnungen bestimmt werden und daher auch nicht dem klassischen Bild des Homo Oeconomicus gerecht werden. Insofern sollte mit Rücksicht auf die sozial motivierten, gesellschaftlichen (ökonomisch nicht rationalen) Unterstützungsleistungen und Motive der Familienunternehmen darauf geachtet werden, dass diese Verhaltensweisen aufgrund beschädigter Fairnesswahrnehmungen und Reziprozitätserwartungen in Folge einer bereits jetzt als höher wahrgenommenen Besteuerung (Mehrfachbesteuerung) nicht in Ausgleichhandlungen zur Wiederherstellung der Gerechtigkeit und einer Maximierung des eigenen Nutzens umschlagen. Es zeigt sich auch in der Besteuerungseinschätzung, dass Familienunternehmen sowohl von ihren sozialen Ambitionen als auch von ökonomisch rationalen Aspekten beeinflusst werden, da sie sich auf einem konkurrenz-basierten Markt behaupten müssen.

8 Literatur

Achleitner, A.K., Kaserer, C., Günther, N., Volk, S. (2011). Die Kapitalmarktfähigkeit von Familienunternehmen - Unternehmensfinanzierung über Schuldschein, Anleihe und Börsengang. Stiftung Familienunternehmen. München.

Allingham, M.G. und Sandmo, A. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis. *Journal of Public Economics* 1, 323-338.

Andreoni, J., Erard, B. und Feinstein, J. (1998), Tax compliance, *Journal of Economic Literature* XXXVI, 818-860.

Andriani, L. (2012). Tax Morale and Pro-Social Behaviour: Evidence from a Palestinian Survey ERF Working Paper No. 712.

Astrachan, J.H., Klein, S.B., & Smyrnios, K.X. (2002). The F-PEC scale of family influence: A proposal for solving the family business definition problem. *Family Business Review*, 15(1), 45-58.

Atkinson, A.B. & Stiglitz, J.E. (1980). *Lectures in Public Economics*. New York.

Beckenbach, F. (2010), Der „homo oeconomicus“, URL: http://www.uni-kassel.de/beckenbach/files/pdfs/lehre/Verhaltensoekonomik/2_1%20HomoOeconomicus.pdf. Stand: 05.12.2012

Becker, G.S., Murphy, K.M. (1988) A Theory of Rational Addiction. *The Journal of Political Economy*, Vol. 96, No. 4. (Aug., 1988), pp. 675-700.

Berthold, F. (2010). Familienunternehmen im Spannungsfeld zwischen Wachstum und Finanzierung. Josef Eul Verlag GmbH.

Dean, P., Keenan, T., & Kenney, F. (1980). Taxpayers' attitudes to income tax evasion: An empirical study. *British Tax Review*, 1, 28-44.

DeMartino, G. F. (2000): *Global Economy, Global Justice. Theoretical objections and policy alternatives to neoliberalism*. London: Routledge.

Falk, A. (2003). Homo Oeconomicus versus Homo Reciprocans: Ansätze für ein neues Wirtschaftspolitisches Leitbild? *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*. 4 (1): S.141-172.

Felden, B & Zumholz, H. Managementlehre für Familienunternehmen: Bestandsaufnahme der Forschungs- und Lehraktivitäten im deutschsprachigen Raum. Working Papers No. 48. Section: Business & Management 07/2009.

Fischer, L. (Hrsg.) (1999). Finanzpsychologie. Oldenbourg Verlag, München.

Fortin, B., Lacroix, G. und Villeval, M.-C. (2007). Tax evasion and social interactions. *Journal of Public Economics* 91, 2089-2112.

Gottschalk (2011). Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen Stiftung Familienunternehmen, München 2011.

Güth, W., Schmittberger, R. und Schwarze, B. (1982). An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining, *Journal of Economic Behavior and Organization* (3), 367-88.

Hansi, M.(2009), Die alternativen Wirtschaftskonzepte Fairer Handel und Ökologischer Landbau: Ein Vergleich der Prinzipien und Standards. Diplomarbeit, Universität Wien, 2009.

Jacobsen Kleven, H., Knudsen, M. B., Thustrup Kreiner, C., Pedersen, S., Saez, E., 2011. Unwilling or Unable to Cheat? Evidence from a Tax Audit Experiment in Denmark. *Econometrica* 79 (3), 651-692

Kahneman, D. & Tversky, A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), pp. 263-291.

Keese, D., Hauer, A., Tänzler, J.K. (im Erscheinen). Die Natur und Eigenschaften von Familienunternehmen – Herausforderungen einer theoretisch sachgerechten und problemorientierten Definition.

Kirchgässner, G. (2000): Homo Oeconomicus. Das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. 2., ergänzte und erweiterte Auflage. Tübingen.

Kirchler, E., Maciejovsky, B. (2001). Tax compliance within the context of gain and loss situations, expected and current asset position, and profession. *Journal of Economic Psychology* 22, 173-194.

Klages, H. (2005), Der Homo Oeconomicus - Menschenbilder in Wirtschaft, Politik und Verwaltung, URL: <http://www.hfv-speyer.de/klages/Powerpointpraesentationen/HomoOeconomicus.ppt>, Stand: 05.11.12

Konrad, K. A., Quari, S., 2012. The Last Refuge of the Scoundrel? Patriotism and Tax Compliance. *Economica* 79, 516-533.

Lamneck, S. (2008) *Theorien abweichenden Verhaltens II: Moderne Ansätze*. Stuttgart.

Liebig, S; Mau, S. (2005). Wann ist ein Steuersystem gerecht? Einstellungen zu allgemeinen Prinzipien der Besteuerung und zur Gerechtigkeit der eigenen Steuerlast. (Duisburger Beiträge zur soziologischen Forschung, 01/2005), Duisburg.

May, P. (2012): *Erfolgsmodell Familienunternehmen*, Hamburg, Murmann.

Nienhaus, L. (2008), Die Ökonomie entdeckt die Menschlichkeit, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 12.03.2008.

Osterloh, M. & Frey, B.S. (2008) *Anreize im Wissenschaftssystem CREMA – Center for Research in Economics, Management and the Arts*.

Pommerehne, W. & Weck-Hannemann, H. (1989). Steuerhinterziehung: einige romantische, realistische und nicht zuletzt empirische Befunde. In : *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*.

Schmölders, G. & Hansemeyer, K.H. (1980) *Allgemeine Steuerlehre*. Duncker & Humblot, Berlin.

Schröder, M. (2011), Vom Experiment zur Praxis: Wie moralische Argument wirtschaftliche Selbstinteressen beeinflussen, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 2011, Nr. 63, S. 61-81.

Simon, F. B.; Wimmer, R.; Groth, T. (2005), *Mehr-Generationen-Familienunternehmen. Erfolgsgeheimnisse von Oetker, Merck, Haniel u.a.*

Smekal, Theurl (1994) *Stand und Entwicklung der Finanzpsychologie*, Baden Baden.

Smyrnios, Kosmas X., Klein, Sabine B and Astrachan, Joseph H. H., The F-PecScale of Family Influence: Construction, Validation, and Further Implication for Theory (2005). *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29, Issue 3, p. 321-339 2005.

Spicer, M.W. & Lundstedt, S.B. (1976). Understanding tax evasion. In: *Public Finance*, Vol. 31, S. 295-305.

Tagiuri, R. & Davis, J.A., (1992) *On the Goals of Successful Family Companies*. Family Business Review Volume 5, Issue 1, Article first published online: 19 APR 2004.

Webley, P., Robben, H., Elfers, H. & Hessing, D. (1991). Tax Evasion. An Experimental Approach. Cambridge.

Westerheide, P. (2011). Familienunternehmen lassen sich ihre Unabhängigkeit etwas kosten. ZEW Pressemitteilung. 10.03.2011.

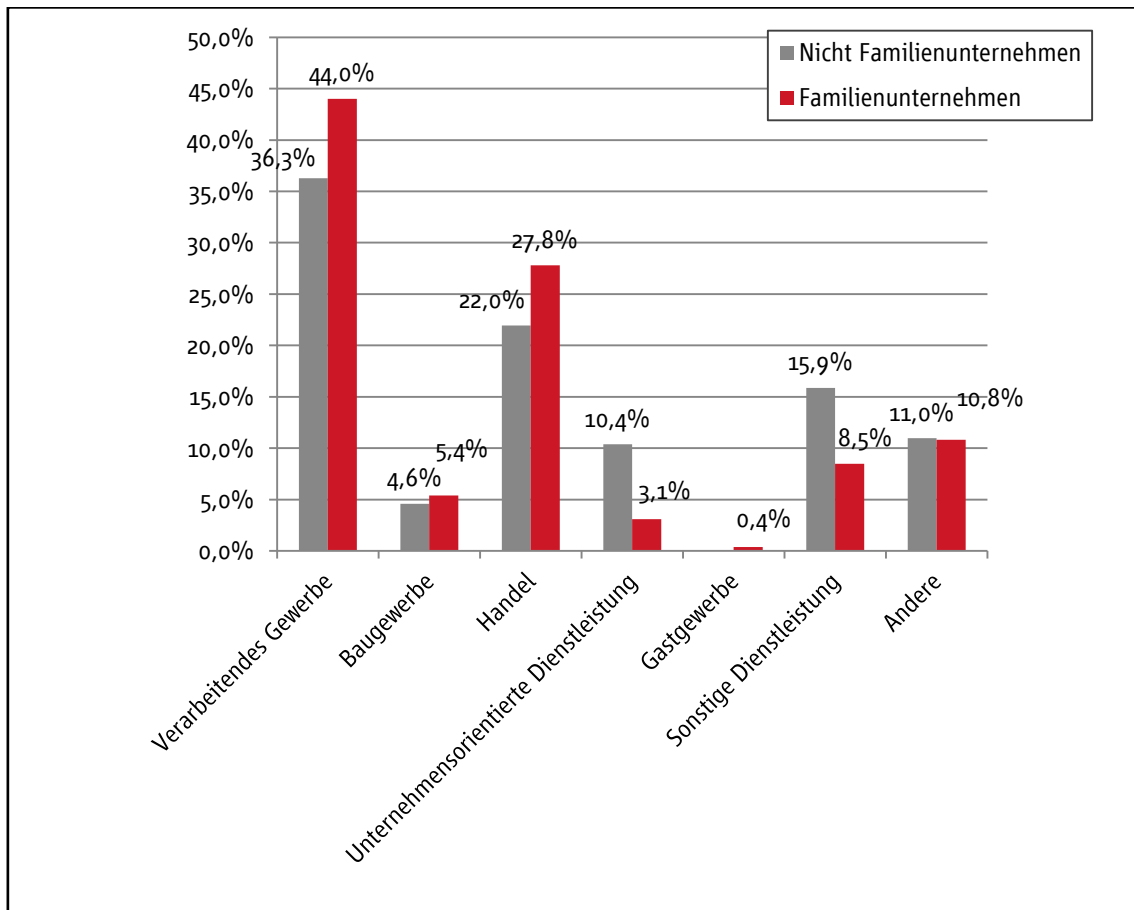
Wimmer, R./Domayer, E./ Oswald, M./Vater, G. (2005) Familienunternehmen – Auslaufmodell oder Erfolgstyp? Wiesbaden. Gabler.

Zellweger, T., Fueglistaller, U. (2005). Rendite und Spielregeln in Familienunternehmen CENTER FOR FAMILY BUSINESS, UNI ST. GALLEN / ERNST & YOUNG, DEZEMBER 2005.

Anhang

Deskriptive Beschreibungen der Unternehmensmerkmale

A1: In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?



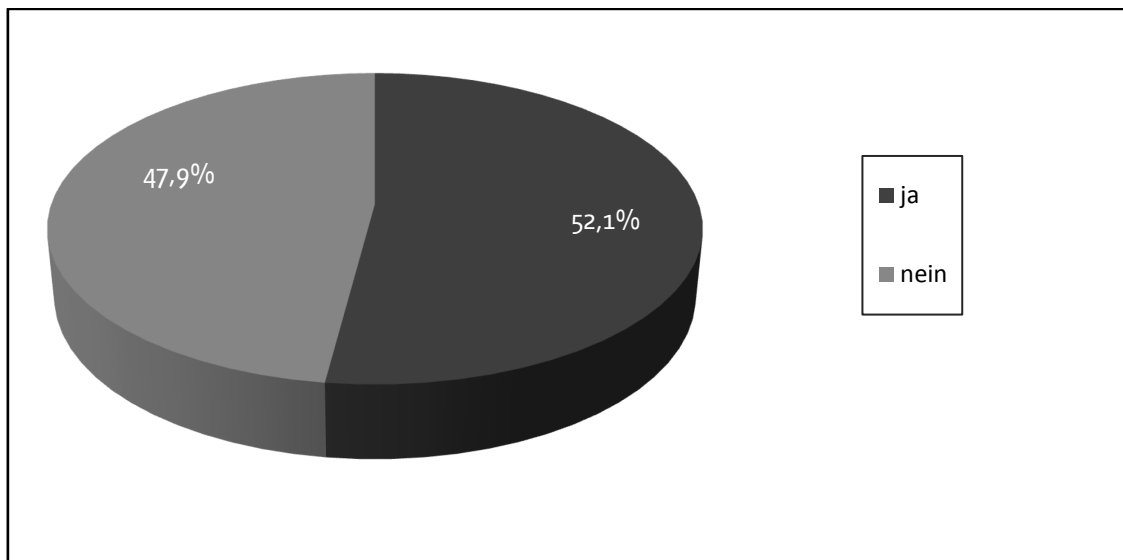
A2: Wie hoch war die Anzahl der Beschäftigten Ende 2012?

Kategorie	Anteil Nicht-Familienunternehmen	Anteil Familienunternehmen
0 - 99 MAB	16,9%	12,2%
100 - 249 MAB	23,6%	21,6%
250 - 499 MAB	16,6%	25,5%
500 - 999 MAB	14,3%	14,5%
1000 - 10000 MAB	28,7%	26,3%

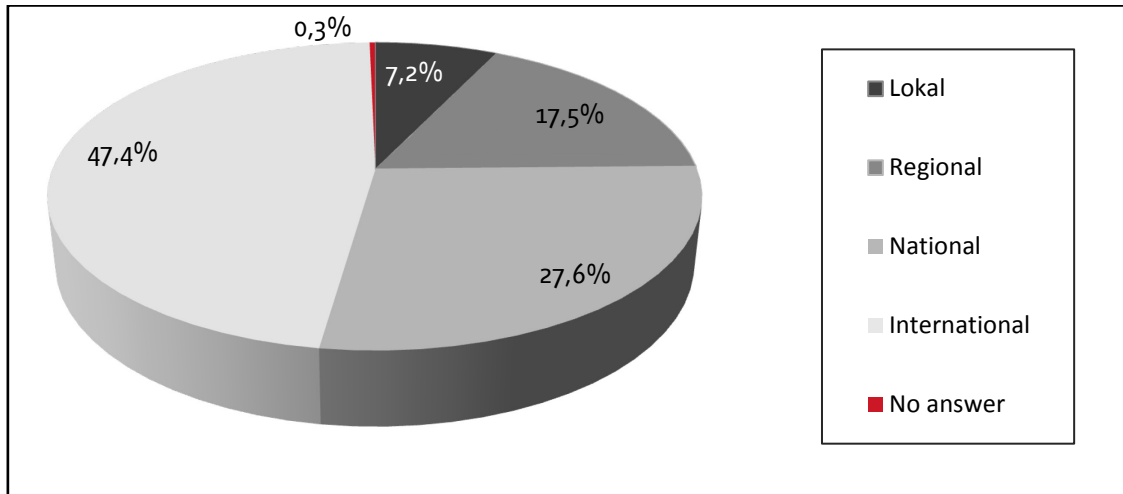
A3: Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im Jahr 2012?

Kategorie	Anteil Nicht-Familienunternehmen	Anteil Familienunternehmen
0- 19,99 Mio €	7,1%	7,3%
20- 49,99 Mio €	16,9%	11,0%
50- 99,99 Mio €	24,3%	27,5%
100- 499,99 Mio €	34,8%	43,6%
500 - 5000 Mio €	16,9%	10,6%

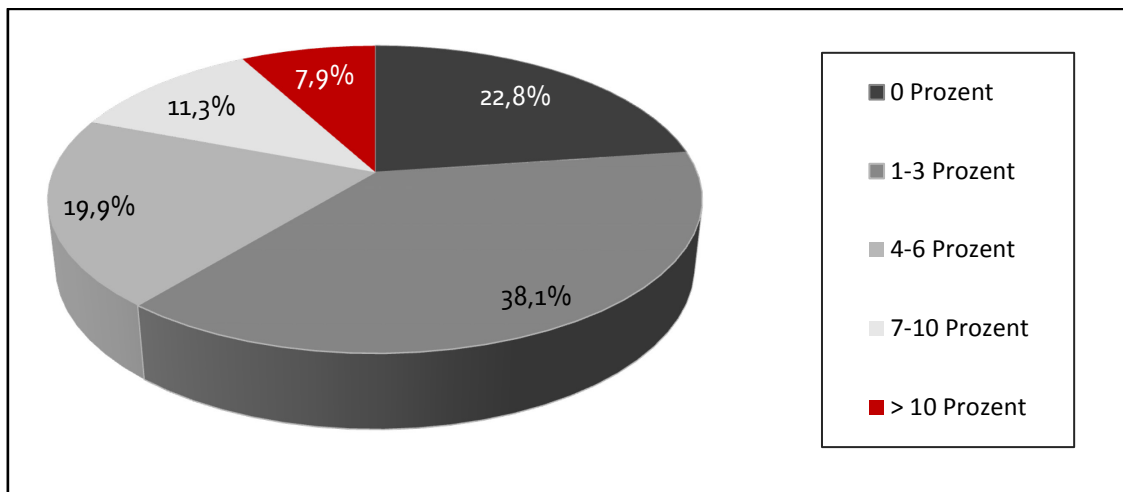
A4: Wurde in den letzten 3 Jahren eine Thesaurierung vorgenommen?



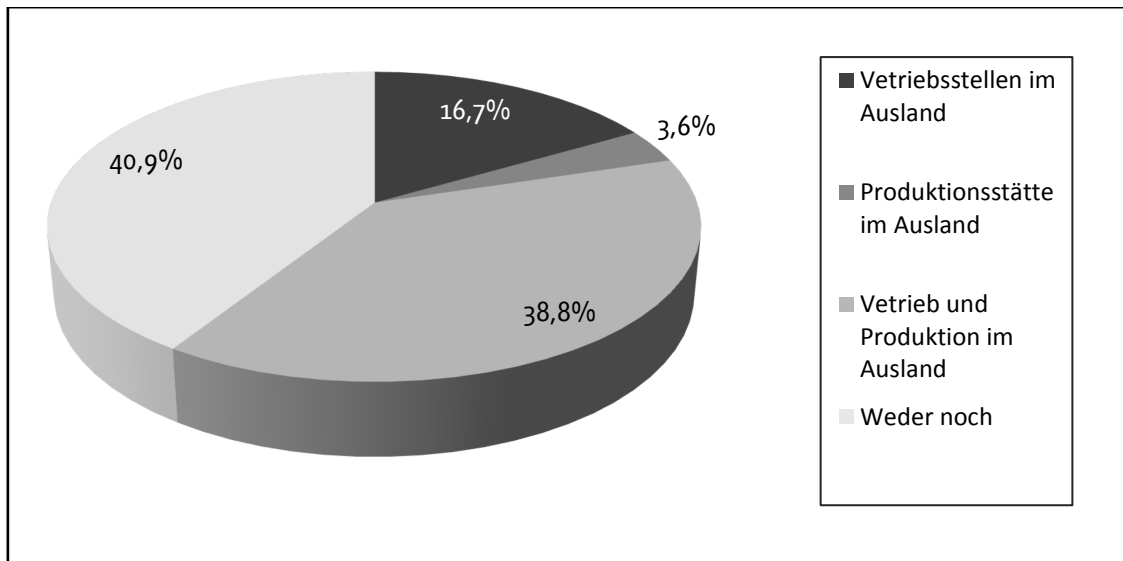
A5: Wo liegen räumlich betrachtet die Schwerpunkte des wirtschaftlichen Engagements Ihres Unternehmens?



A6: Wie hoch sind die Unternehmensausgaben für Forschung und Entwicklung relativ zum Umsatz?

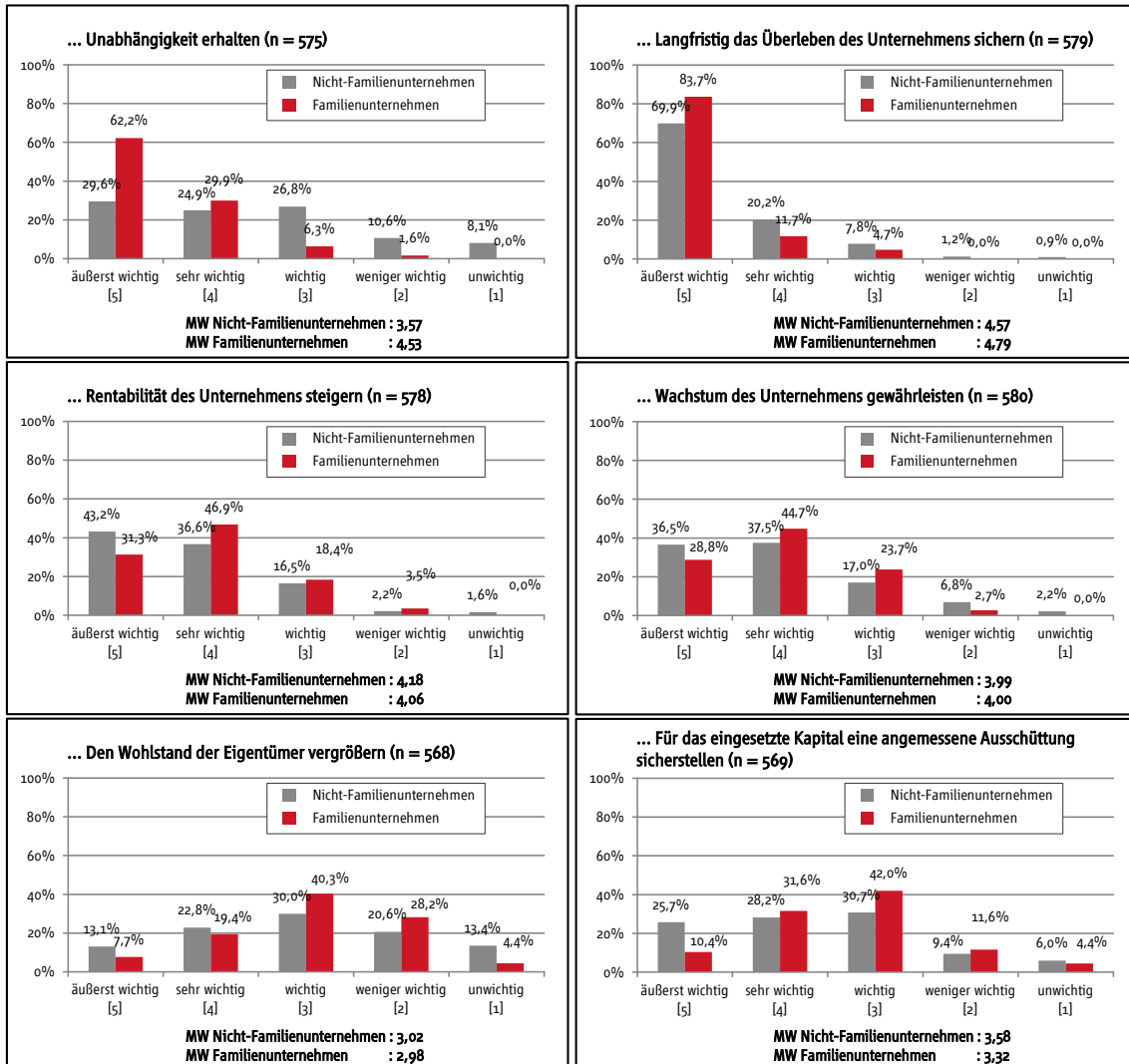


A7: Besitzt Ihr Unternehmen Vertriebsstellen oder Produktionsstätten im Ausland?

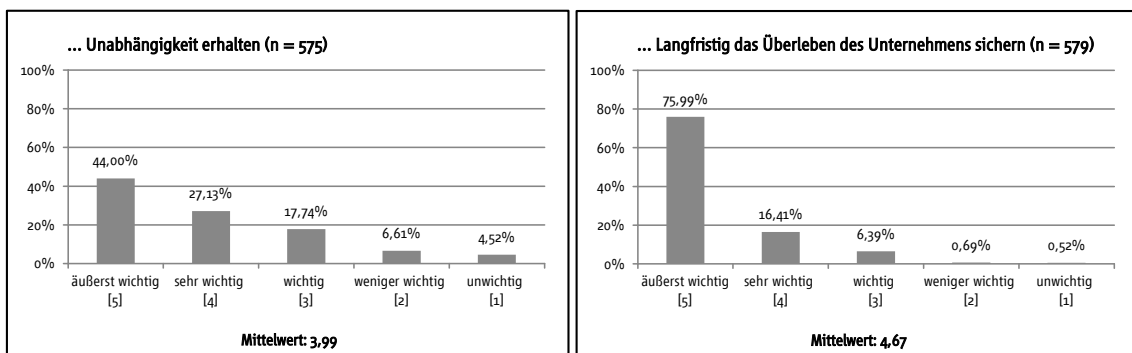


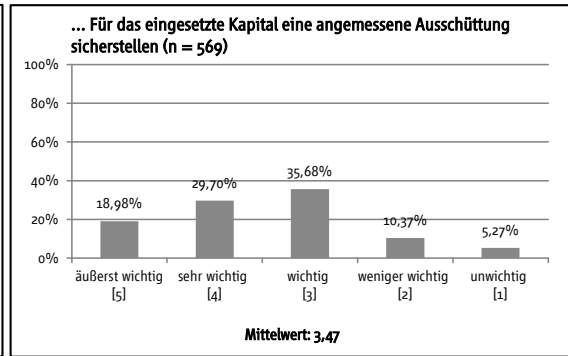
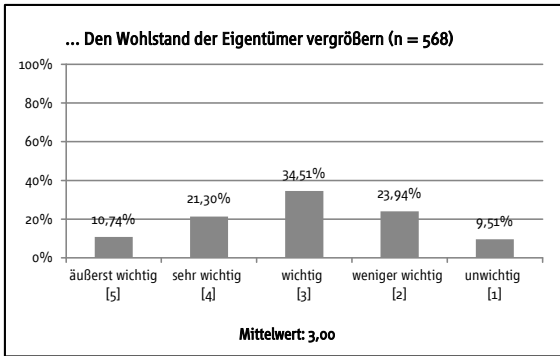
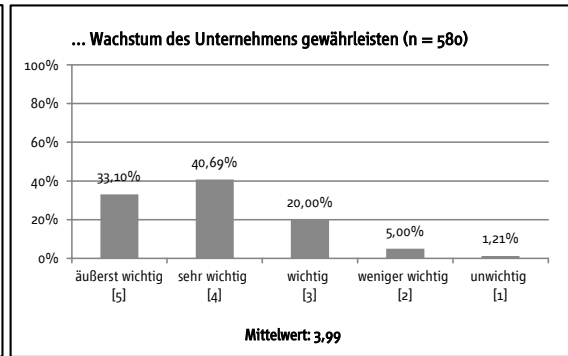
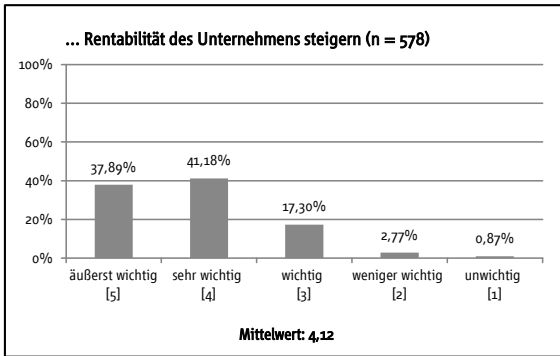
Deskriptive Beschreibung der Ziele, Motivationen und Einschätzungen zur Besteuerung über die gesamte Stichprobe

A8-A13 (a): Ziele differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen

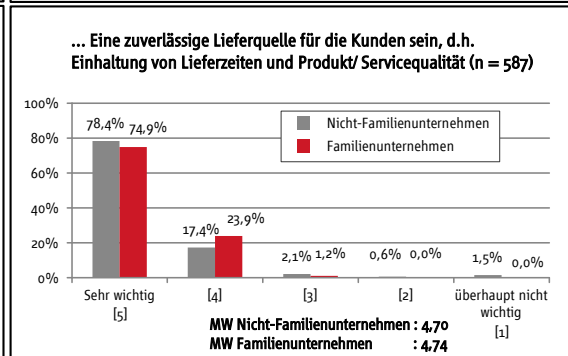
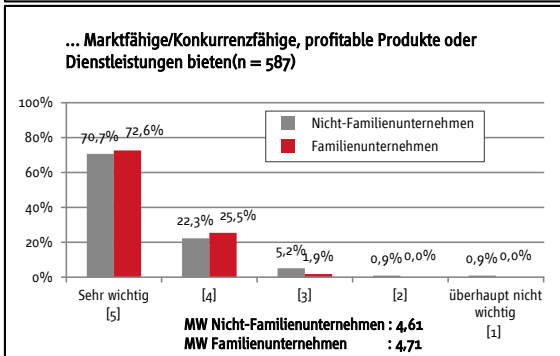
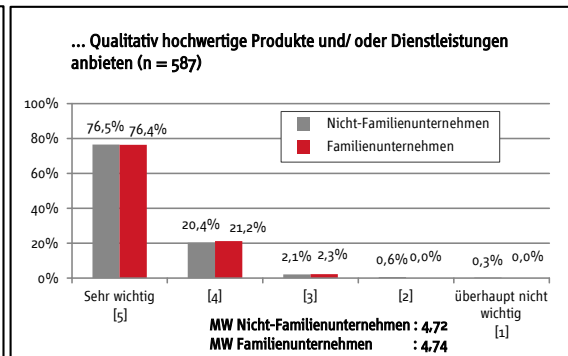
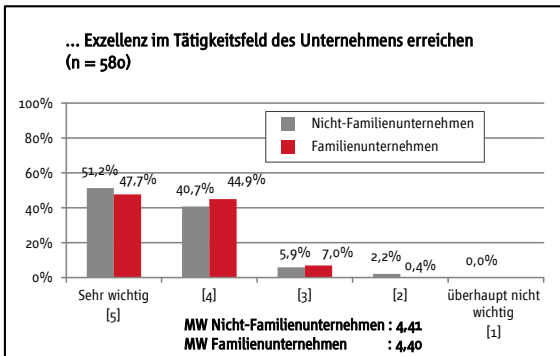


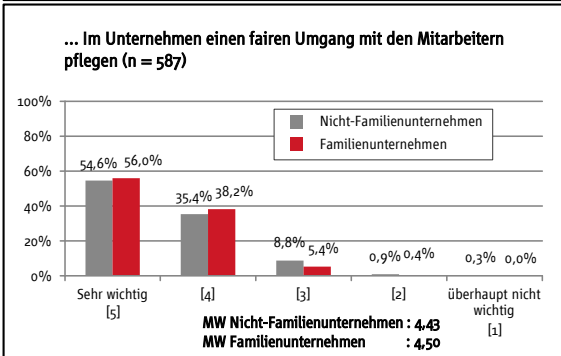
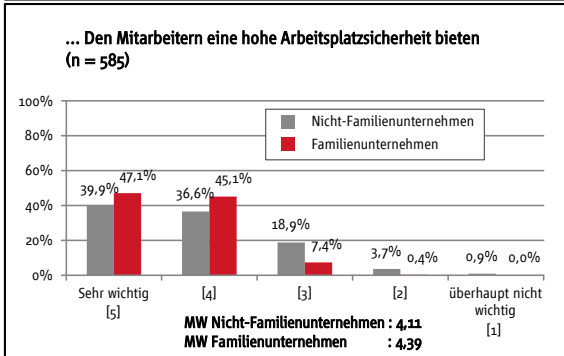
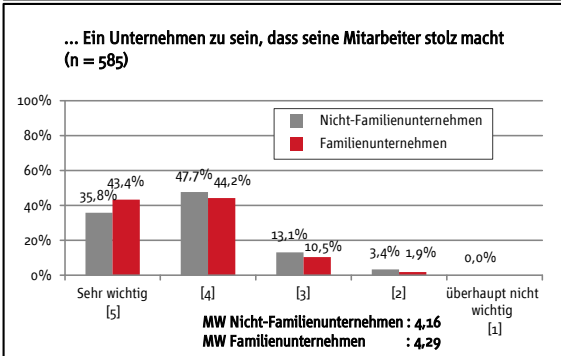
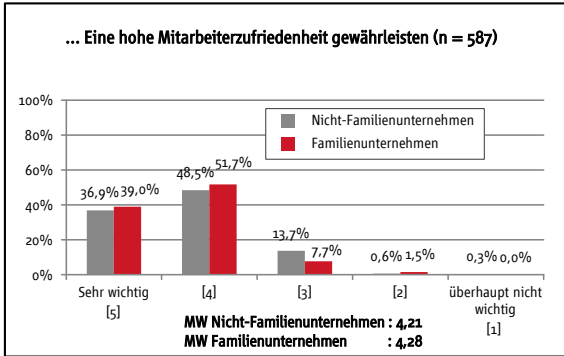
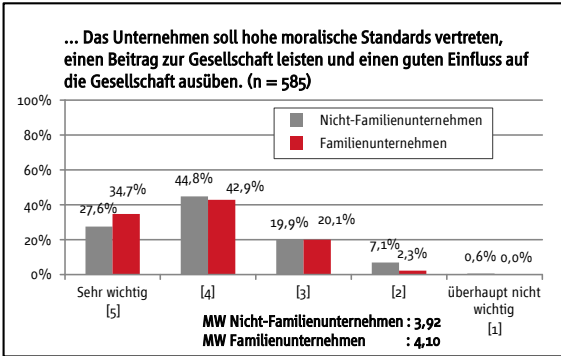
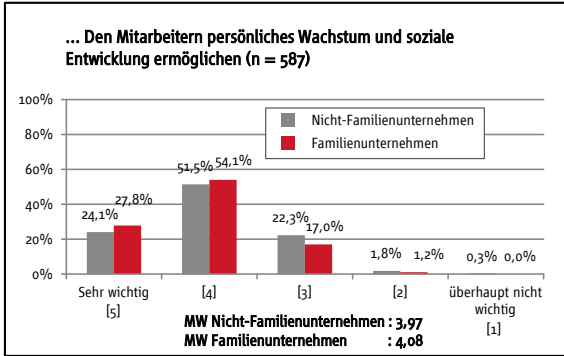
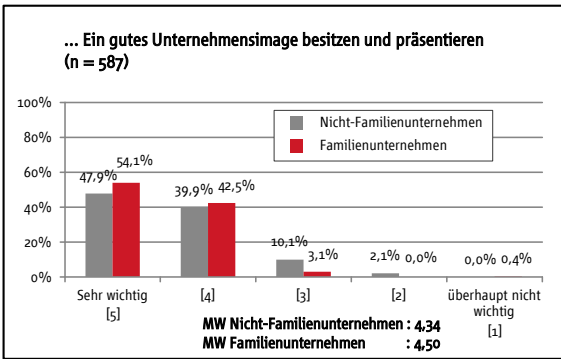
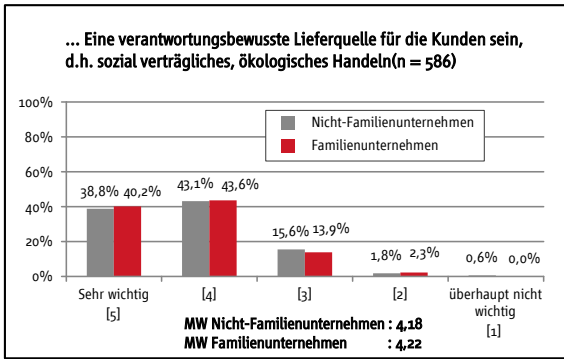
A8-A13 (b): Ziele nach Gesamtstichprobe

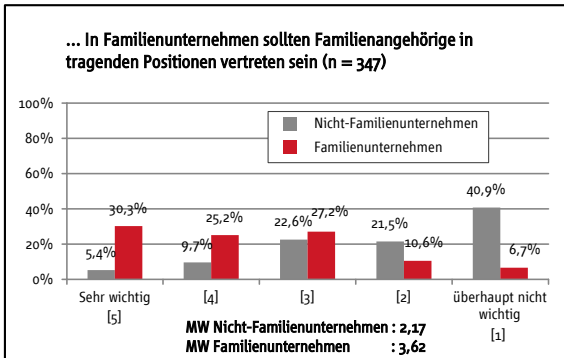
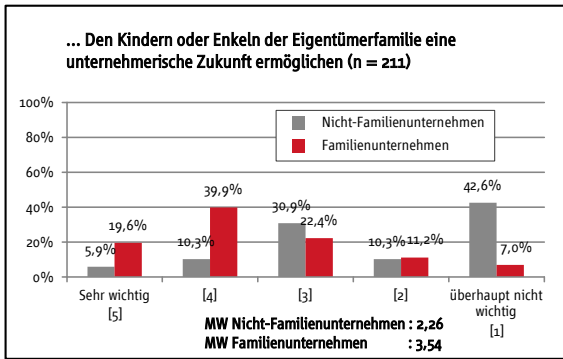
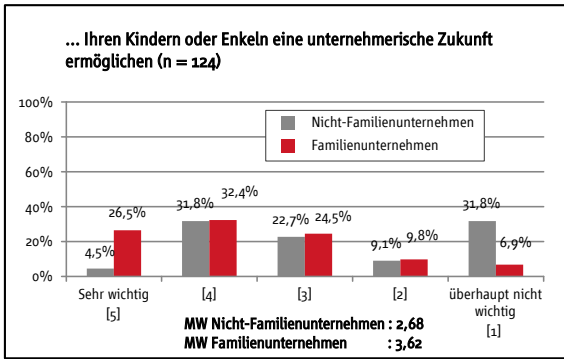




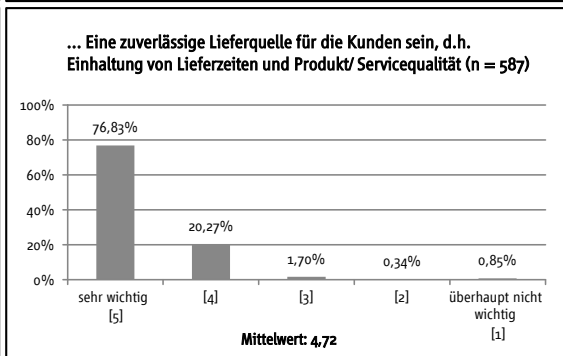
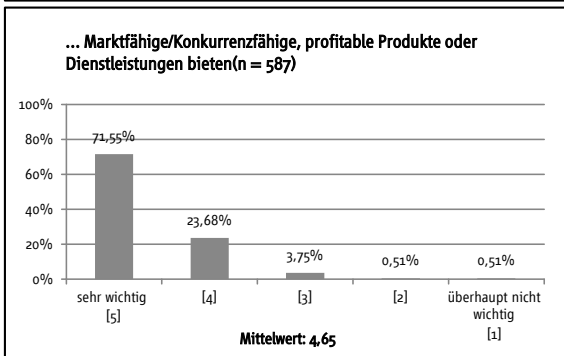
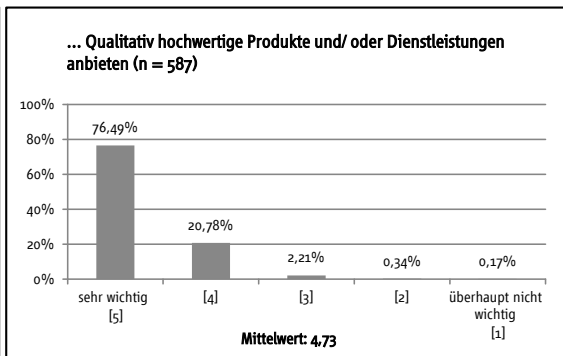
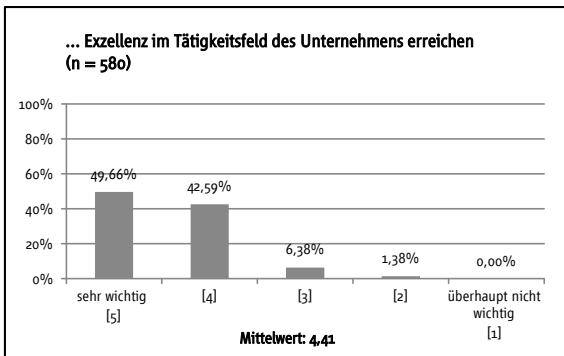
A14-A28 (a): Motivationen differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen

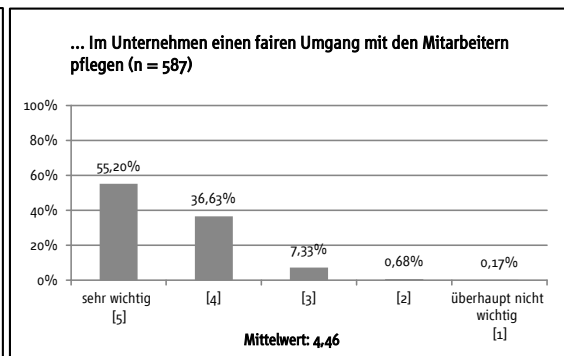
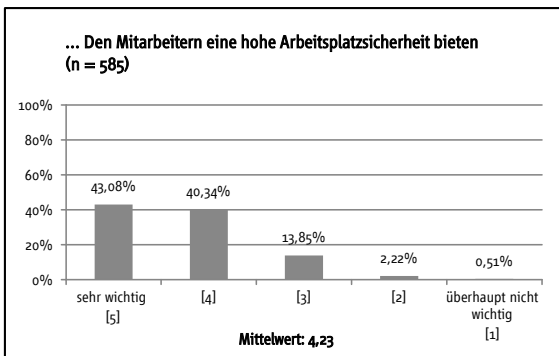
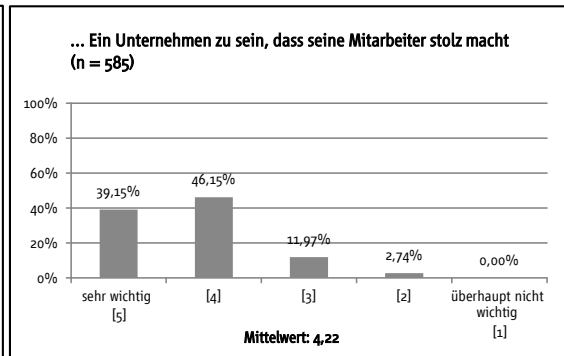
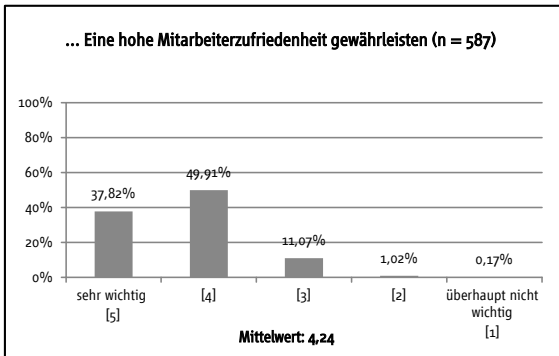
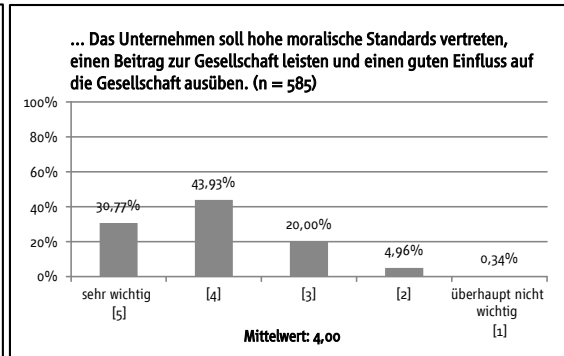
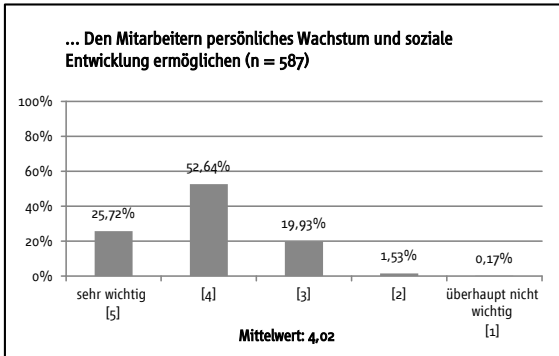
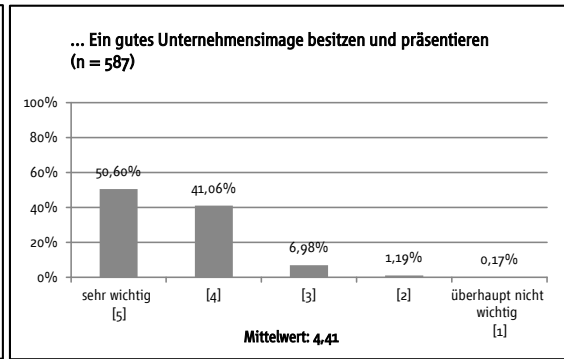
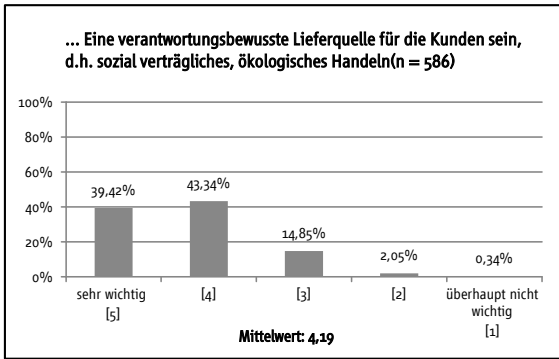


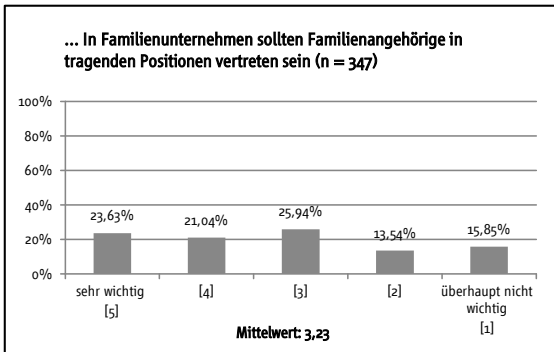
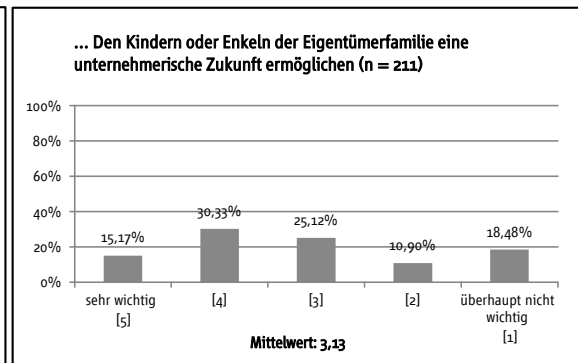
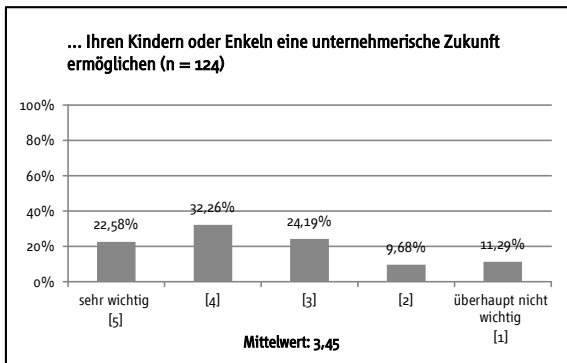




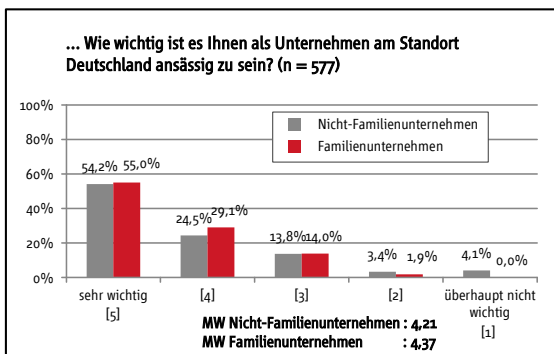
A14-A28 (b): Motivationen nach Gesamtstichprobe



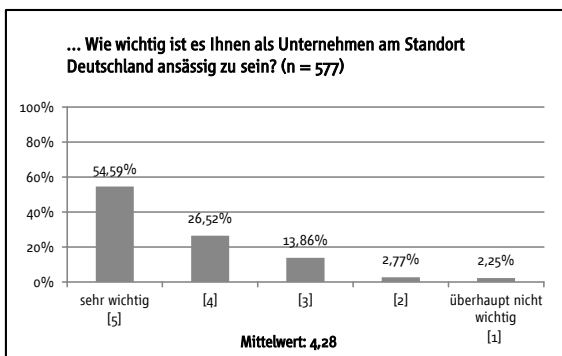




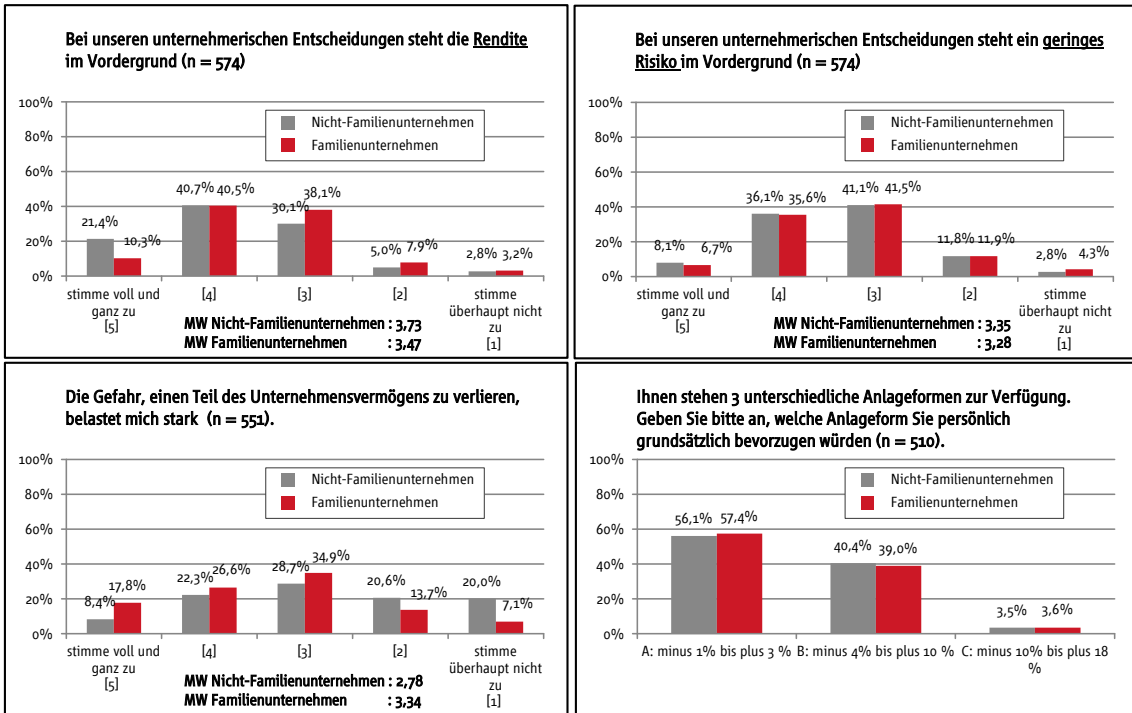
A29 (a): Standortrelevanz differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



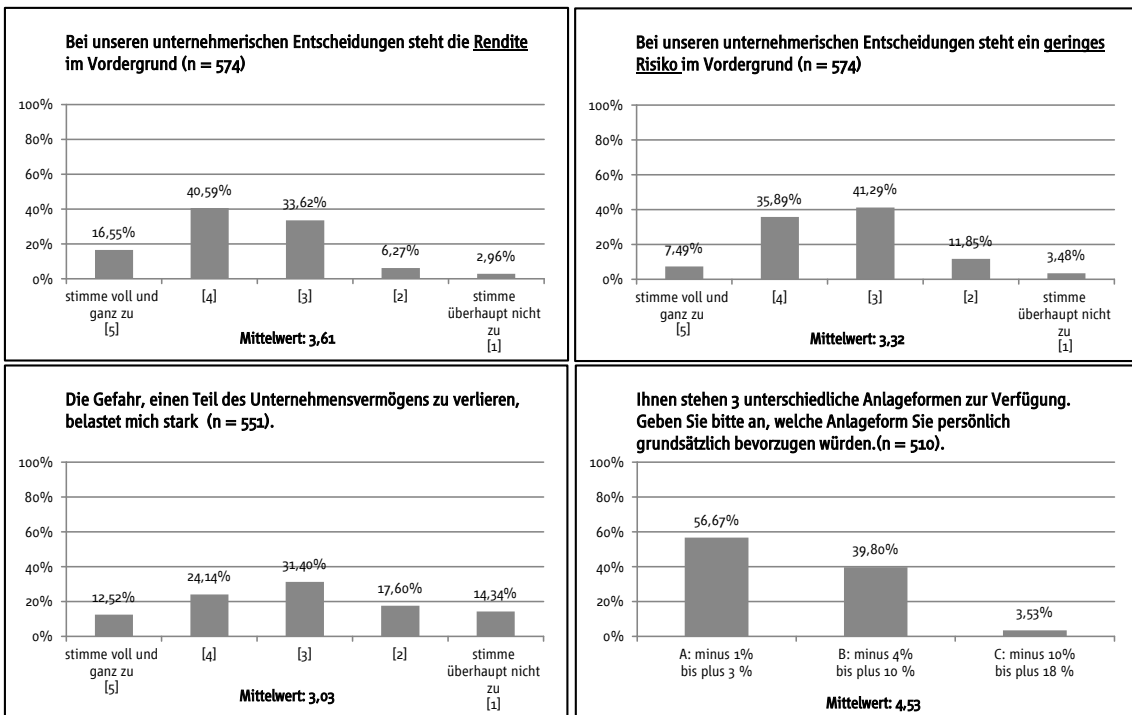
A29 (b): Standortrelevanz nach Gesamtstichprobe



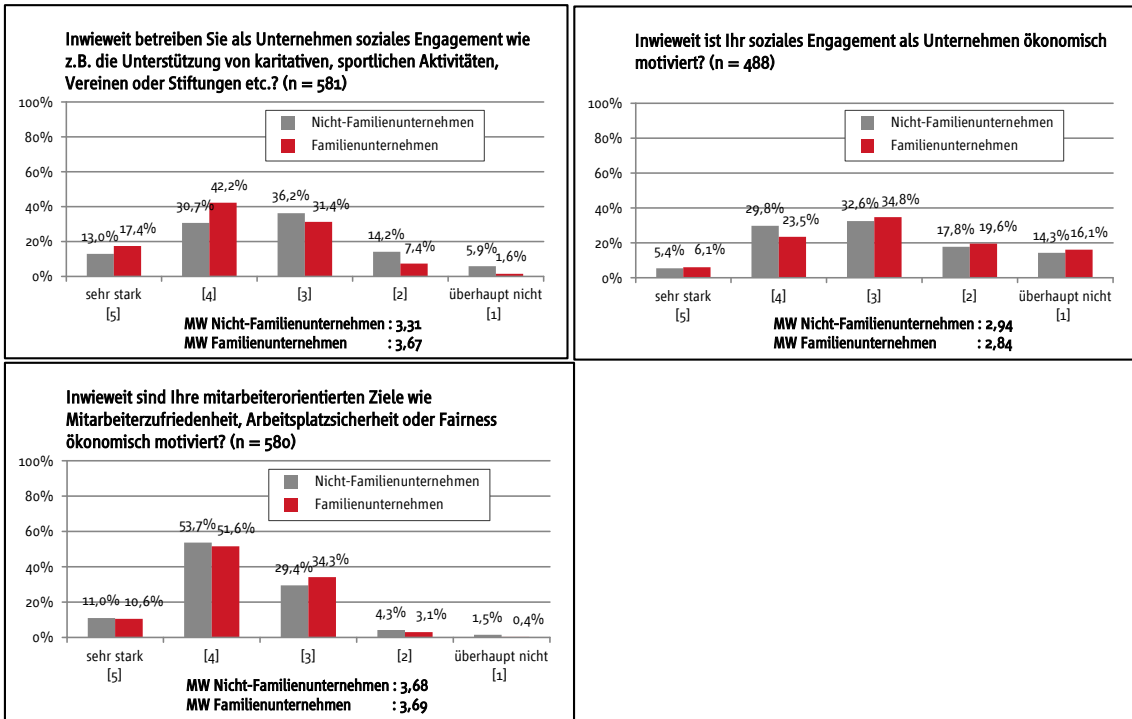
A30-A33 (a): Unternehmerisches Risiko differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



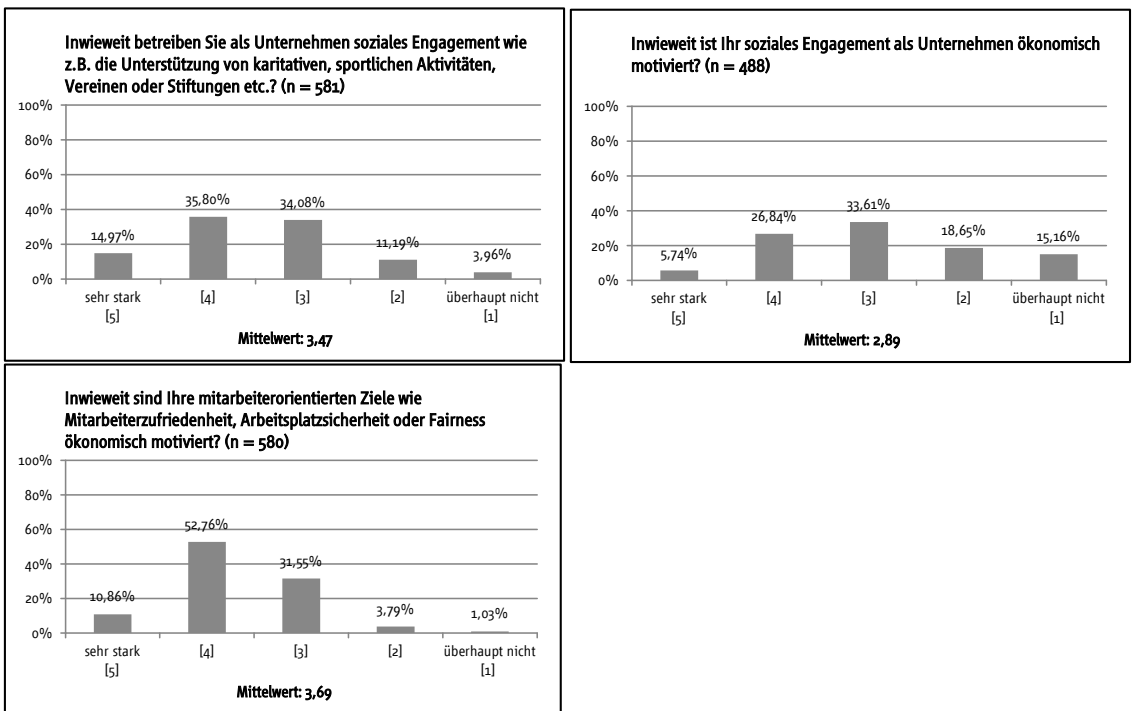
A30-A33 (b): Unternehmerisches Risiko nach Gesamtstichprobe



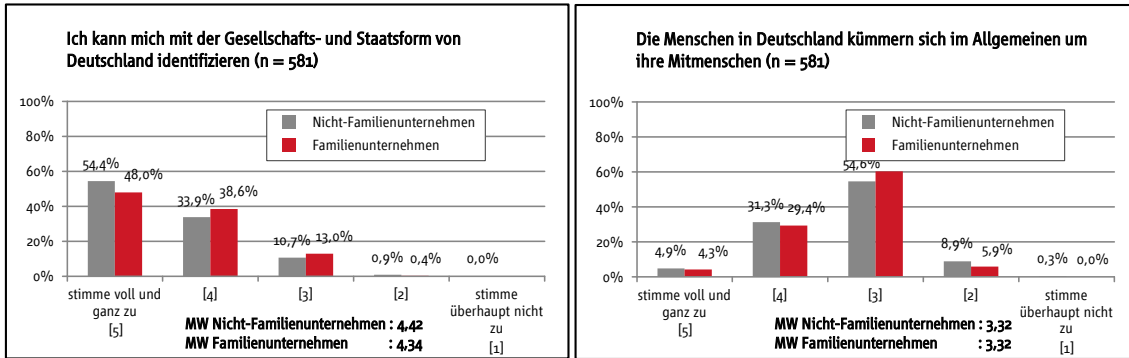
A34-A36 (a): Soziales Engagement differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



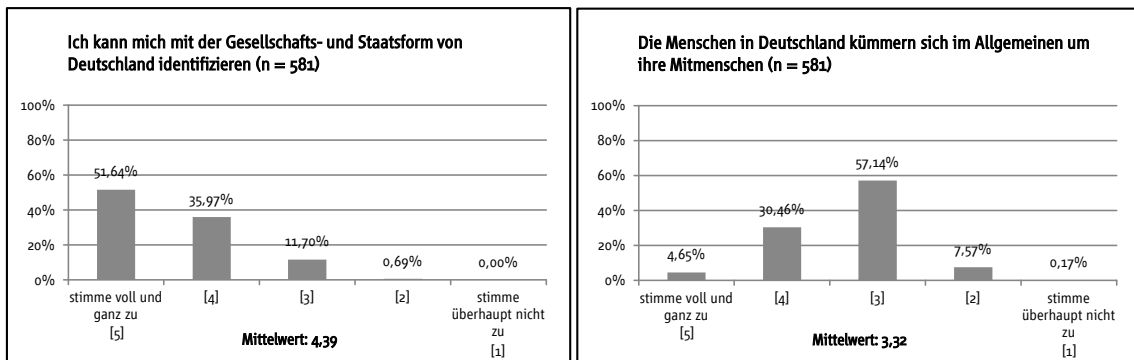
A34-A36 (b): Soziales Engagement nach Gesamtstichprobe



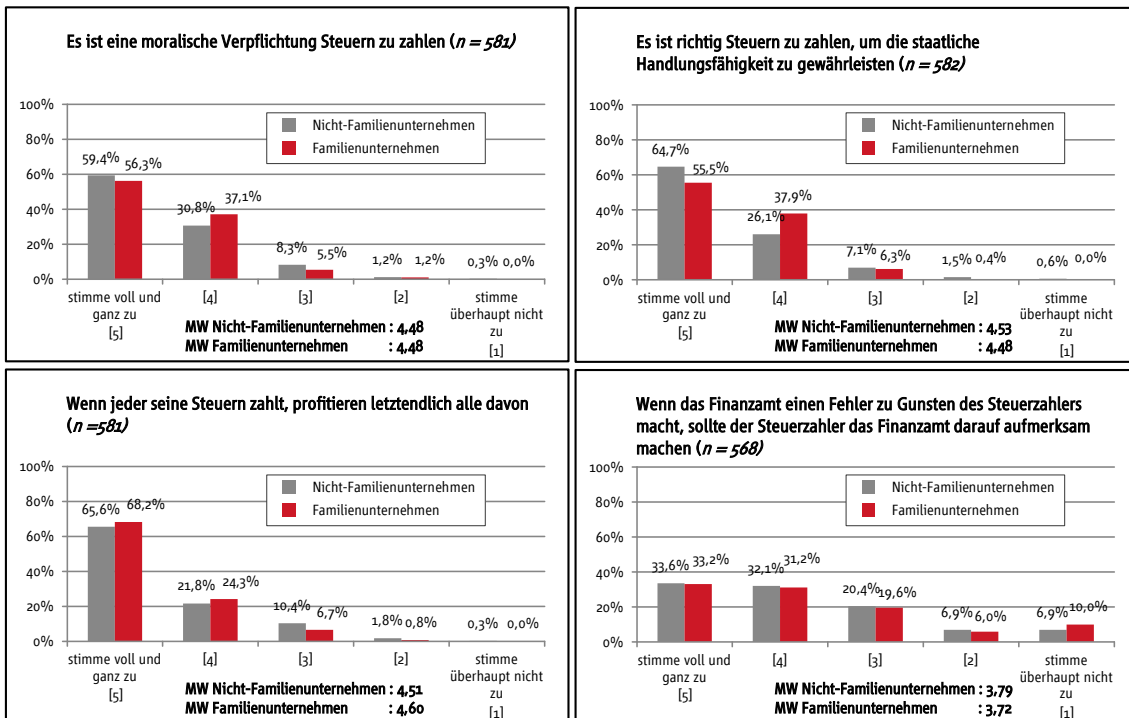
A37-A39 (a): Identifikation mit Gesellschafts- und Staatsform differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen

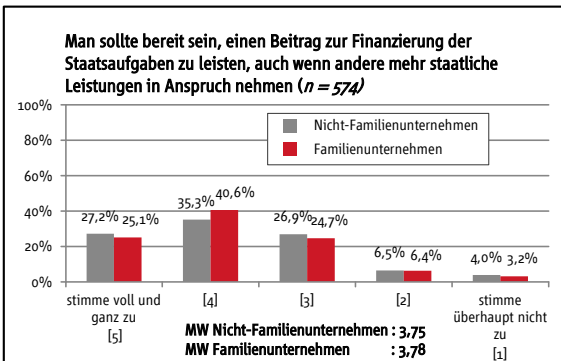
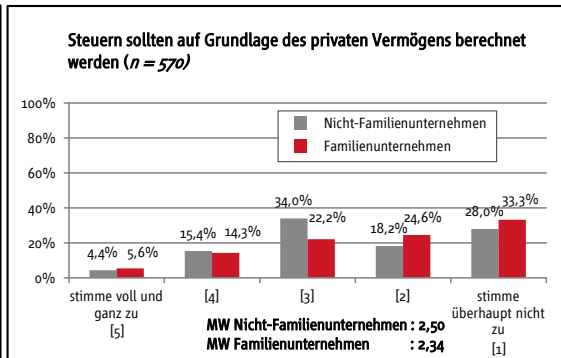
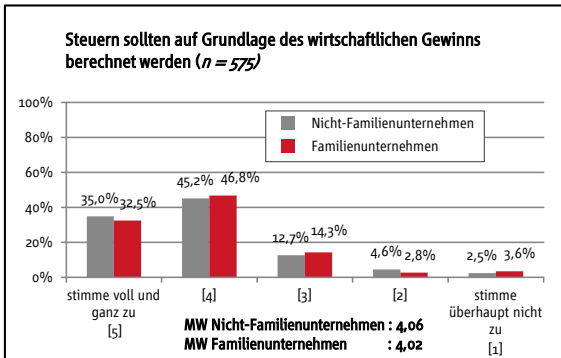
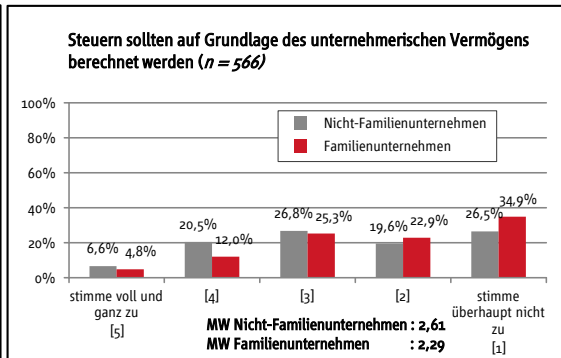
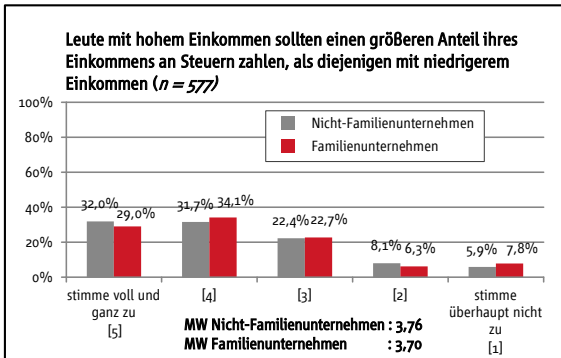
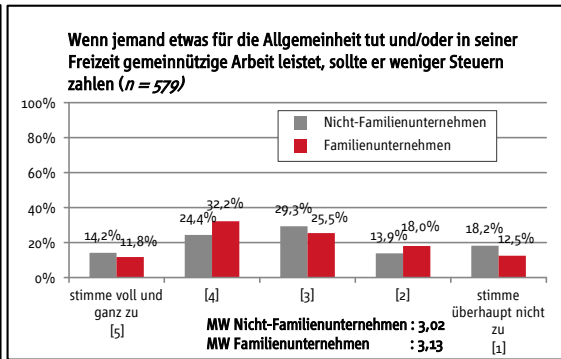
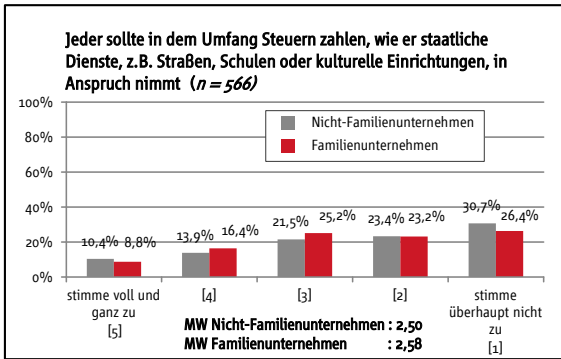


A37-A39 (b): Identifikation mit Gesellschafts- und Staatsform nach Gesamtstichprobe

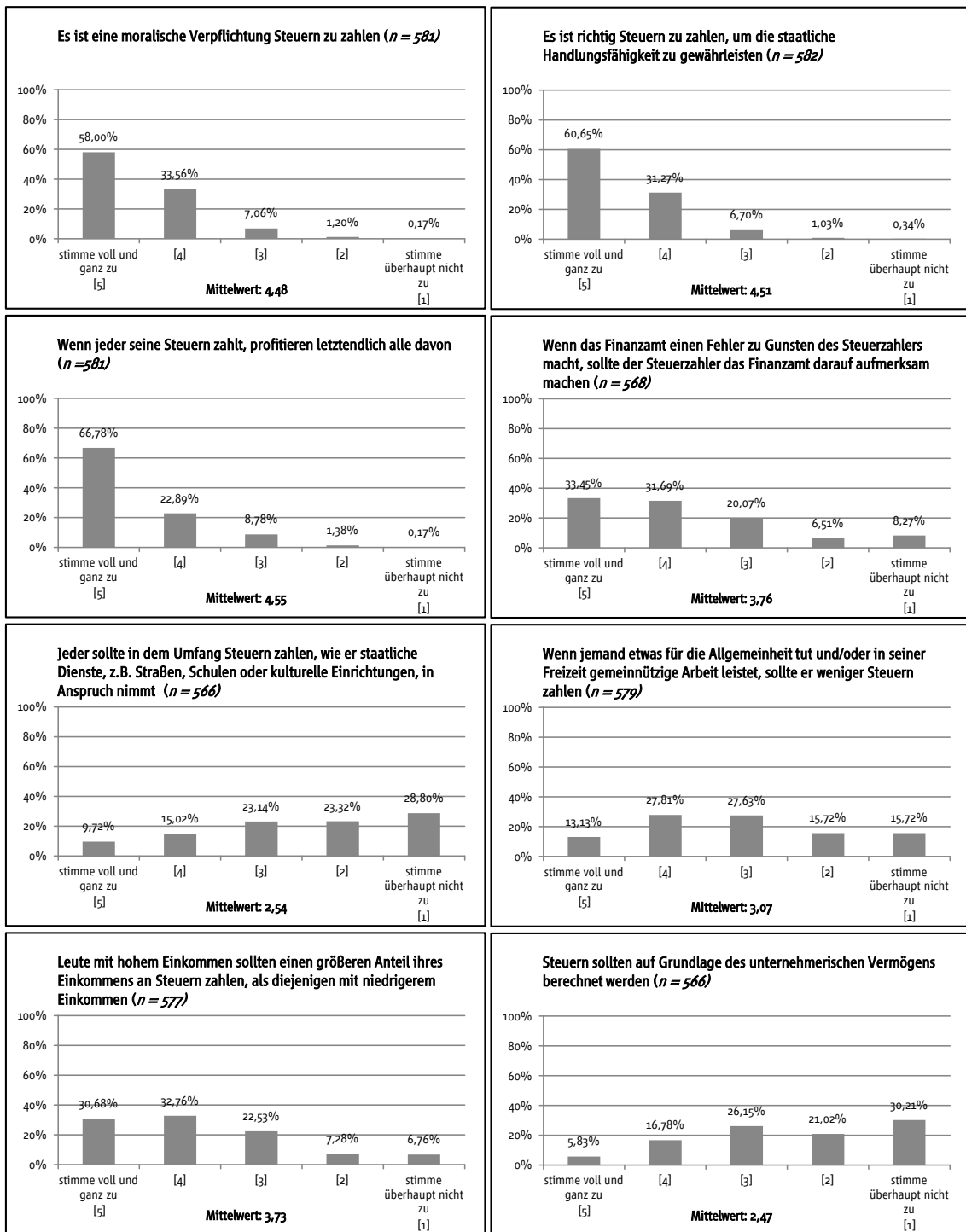


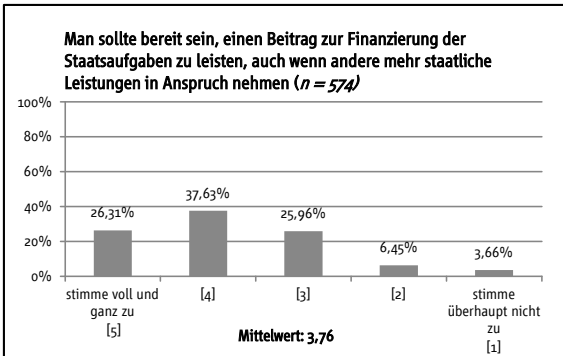
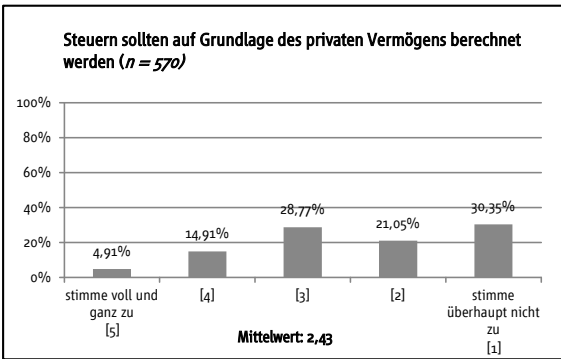
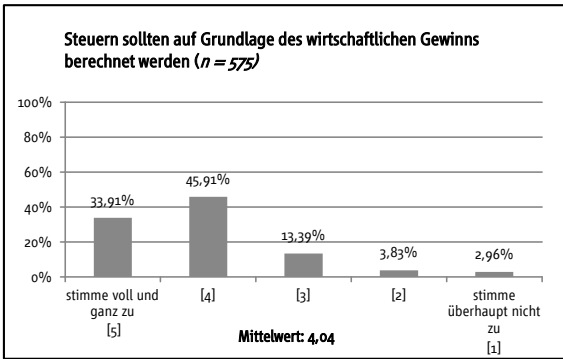
A40-A49 (a): Steuerprinzipien differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



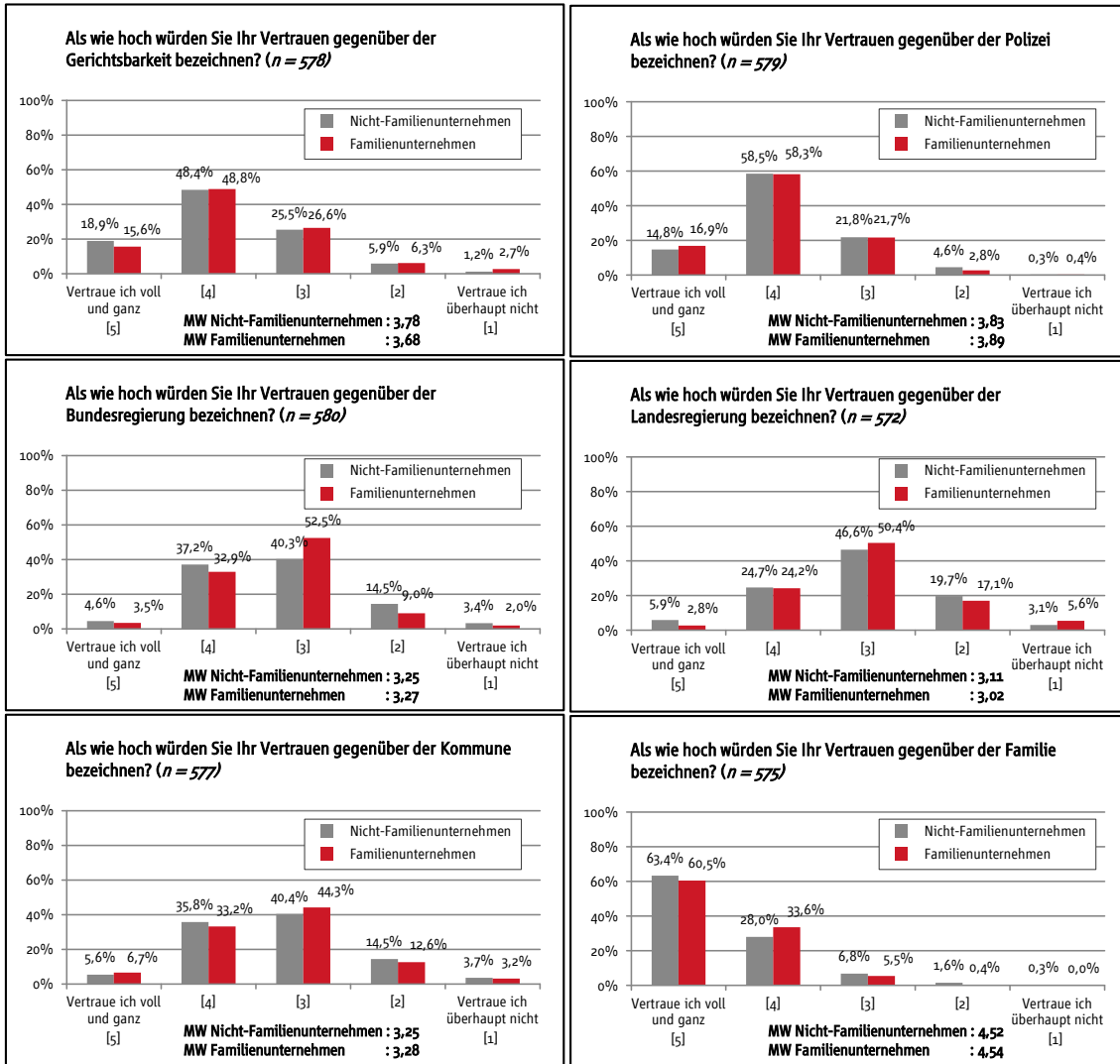


A40-A49 (b): Steuerprinzipien nach Gesamtstichprobe

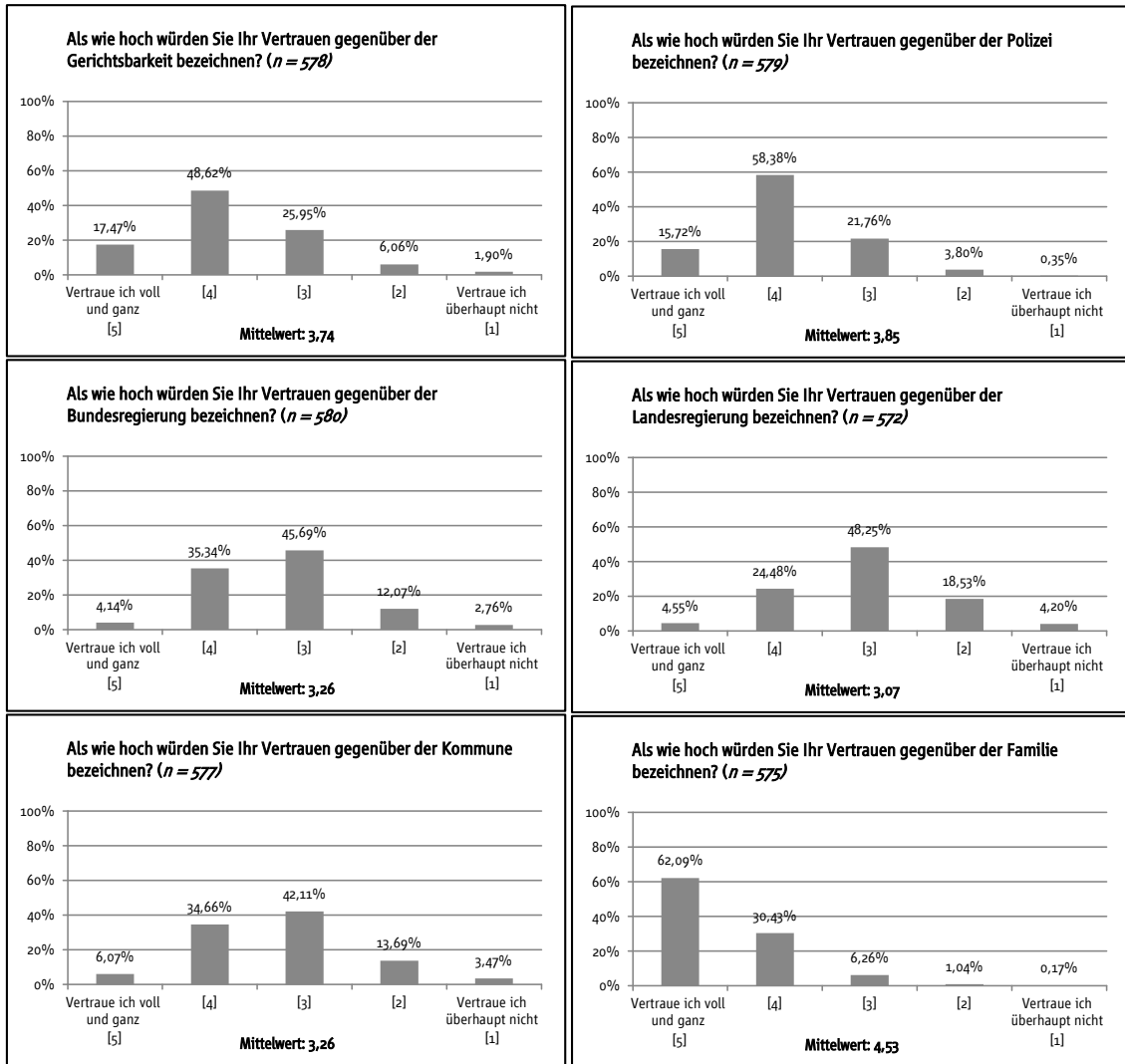




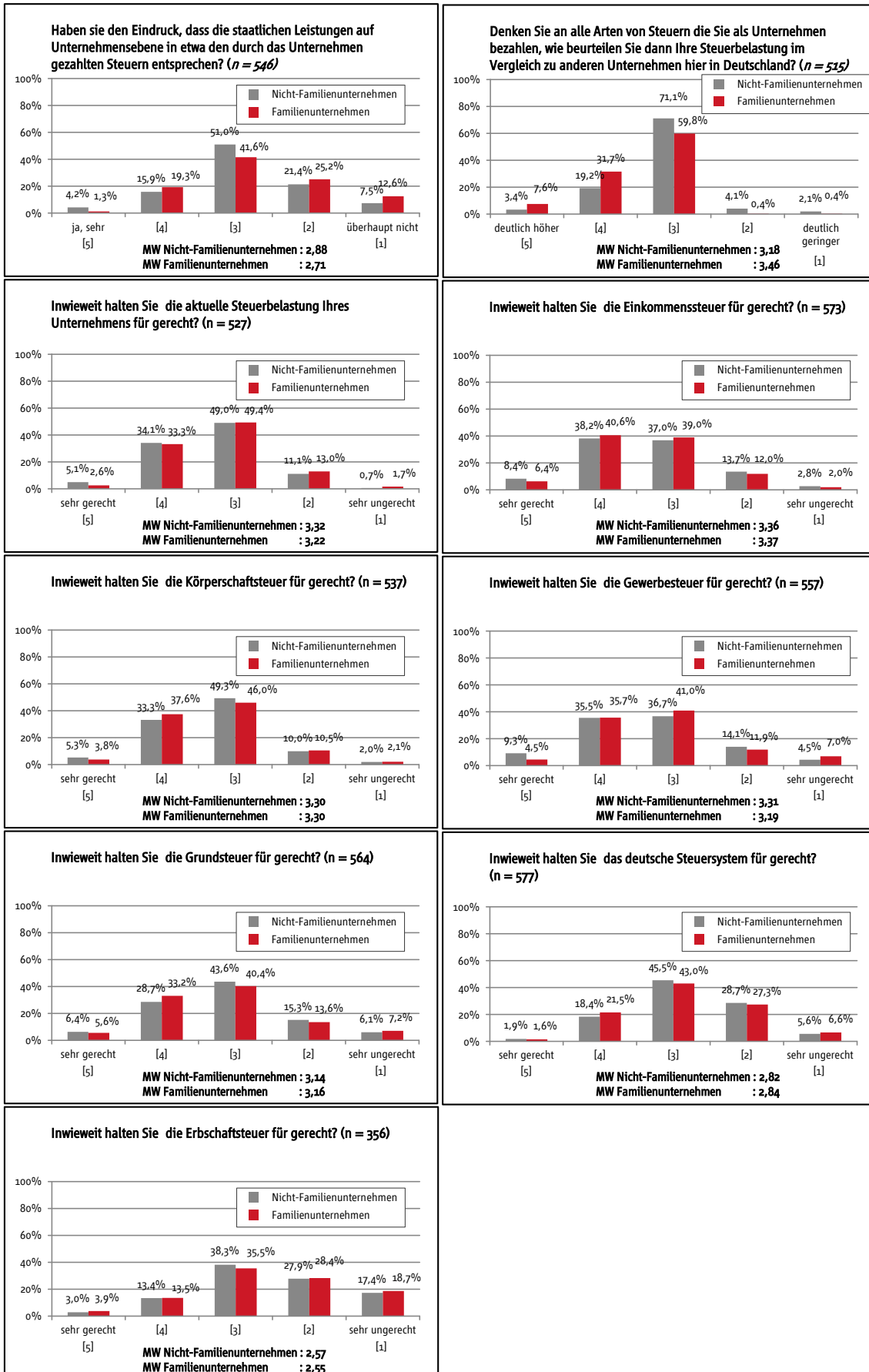
A50-A55 (a): Vertrauen in Staat und Gesellschaft differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



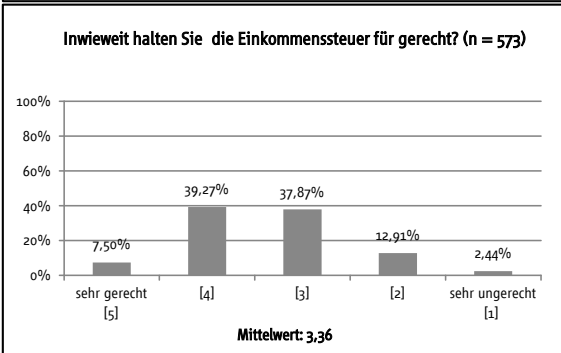
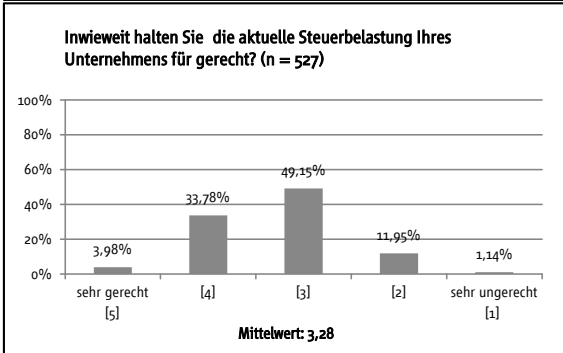
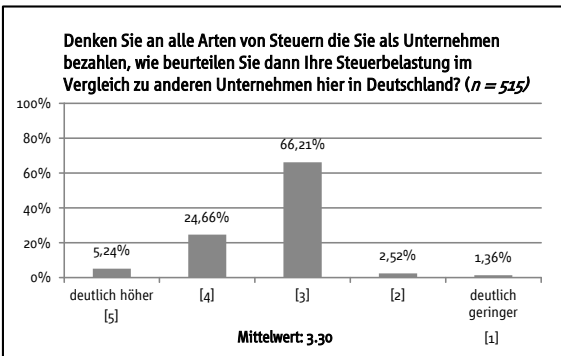
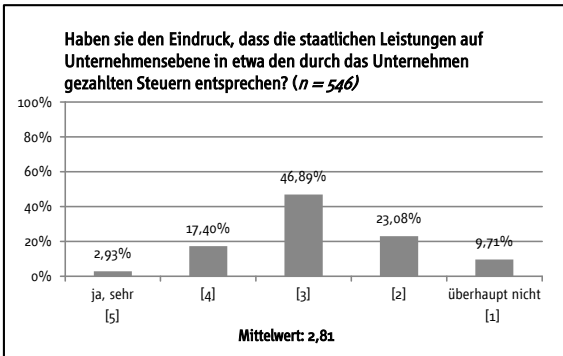
A50-A55 (b): Vertrauen in Staat und Gesellschaft nach Gesamtstichprobe

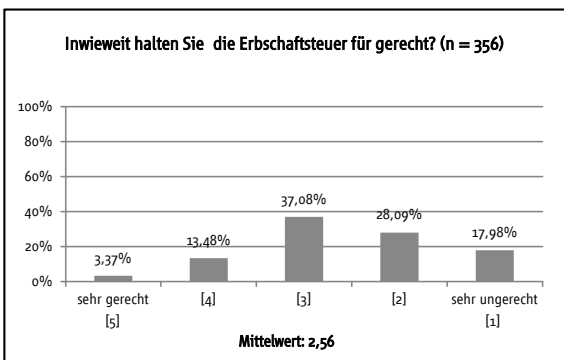
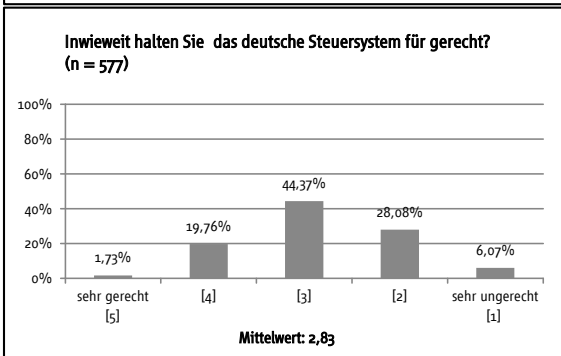
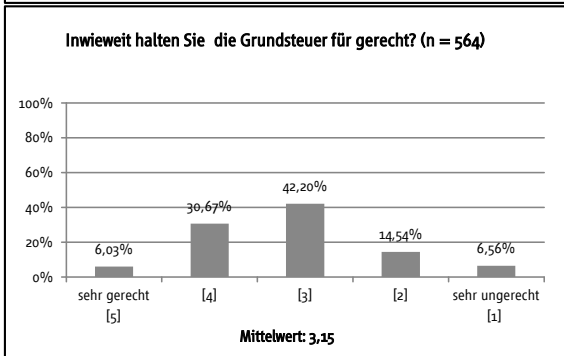
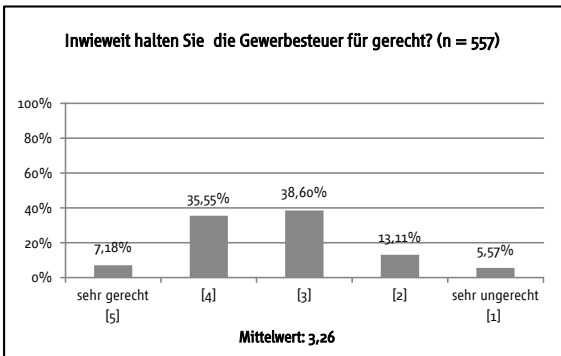
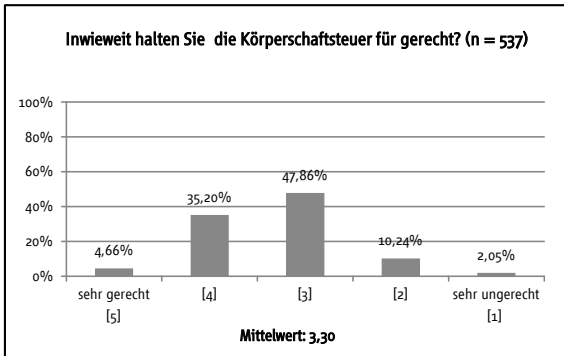


A56-A64 (a): Gerechtigkeitsbewertung differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen

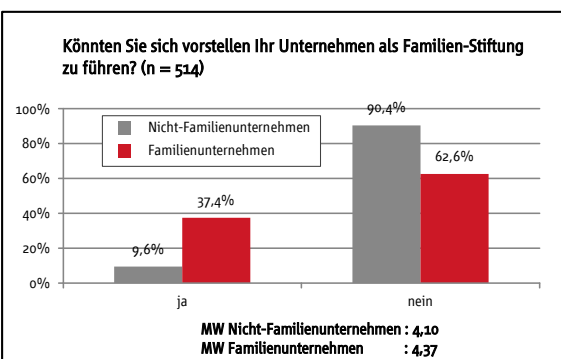
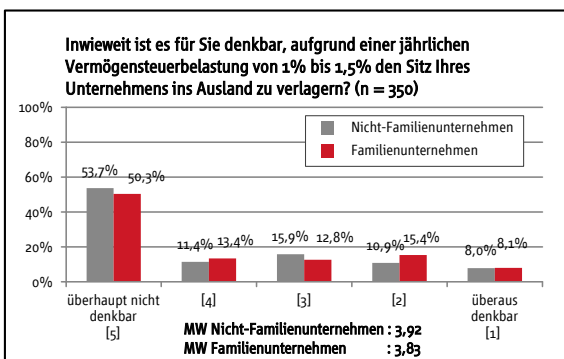


A56-A64 (b): Gerechtigkeitsbewertung nach Gesamtstichprobe

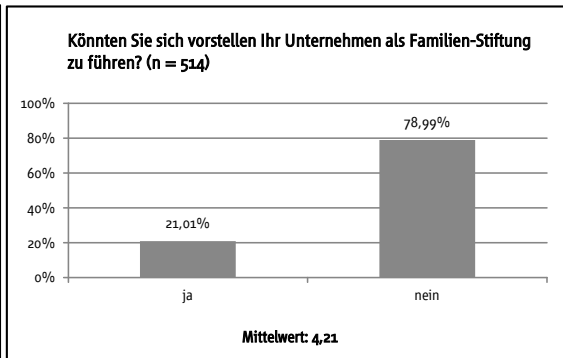
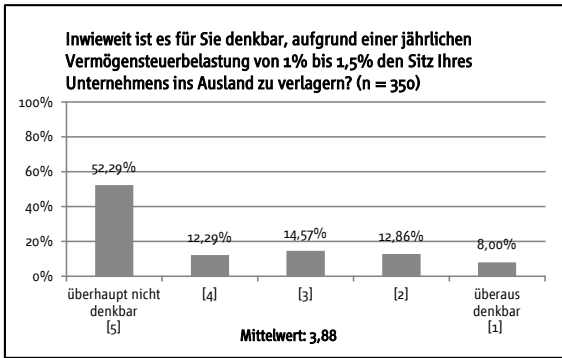




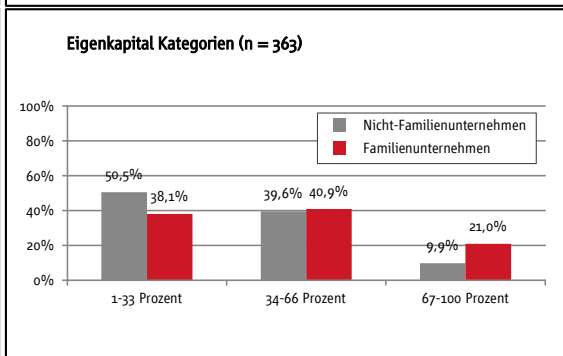
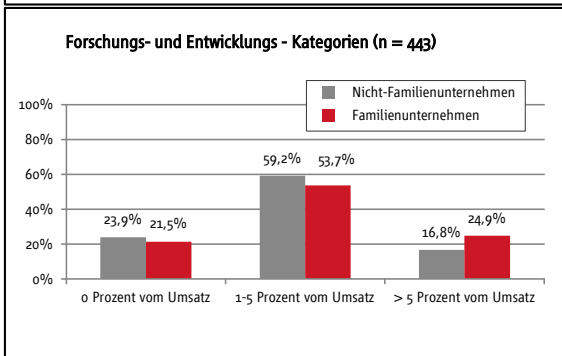
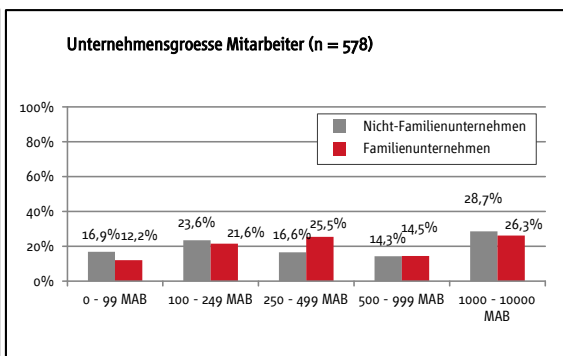
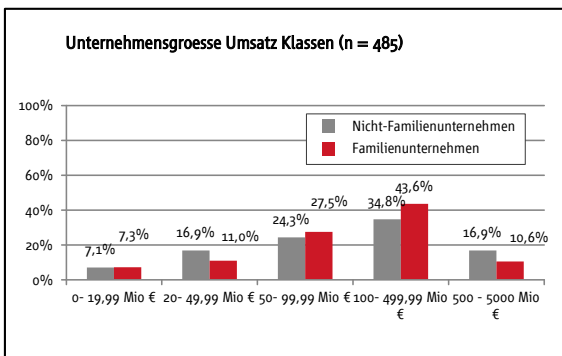
A65-A66 (a): Unternehmensverlagerung und Familienstiftung differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



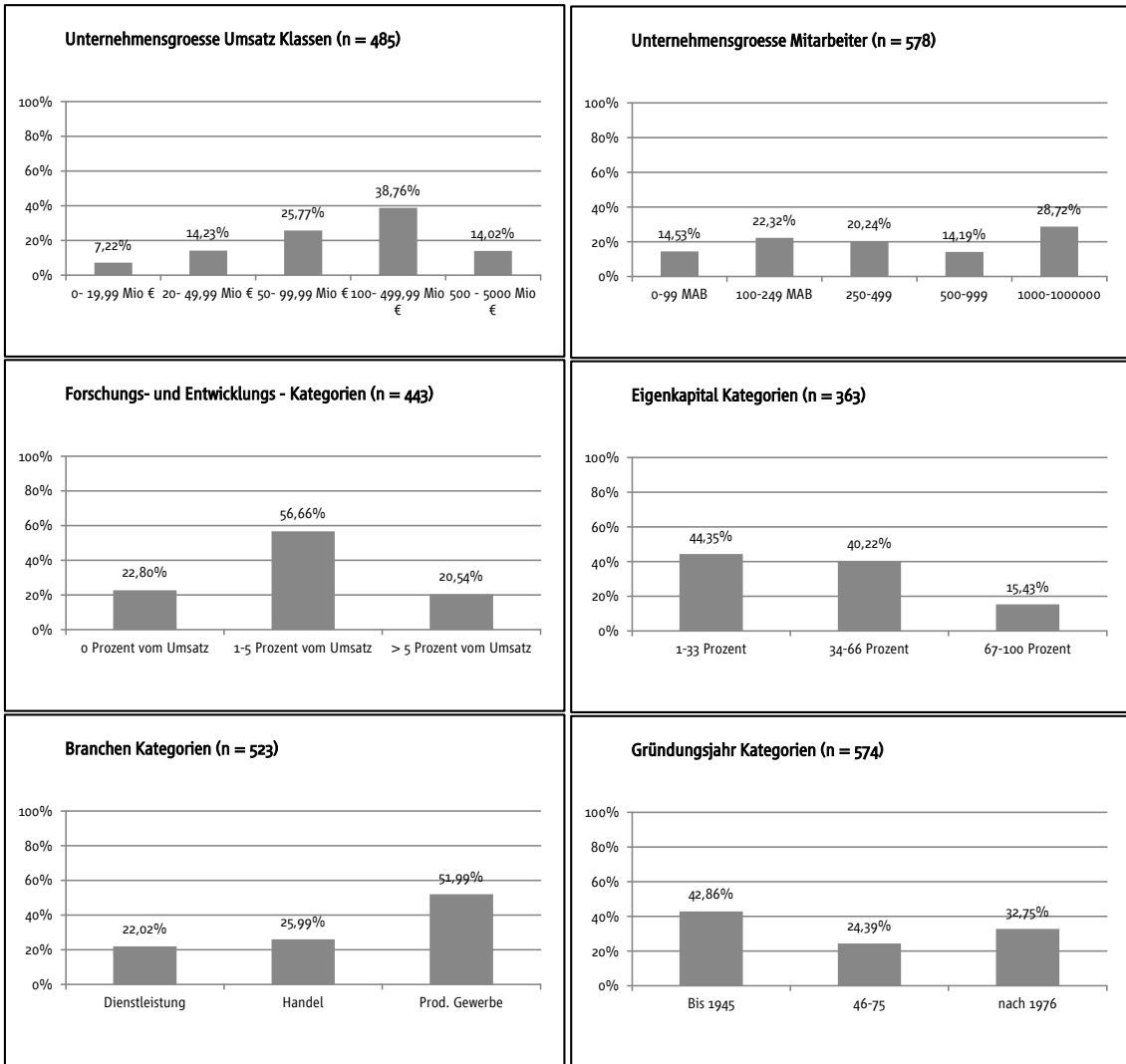
A65-A66 (b): Unternehmensverlagerung und Familienstiftung nach Gesamtstichprobe



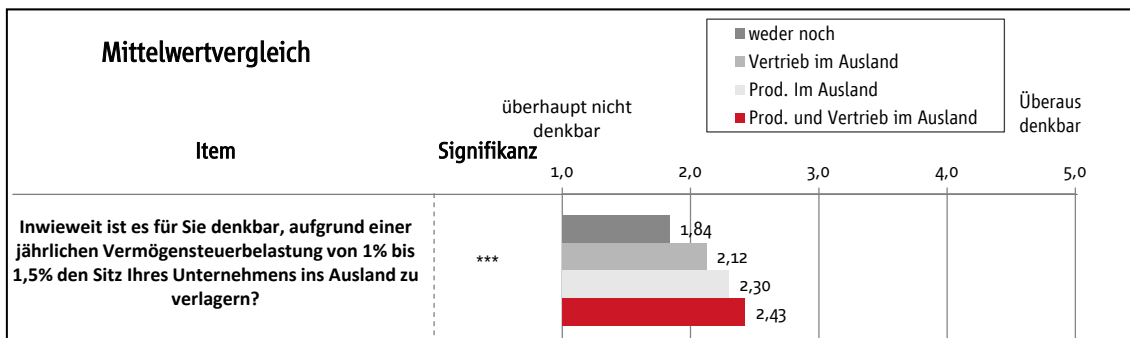
A67-A71 (a): Kategorien differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



A67-A71 (b): Kategorien nach Gesamtstichprobe



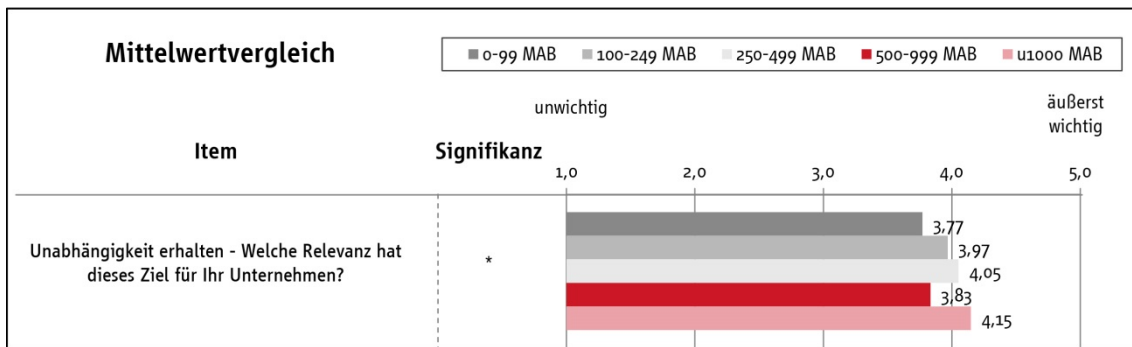
A72: Denkbarkeit einer Standortverlagerung nach Auslandsengagement differenziert nach Familien- und Nicht-Familienunternehmen



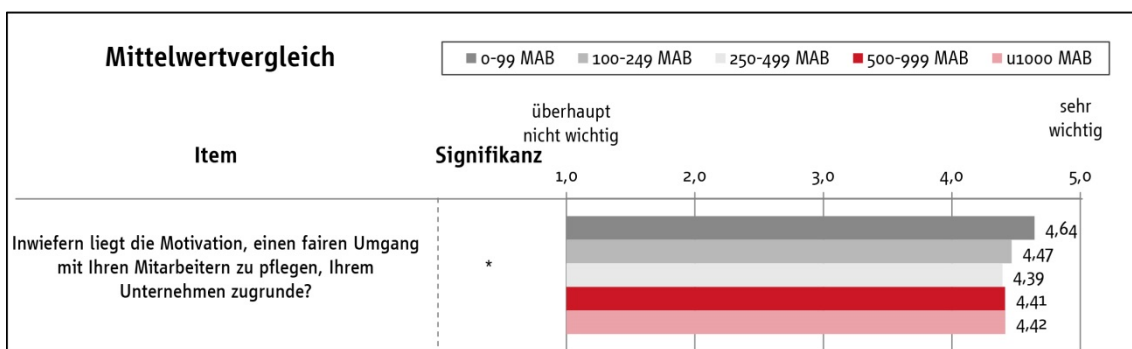
A73: Faktorenanalyse zu den Motivationen der Unternehmen

Fragen	Faktorladungen auf den jeweiligen Faktor			
	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Ich kann mich mit der Gesellschafts- und Staatsform von Deutschland identifizieren	0.28283	0.05813	0.17626	0.66991
Die Menschen in Deutschland kümmern sich im Allgemeinen um ihre Mitmenschen	0.18046	0.02005	-0.00677	0.65179
Es ist eine moralische Verpflichtung Steuern zu zahlen	0.63092	-0.12925	0.23216	0.23825
Es ist richtig Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten	0.69387	-0.08429	0.21118	0.30643
Wenn jeder seine Steuern zahlt, profitieren letztendlich alle davon	0.66989	-0.14481	0.14141	0.22635
Wenn das Finanzamt einen Fehler zu Gunsten des Steuerzahlers macht, sollte der Steuerzahler das Finanzamt darauf aufmerksam machen	0.56469	0.15809	-0.16201	-0.20212
Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt	-0.15564	0.65853	-0.11643	0.06467
Wenn jemand etwas für die Allgemeinheit tut und/oder in seiner Freizeit gemeinnützige Arbeit leistet, sollte er weniger Steuern zahlen. [z.B. Unterstützung karitativer, sportlicher Aktivitäten, Vereine oder Stiftungen]	-0.18629	0.66945	-0.01312	0.21852
Leute mit hohem Einkommen sollten einen größeren Anteil ihres Einkommens an Steuern zahlen, als diejenigen mit niedrigerem Einkommen	0.27365	0.14900	0.65128	-0.26207
Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden.	0.20198	0.66971	-0.04028	-0.36039
Steuern sollten auf Grundlage des wirtschaftlichen Gewinns berechnet werden.	-0.09279	-0.10189	0.69998	0.17554
Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden.	0.21402	0.51139	0.22772	-0.45810
Man sollte bereit sein, einen Beitrag zur Finanzierung der Staatsaufgaben zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nehmen	0.16843	-0.08152	0.68941	0.07808
Eigenwert des Faktors	2.0170920	1.7046478	1.6324740	1.6136274
Cronbach Alpha der maßgebenden Variablen	0.550186	0.549666	0.505402	0.512919

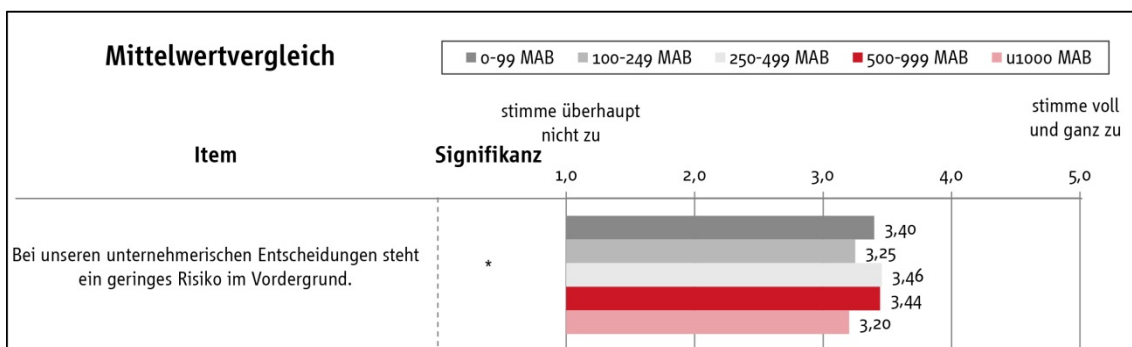
A74: Wichtigkeit von Unabhängigkeit nach Mitarbeiterkategorien



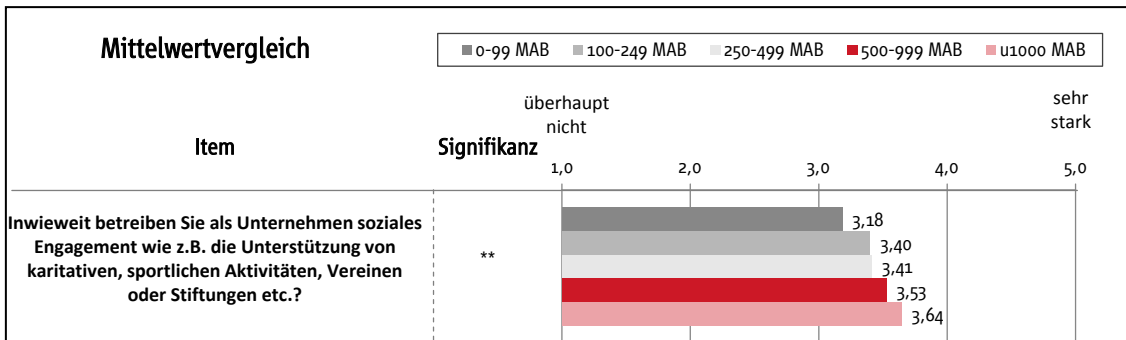
A75: Fairer Umgang mit Mitarbeitern als Motivation nach Mitarbeiterkategorien



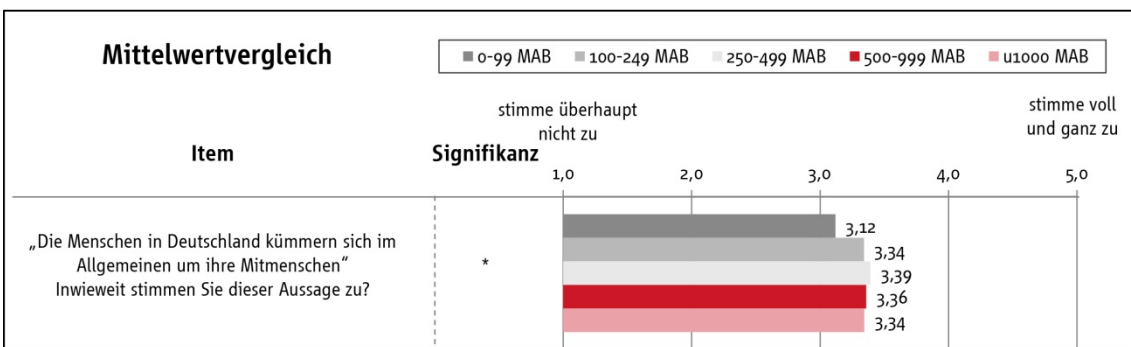
A76: Risikoverhalten bei Entscheidungen nach Mitarbeiterkategorien



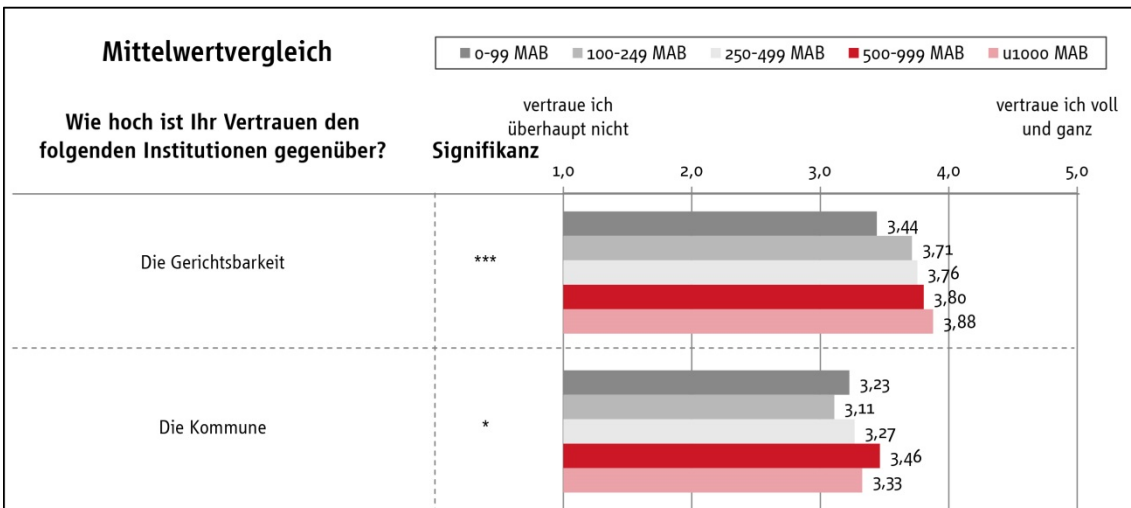
A77: Soziales Engagement von Familienunternehmen nach Mitarbeiterkategorien



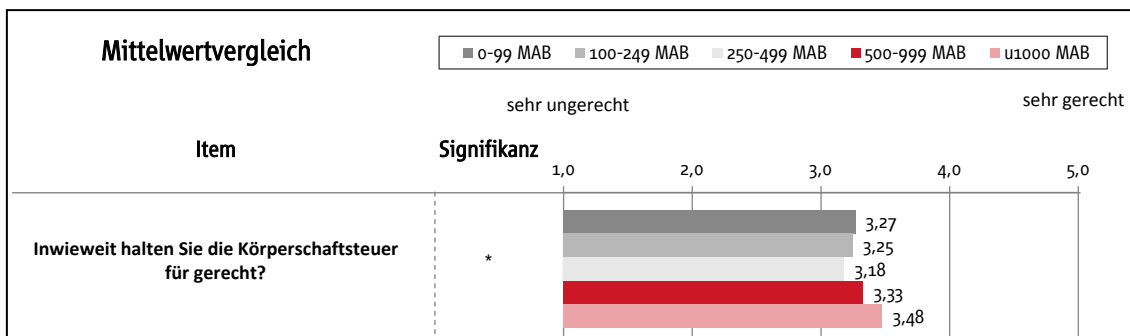
A78: Identifikation mit der Gesellschaft nach Mitarbeiterkategorien



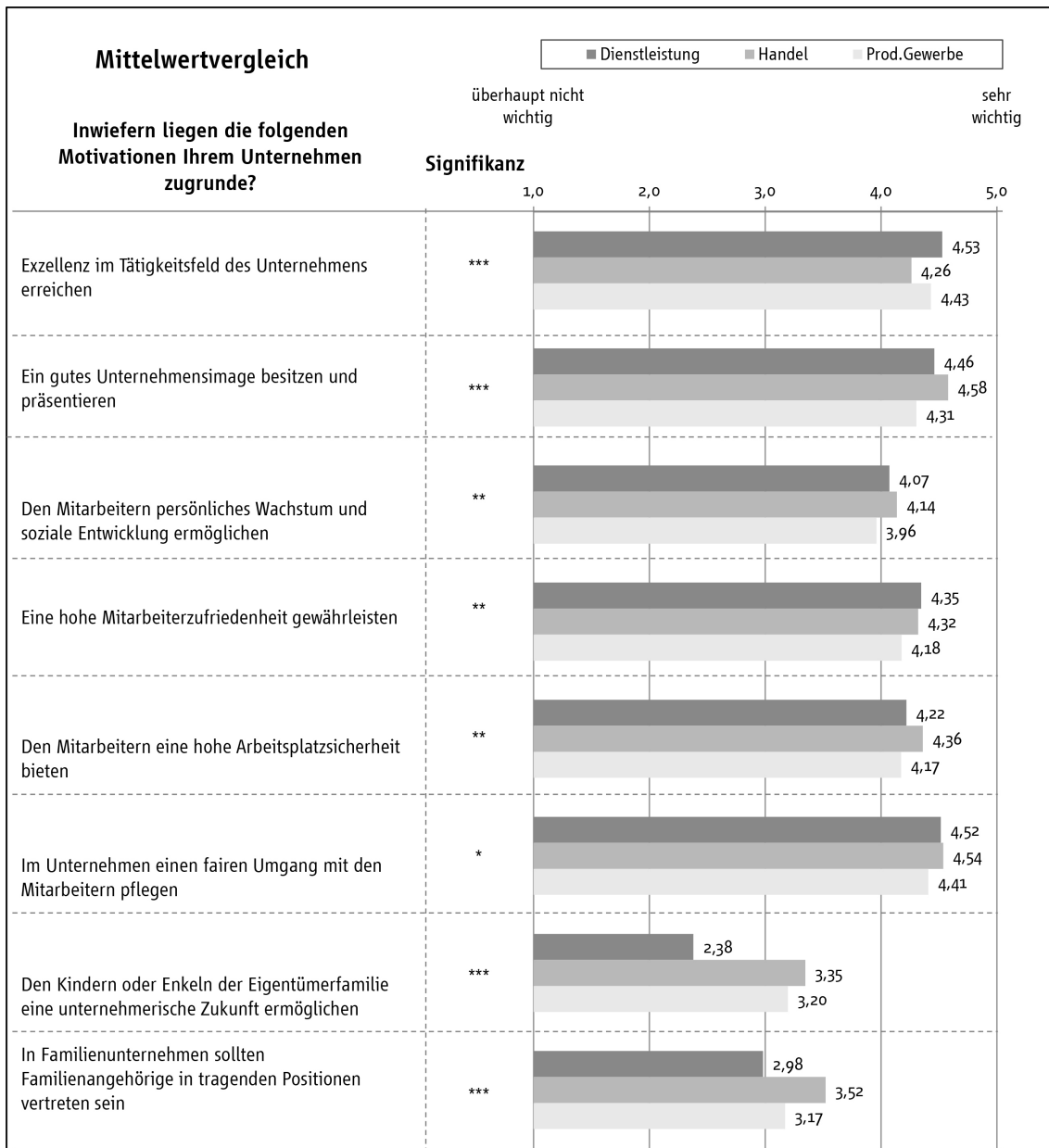
A79: Institutionelles Vertrauen nach Mitarbeiterkategorien



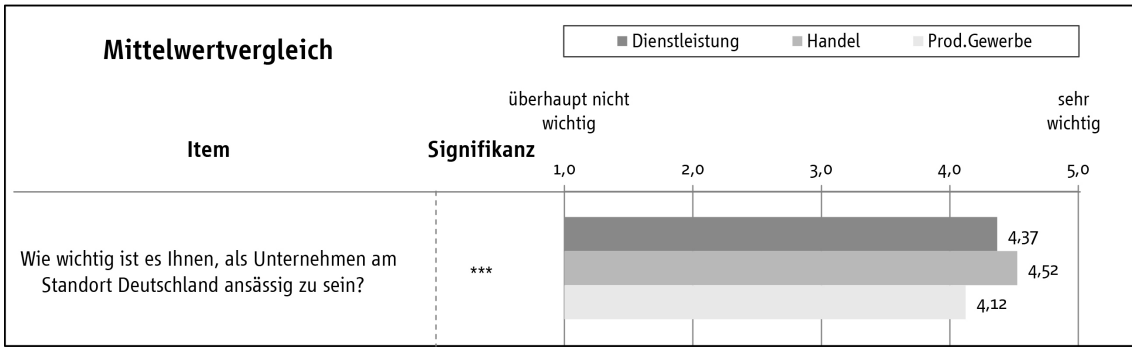
A8o: Bewertung der Körperschaftsteuer durch Unternehmen in Mitarbeiterkategorien



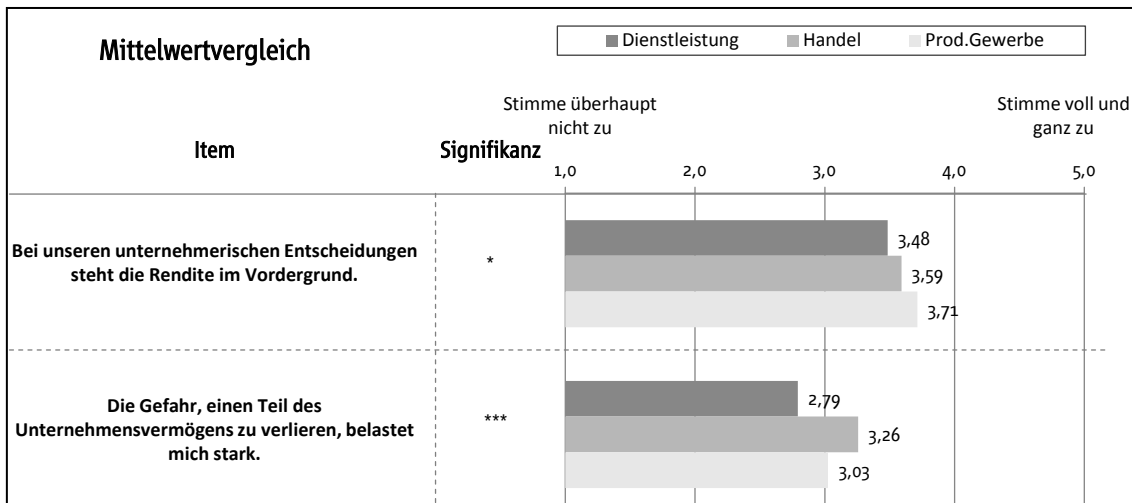
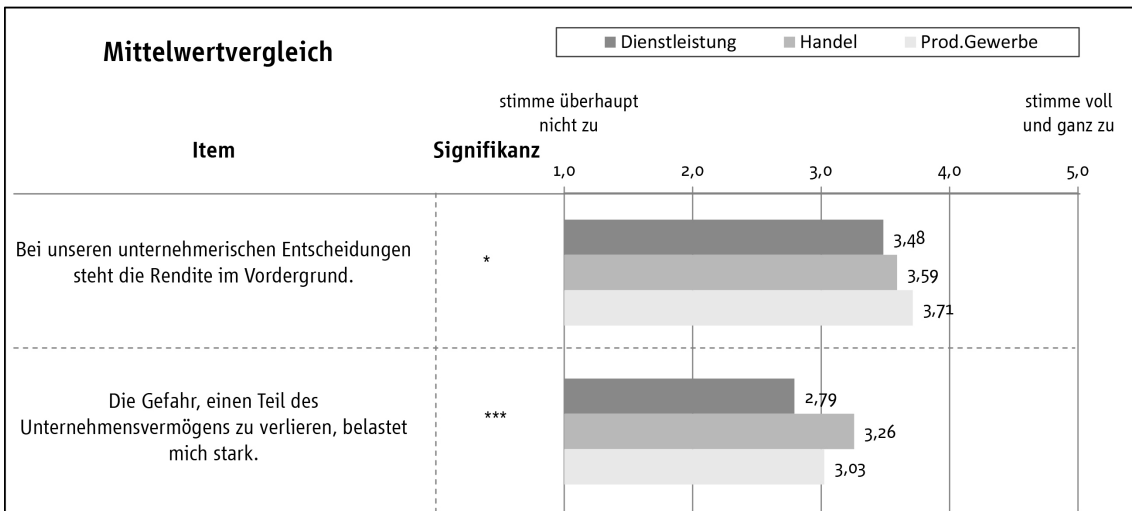
A81: Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Wirtschaftszweig



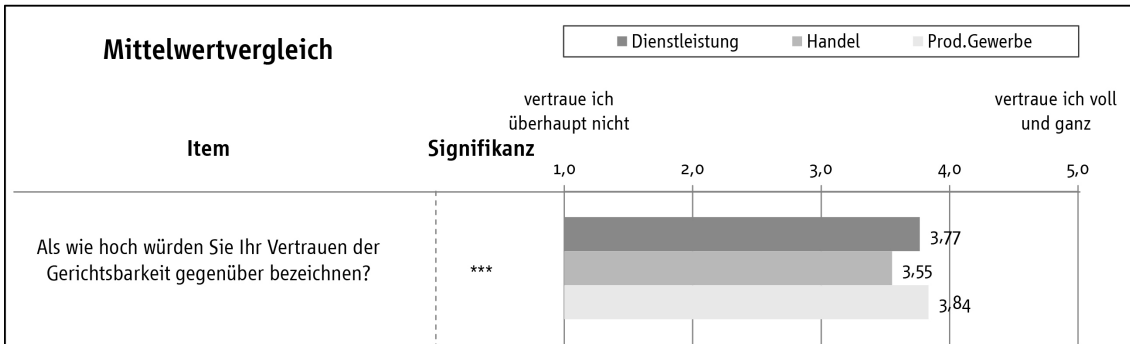
A82: Wichtigkeit des Standortes Deutschland nach Wirtschaftszweig



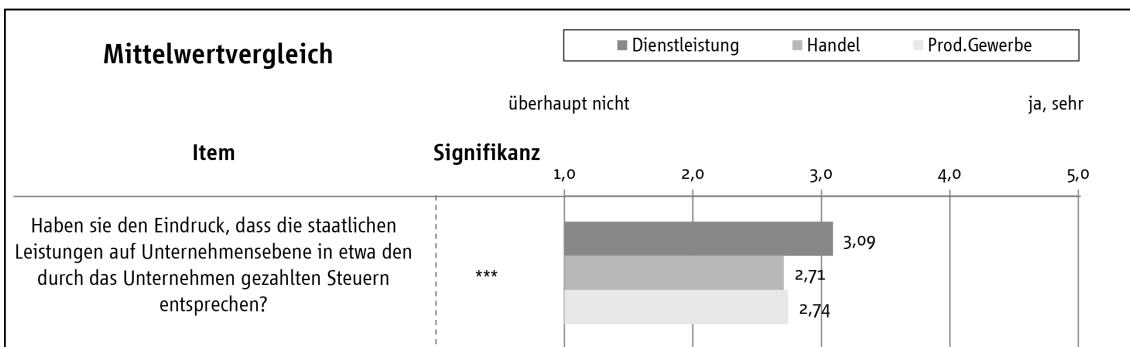
A83: Rendite und Unternehmensverluste nach Wirtschaftszweig



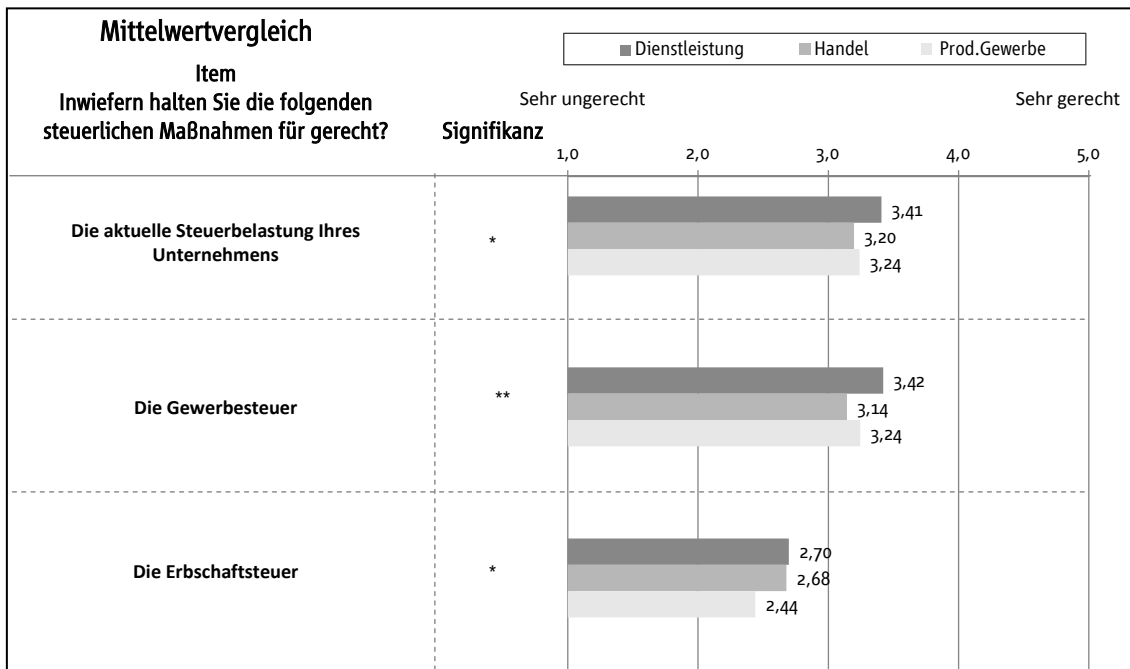
A84: Vertrauen in die Gerichtsbarkeit nach Wirtschaftszweig



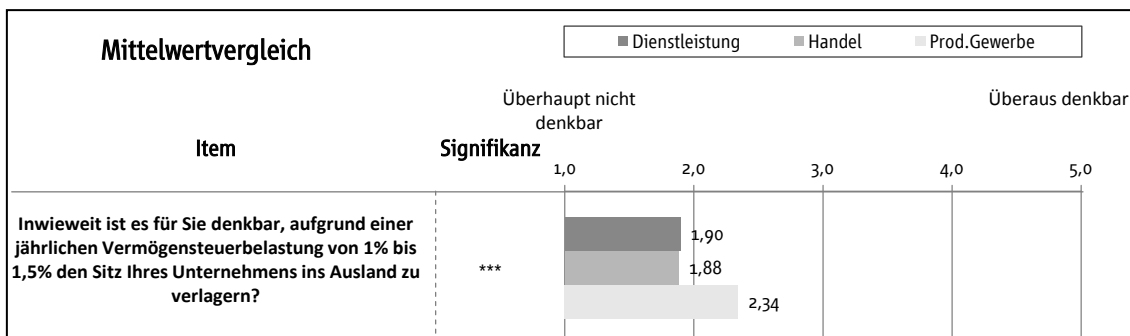
A85: Vergleich von Steuerlast und staatlichen Leistungen nach Wirtschaftszweig



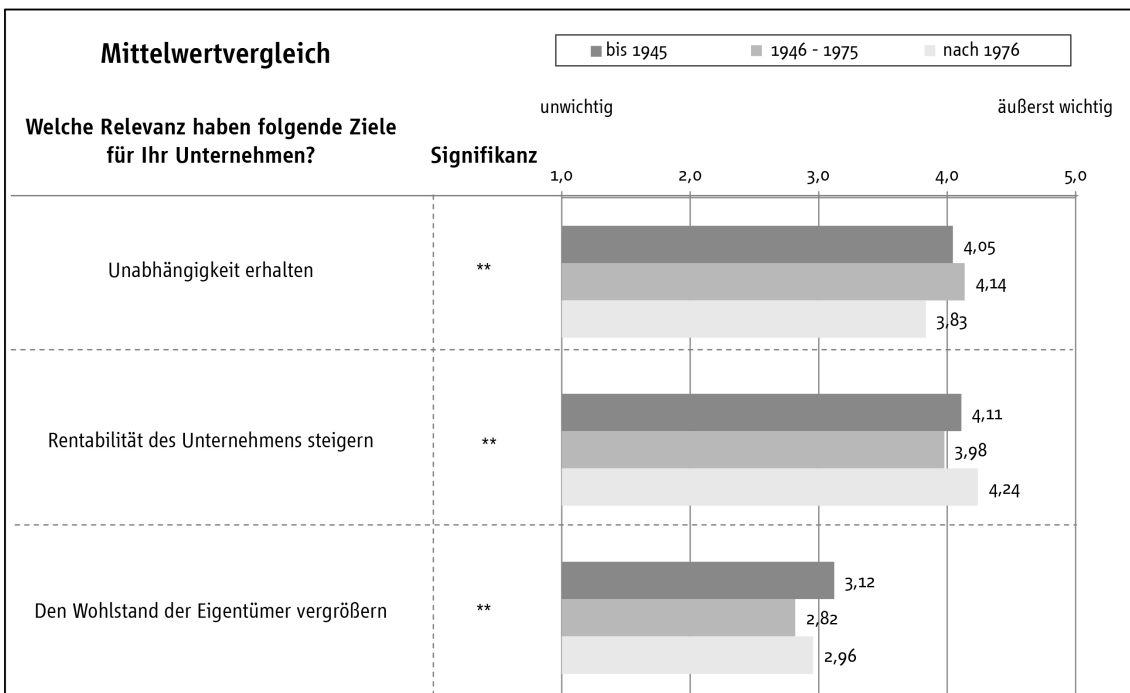
A86: Gerechtigkeit von Steuermaßnahmen nach Wirtschaftszweig



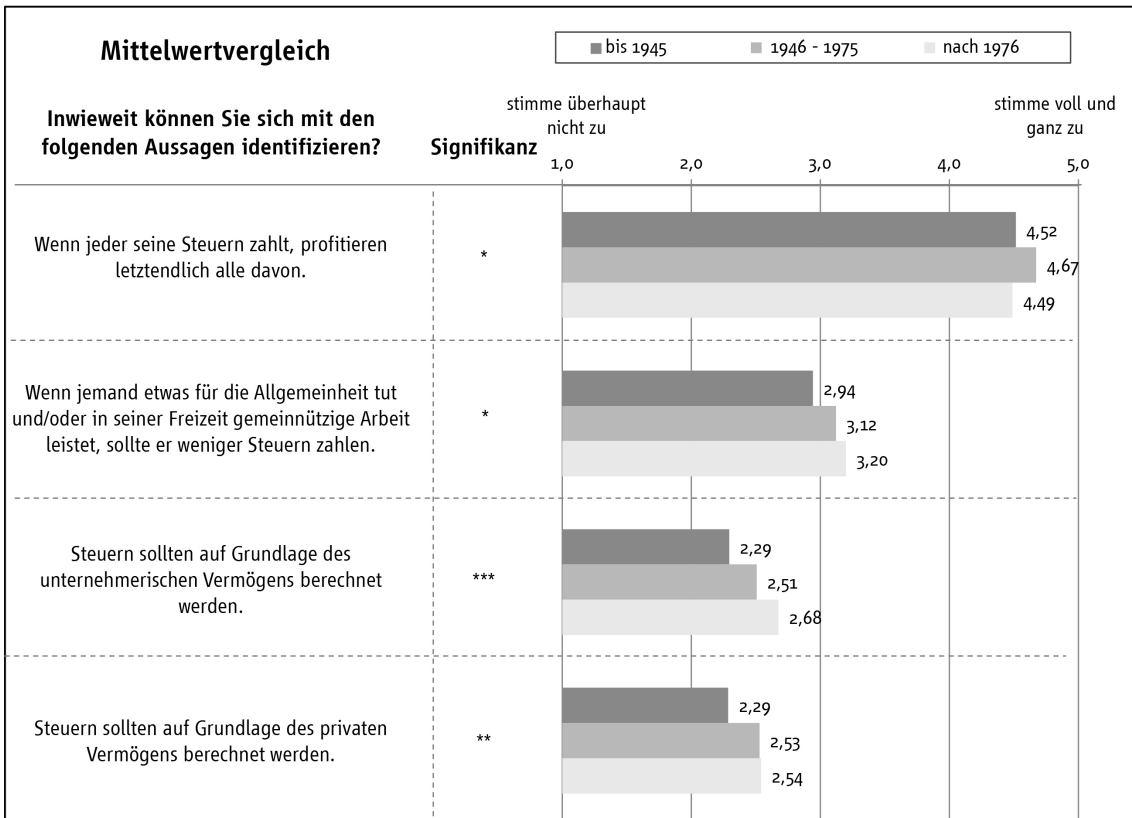
A87: Verlagerung des Unternehmenssitzes ins Ausland nach Wirtschaftszweig



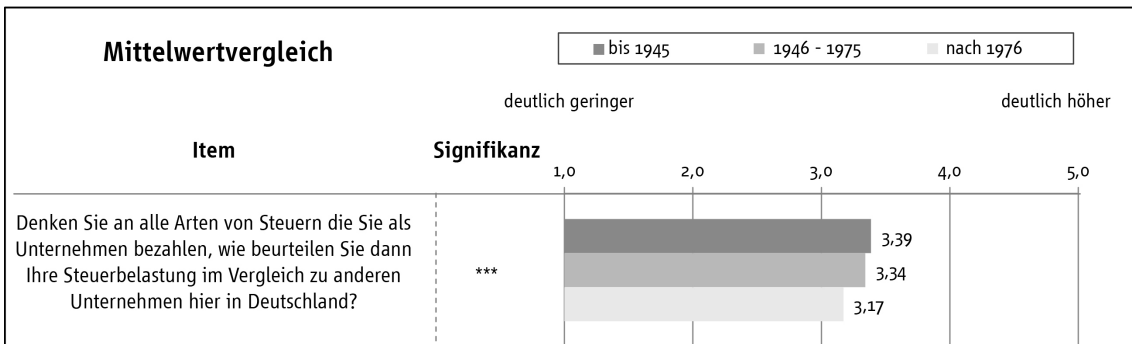
A88: Wichtigkeit von Unternehmenszielen nach Gründungsjahr



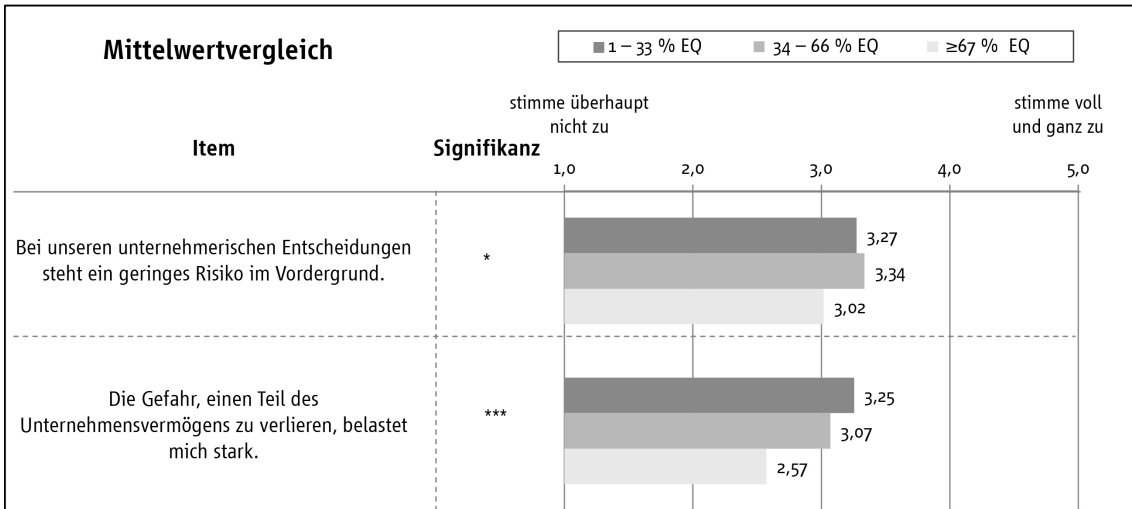
A89: Meinungen zu Steuern und Steuergrundlage nach Gründungsjahr



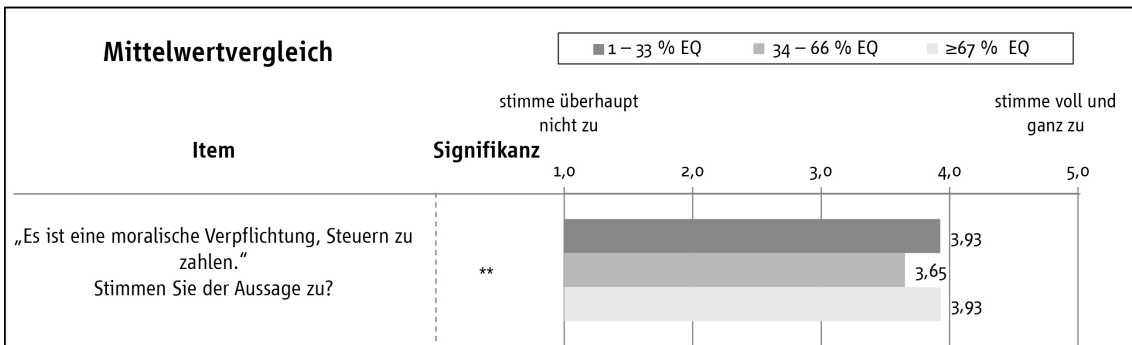
A90: Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach Gründungsjahr



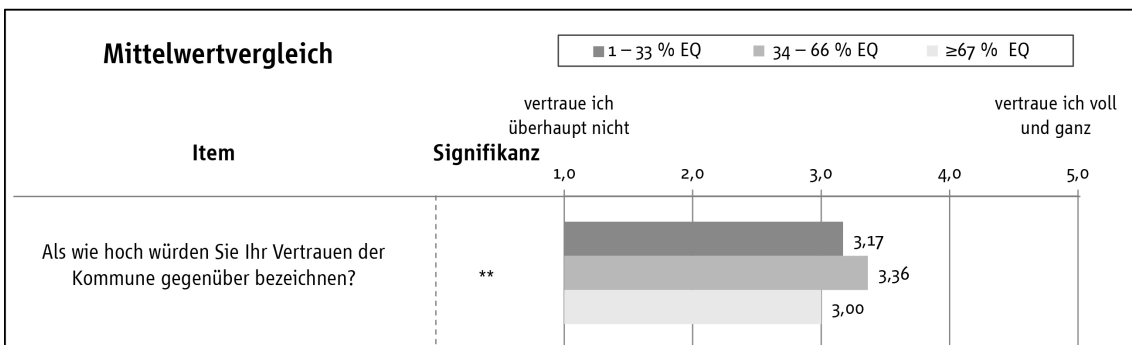
A94: Risiko und Unternehmensverlust nach Eigenkapitalquote



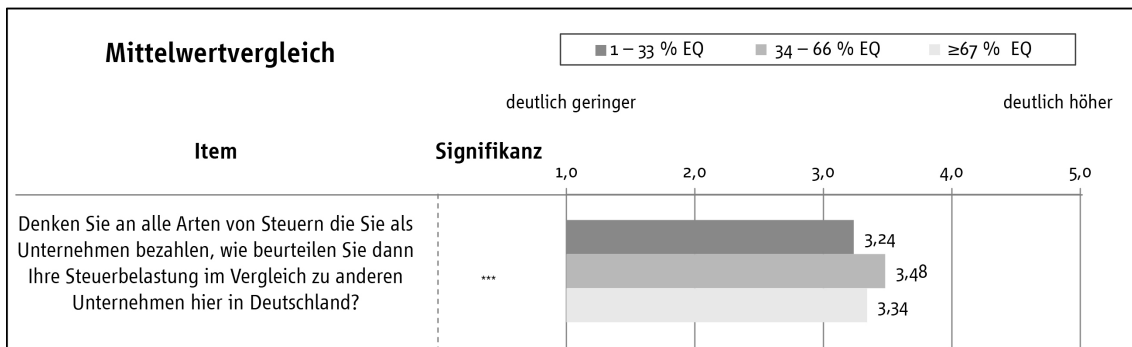
A95: Steuern als moralische Verpflichtung nach Eigenkapitalquote



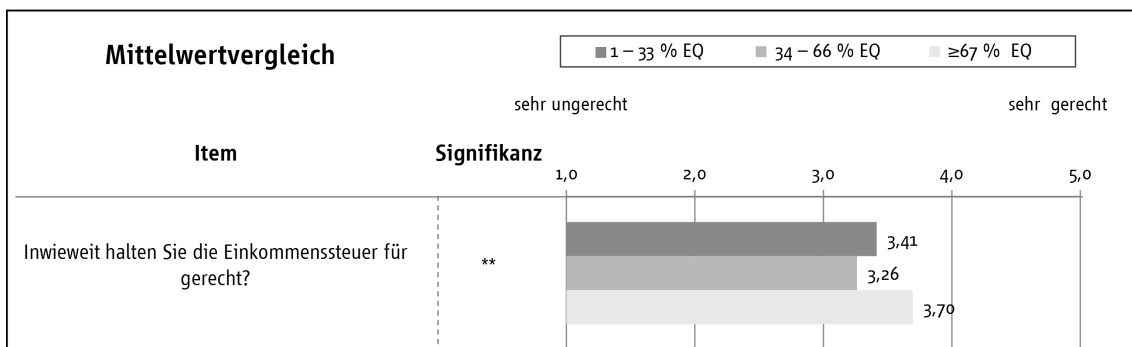
A96: Vertrauen der Kommune gegenüber nach Eigenkapitalquote



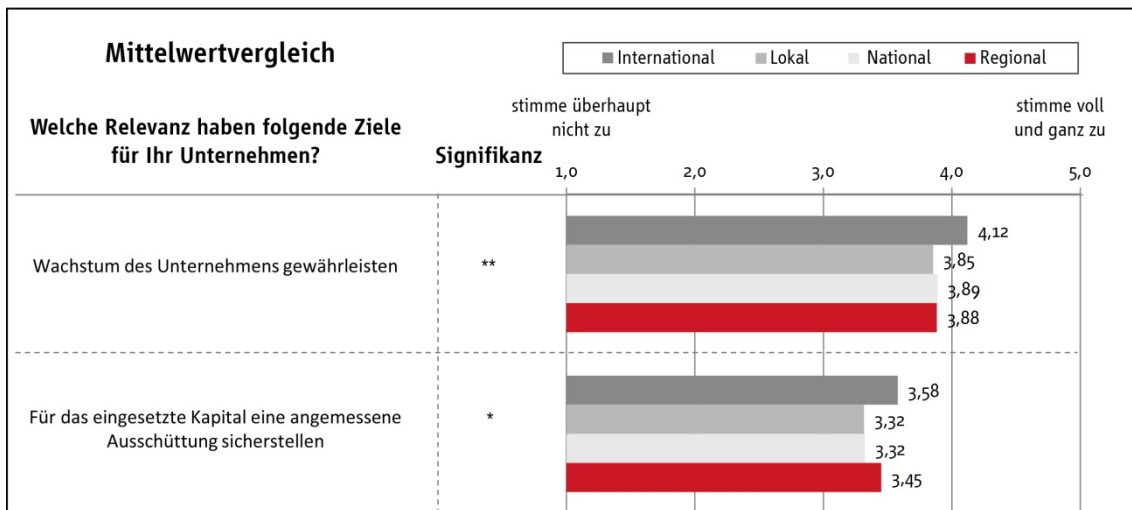
A97: Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach Eigenkapitalquote



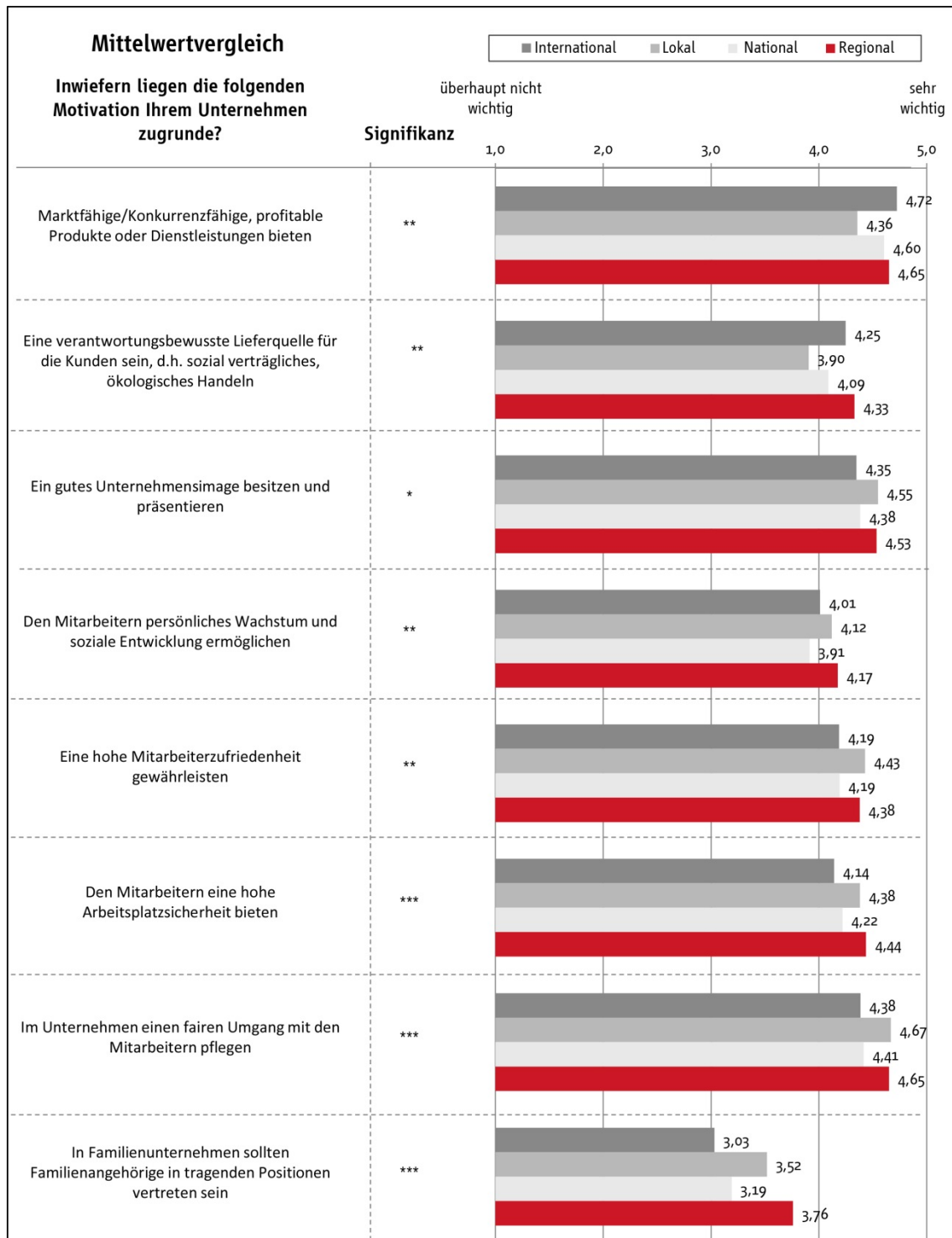
A98: Gerechtigkeit der Einkommenssteuer nach Eigenkapitalquote



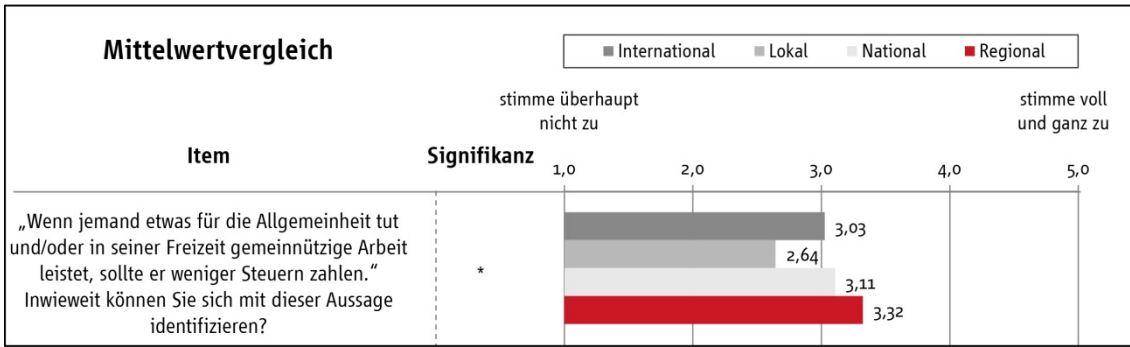
Agg: Relevanz von Unternehmenszielen nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



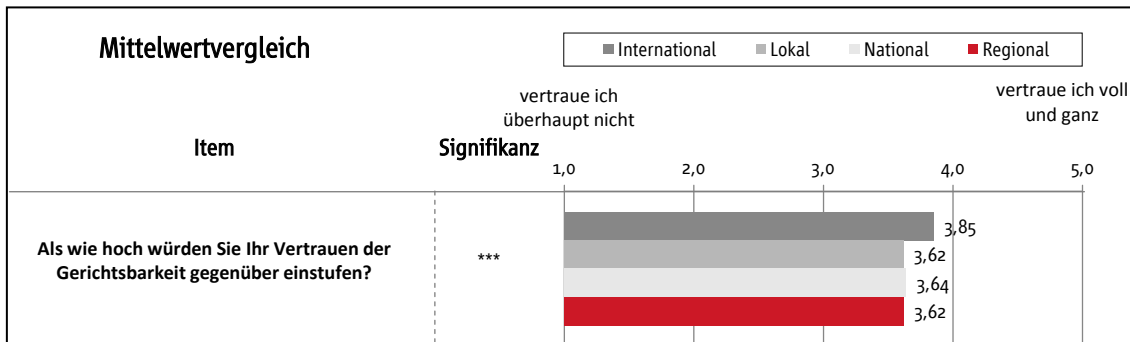
A100: Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



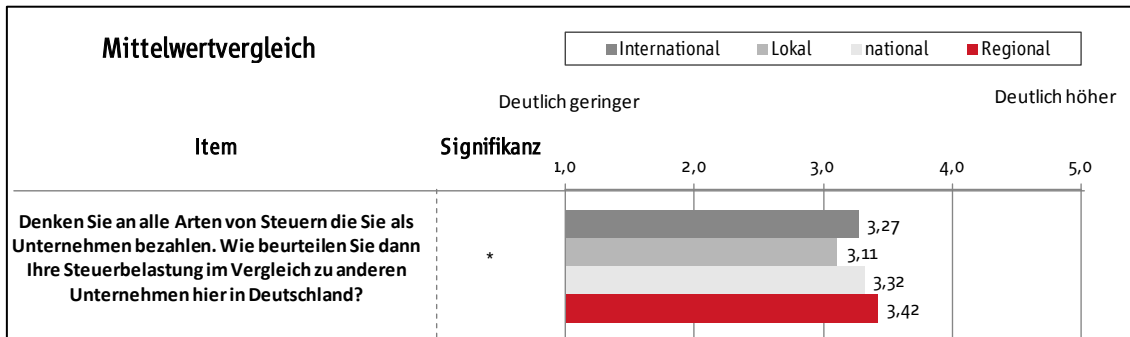
A101: Soziales Engagement und Steuern nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



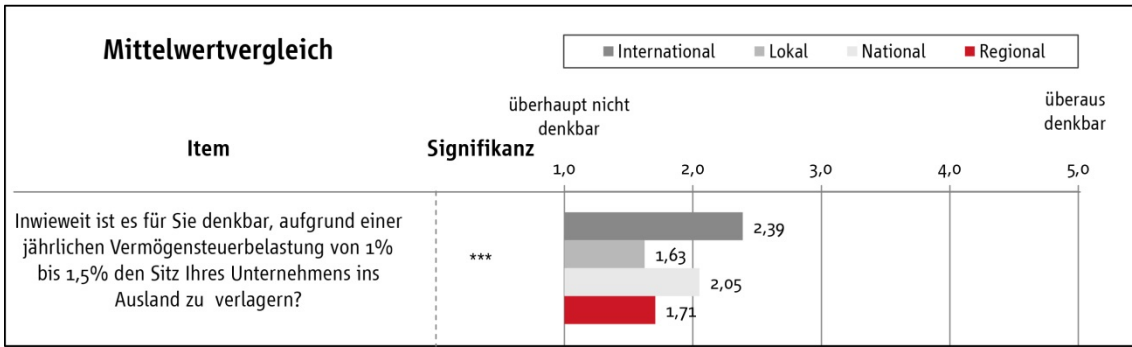
A102: Vertrauen der Gerichtsbarkeit gegenüber nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



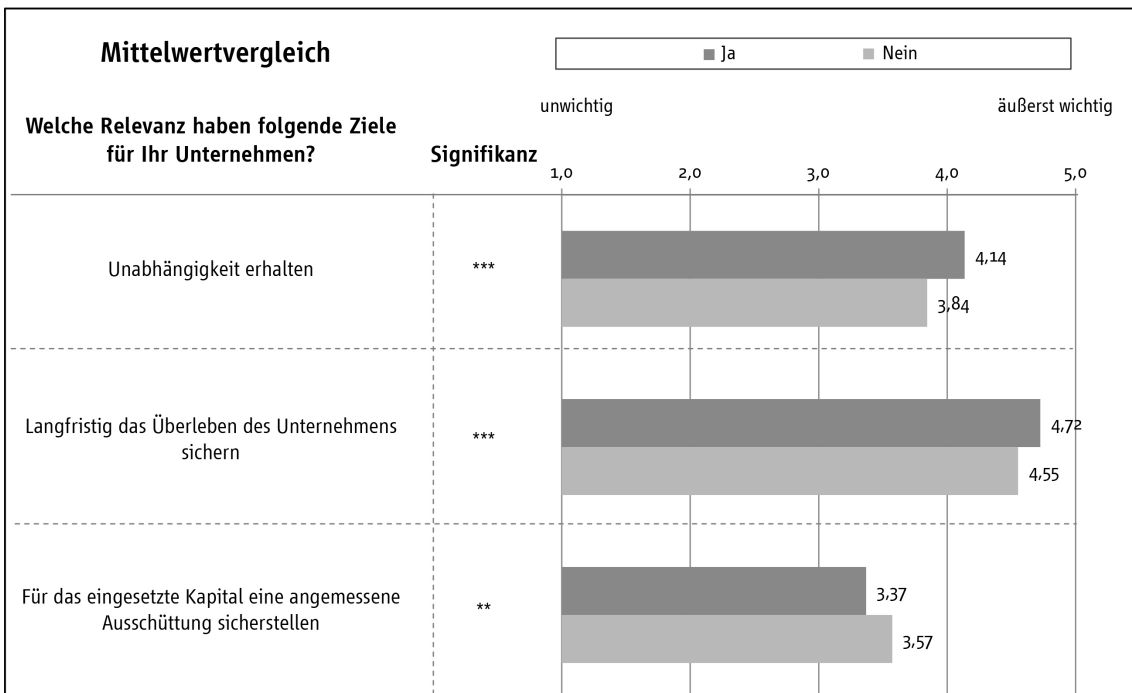
A103: Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



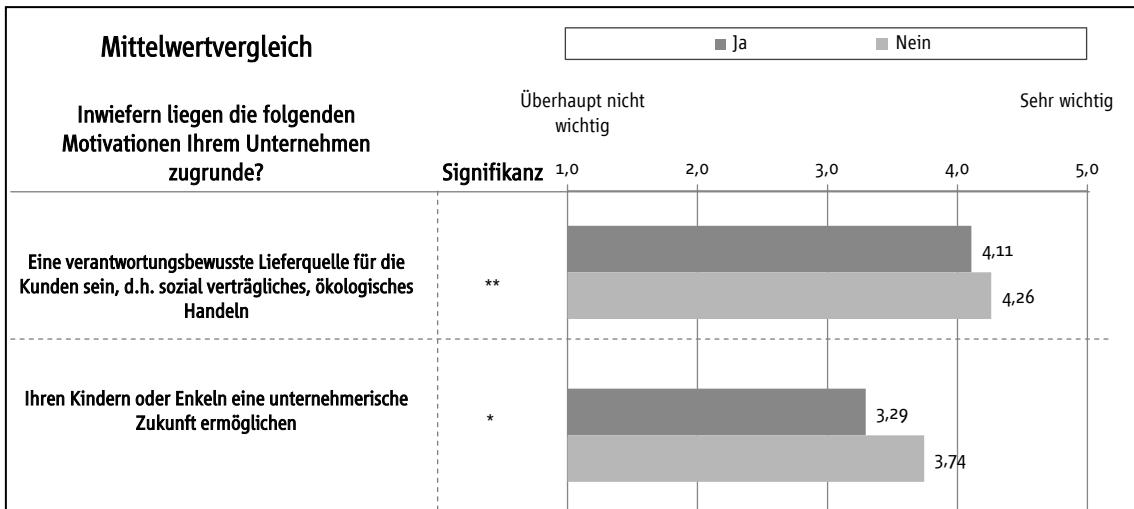
A104: Denkbarkeit einer Standortverlagerung nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt



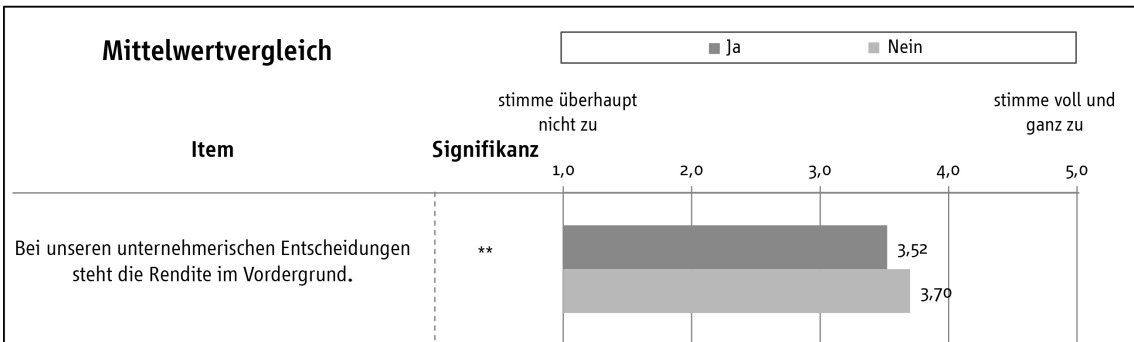
A105: Relevanz von Unternehmenszielen nach Thesaurierung



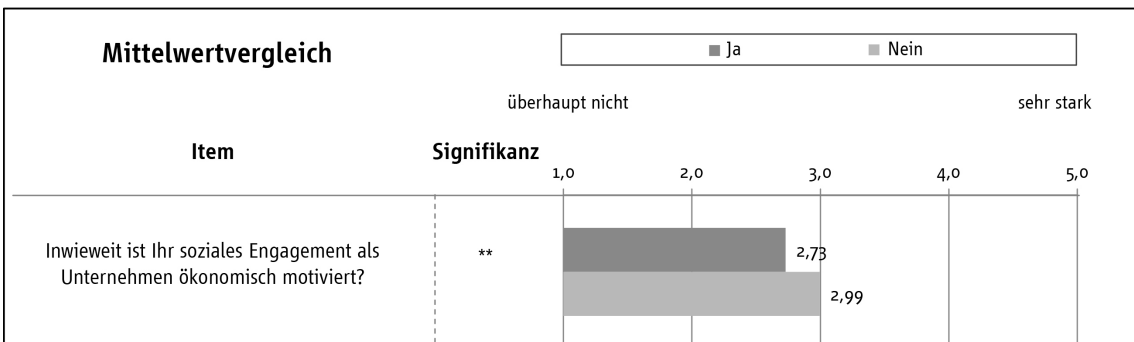
A106: Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Thesaurierung



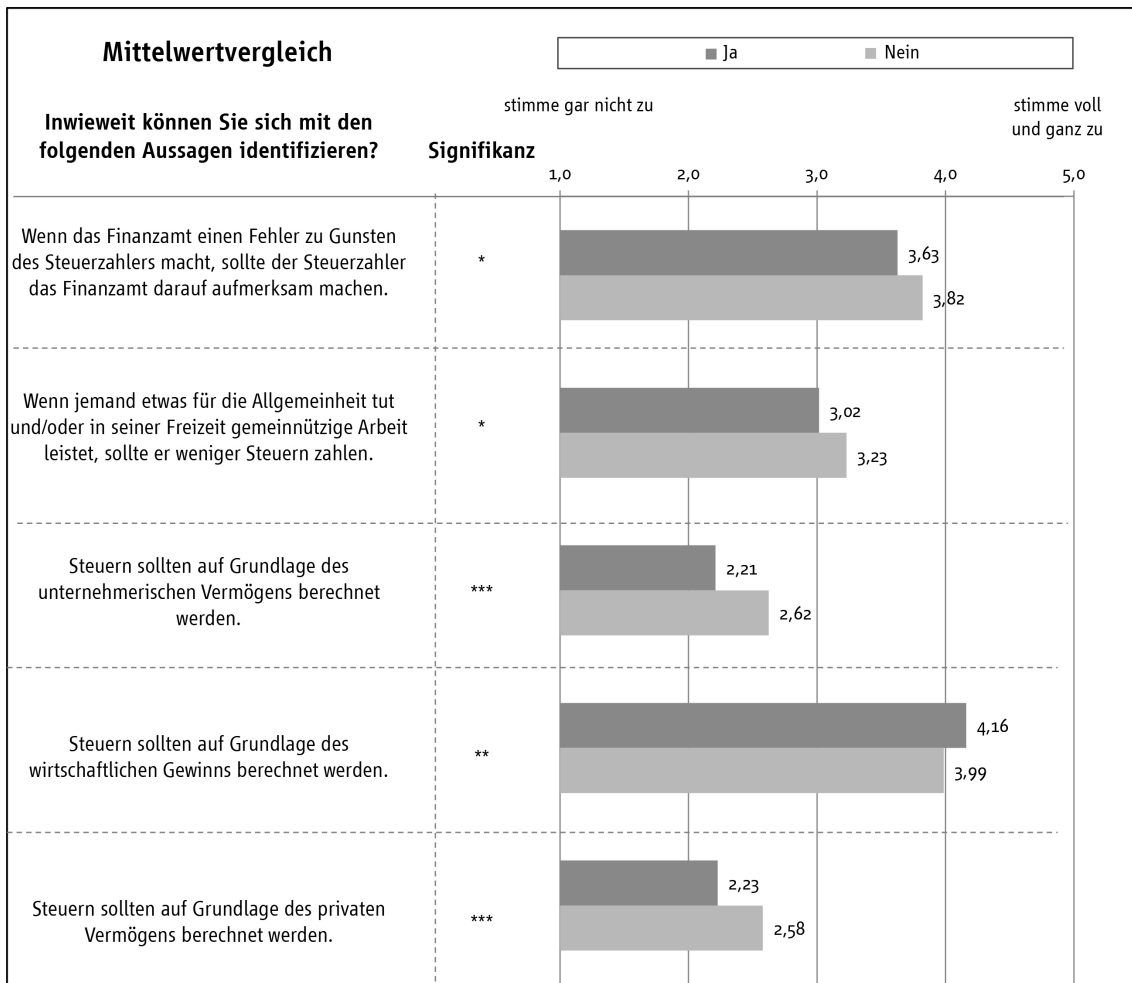
A107: Bedeutung der Rendite nach Thesaurierung



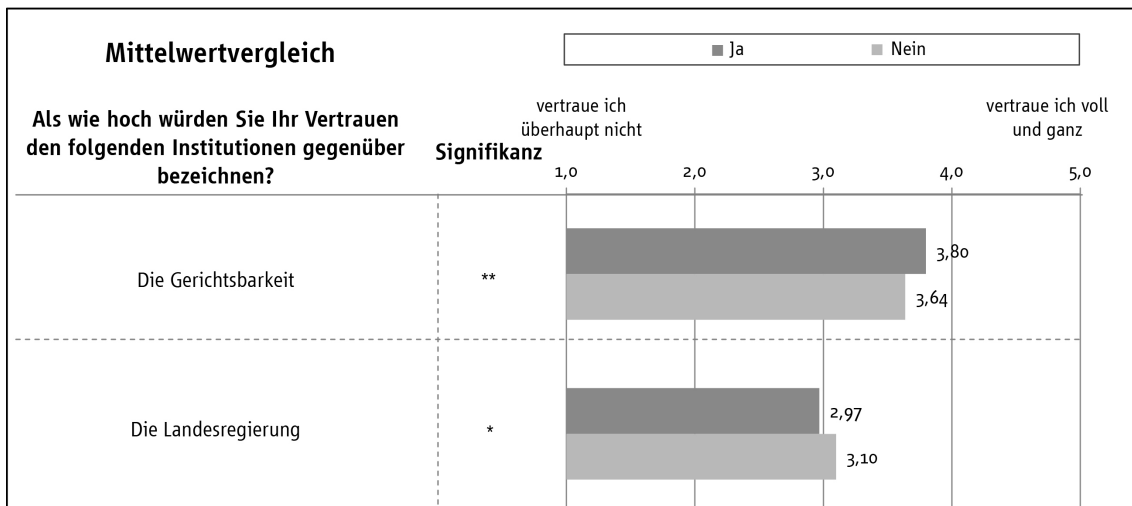
A108: Motivation des sozialen Engagements nach Thesaurierung



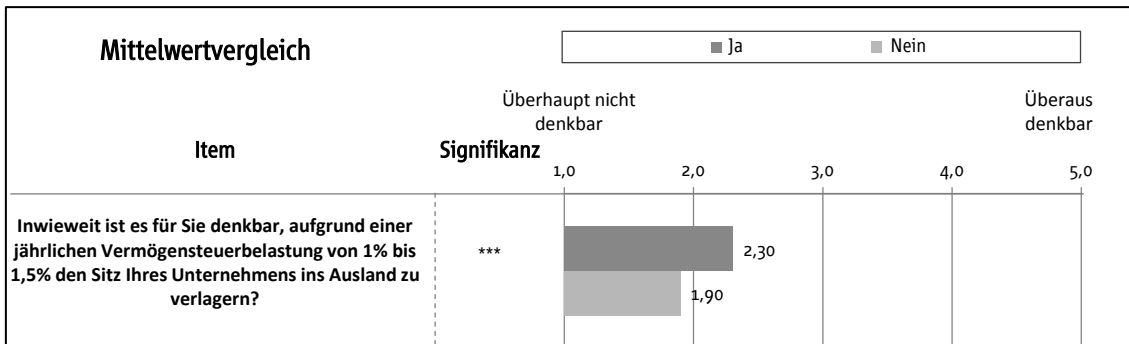
A109: Meinungen zu Steuerfragen nach Thesaurierung



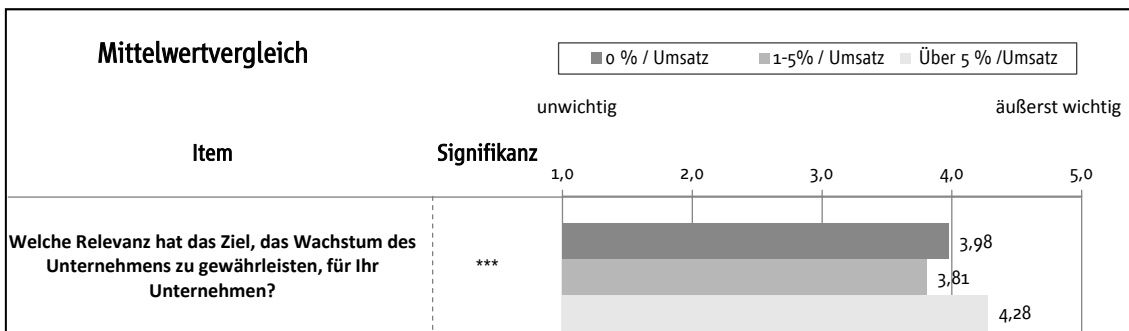
A110: Institutionelles Vertrauen nach Thesaurierung



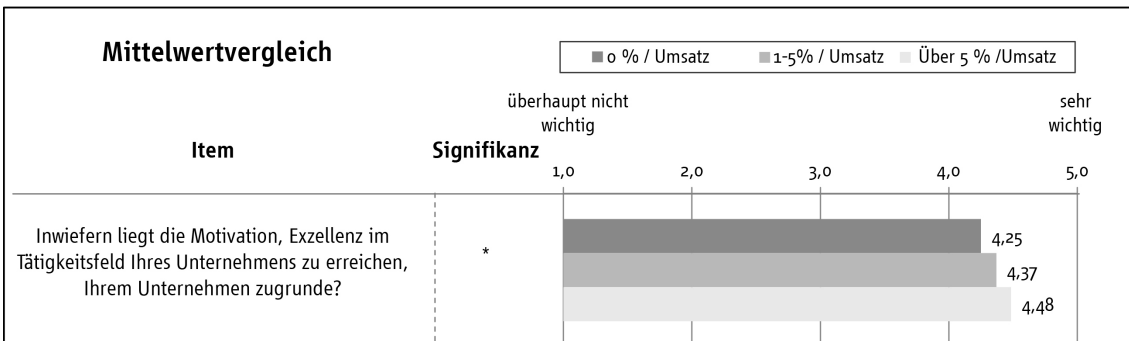
A110: Verlagerung des Unternehmenssitzes ins Ausland nach Thesaurierung



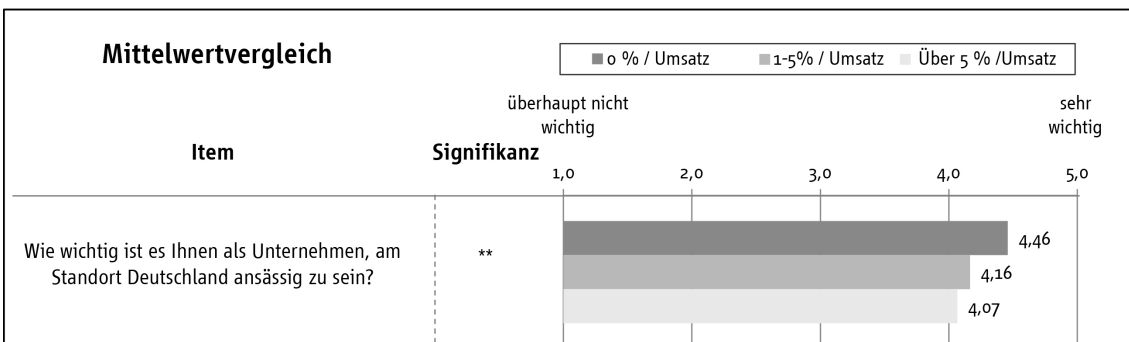
A111: Relevanz von Wachstum für die Unternehmen nach F&E-Ausgaben



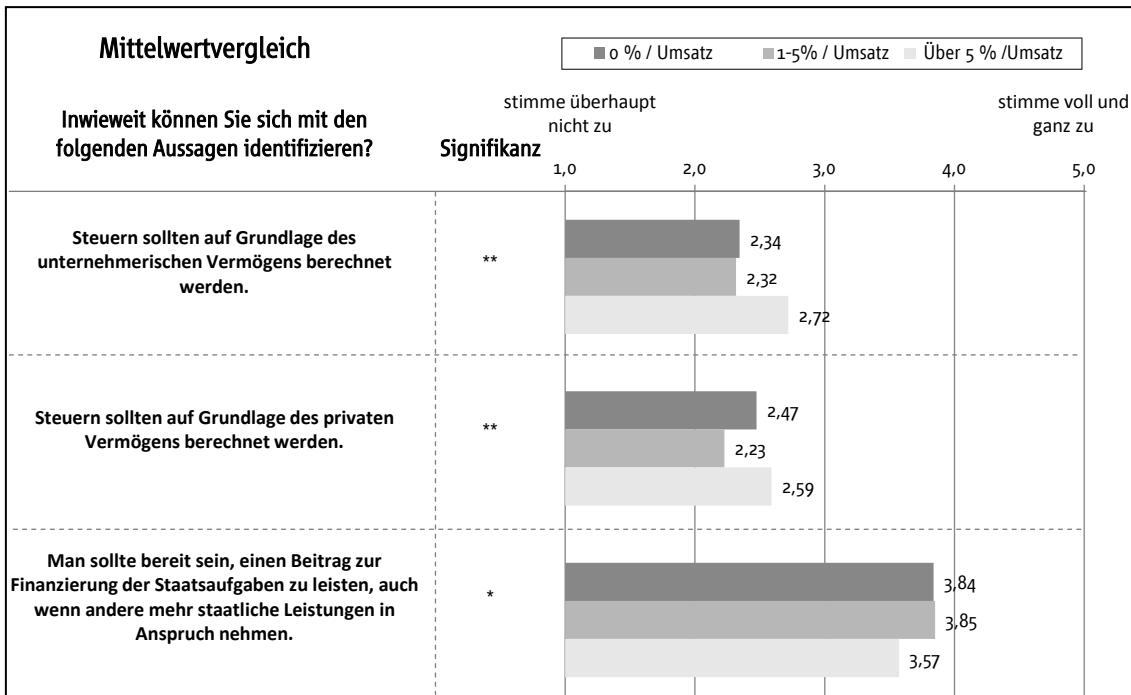
A112: Exzellenz im Tätigkeitsbereich als Motivation nach F&E-Ausgaben



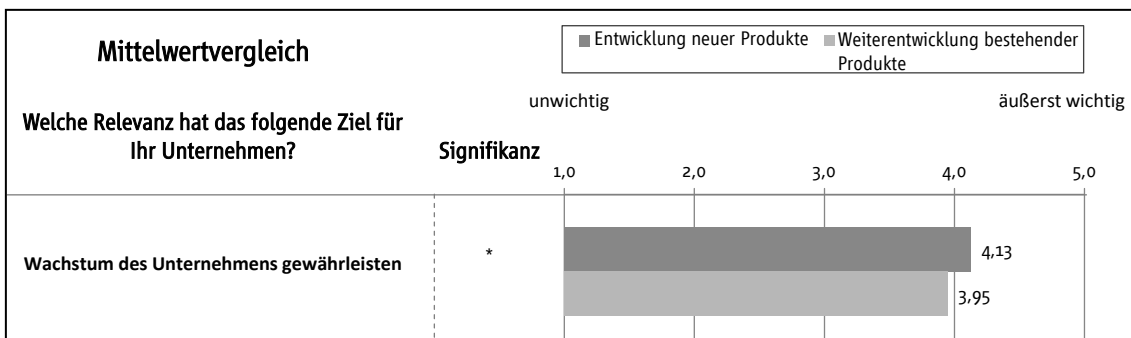
A113: Wichtigkeit des Standortes Deutschland nach F&E-Ausgaben



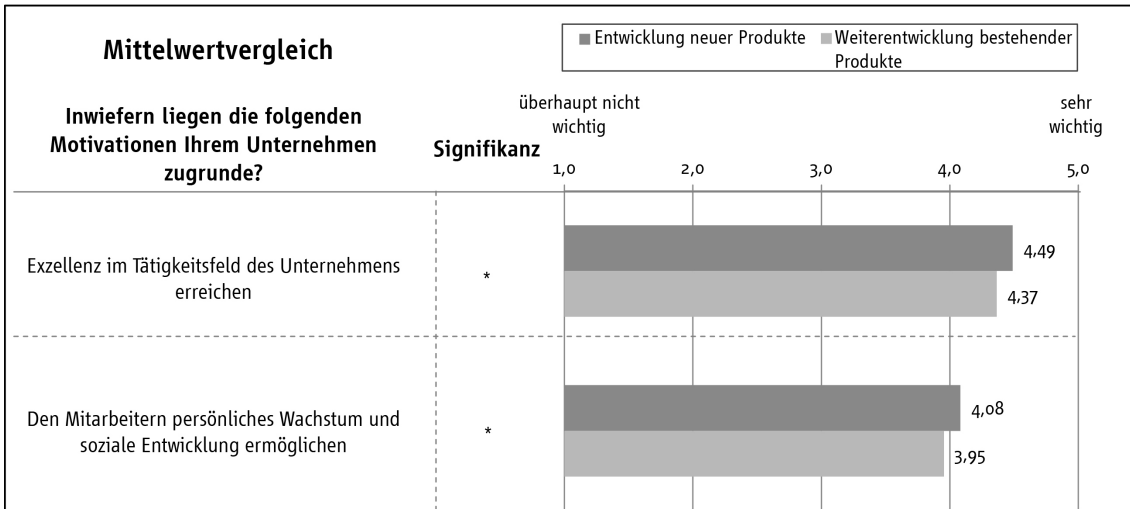
A116: Meinungen zur Steuergrundlage nach F&E-Ausgaben



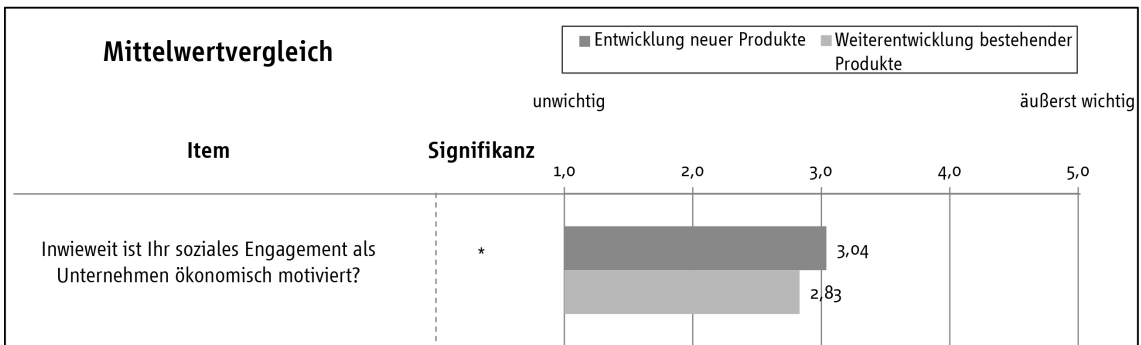
A117: Wachstum des Unternehmens gewährleisten nach Innovationsform



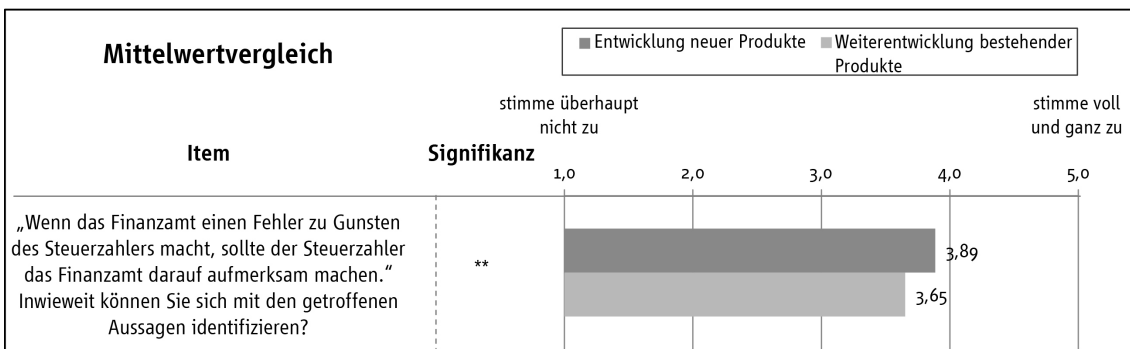
A118: Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Innovationsform



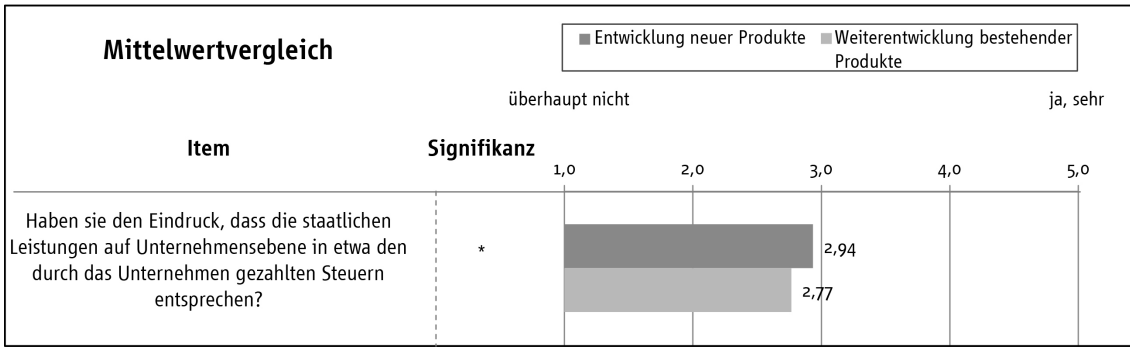
A119: Motivation des sozialen Engagements nach Innovationsform



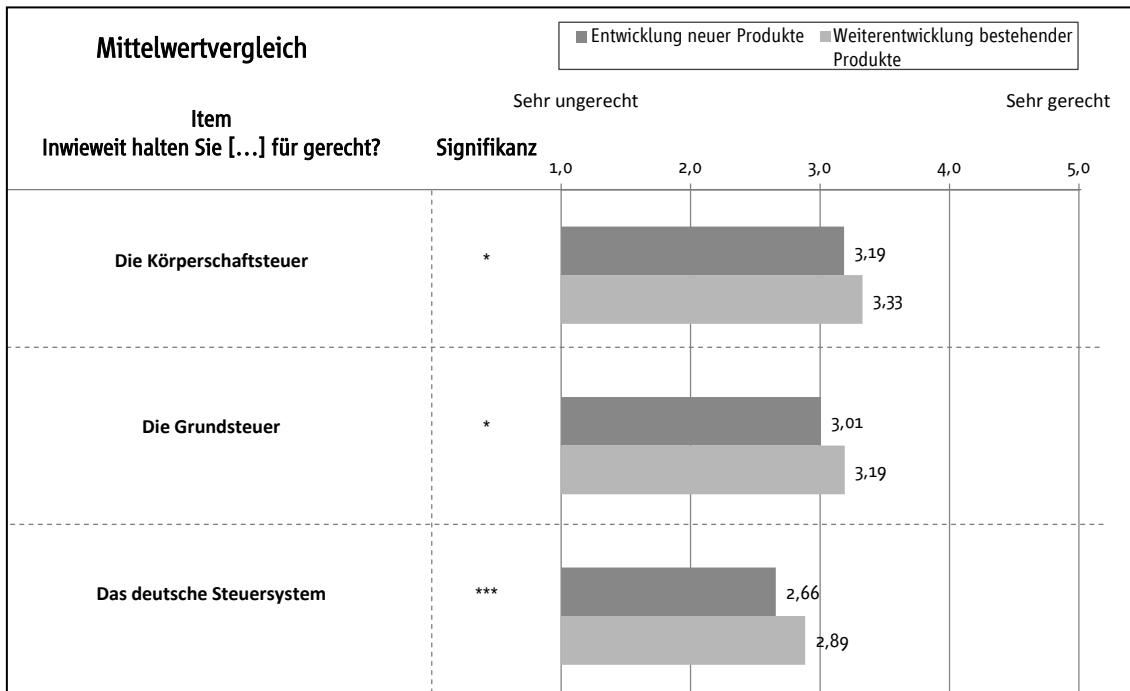
A120: Fehler des Finanzamtes nach Innovationsform



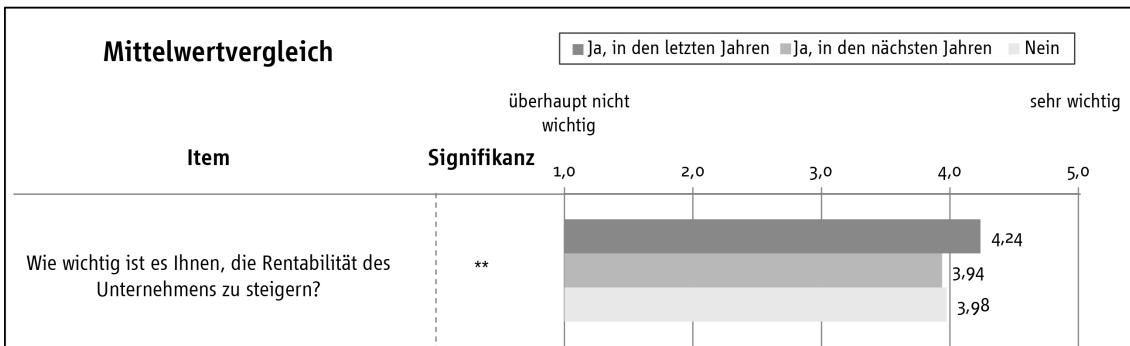
A121: Steuerlast und staatliche Leistungen nach Innovationsform



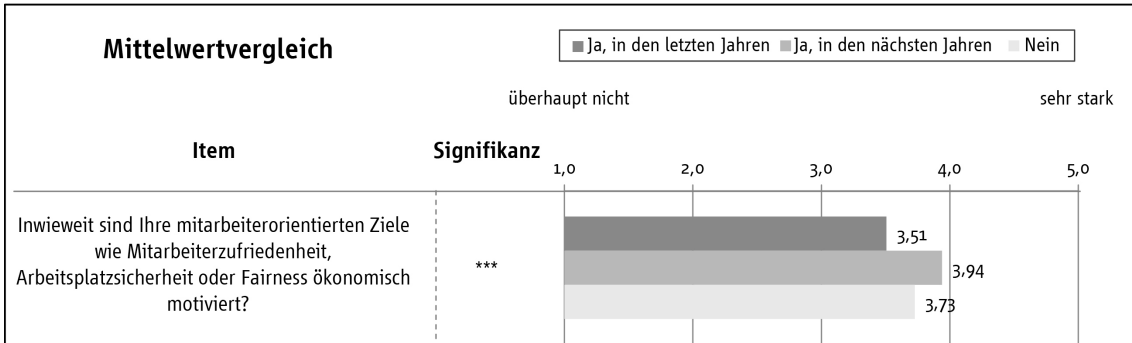
A122: Gerechtigkeit von Steuern nach Innovationsform



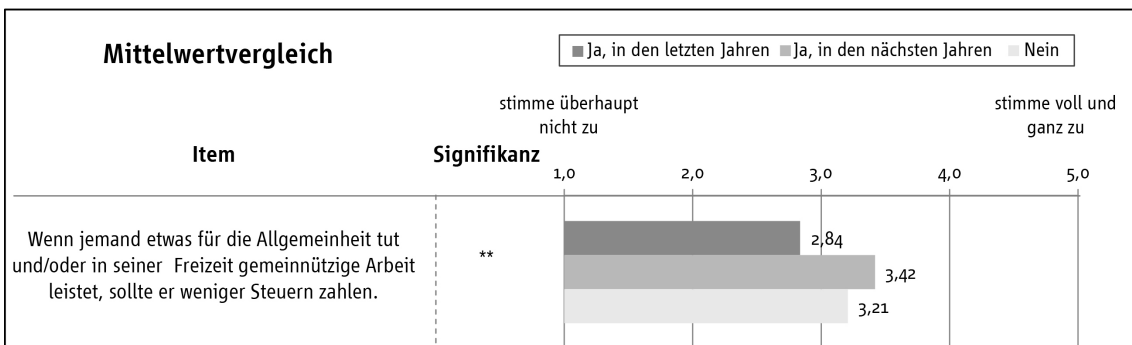
A123: Steigerung der Rentabilität anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge



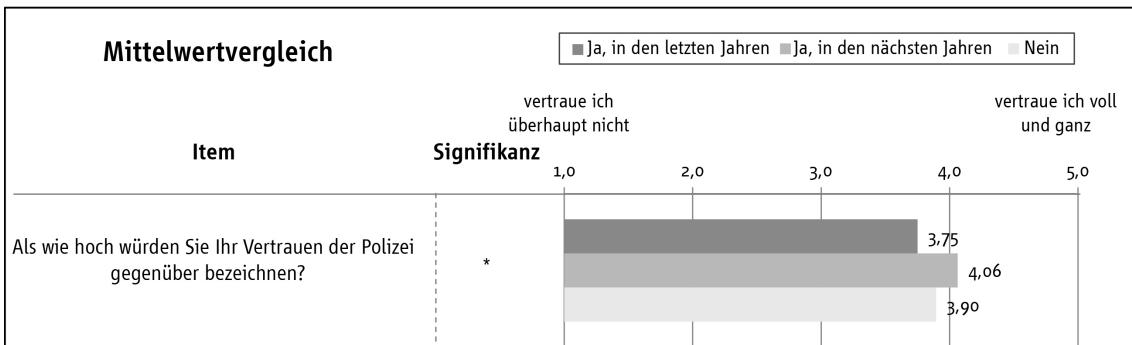
A124: Motivation der Mitarbeiterorientierten Ziele anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge



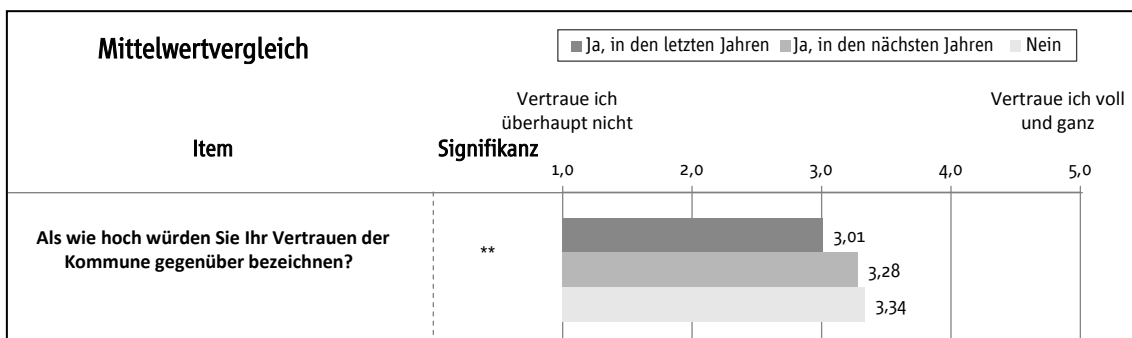
A125: Soziales Engagement und Steuern anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge



A126: Vertrauen der Polizei gegenüber anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge



A127: Vertrauen der Kommune gegenüber anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 4.1:	Zielsysteme der Familien- und Nicht-Familienunternehmen	26
Abbildung 4.2:	Häufigkeitsverteilung des Motivs der Unabhängigkeit des Unternehmens	27
Abbildung 4.3:	Motivationsausrichtung für Familien- und Nicht-Familienunternehmen	28
Abbildung 4.4:	Allgemeines Risikoverhalten von Familien- und Nicht-Familienunternehmen	29
Abbildung 4.5:	Häufigkeitsverteilung des Items „Die Gefahr, einen Teil des Unternehmensvermögens zu verlieren, belastet mich stark.“	30
Abbildung 4.6:	Risikoverhalten bei Anlageformen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen	31
Abbildung 4.7:	Soziale Verhaltensweisen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen.....	32
Abbildung 4.8:	Steuerprinzipien und Einstellung gegenüber dem Staat von Familien- und Nicht-Familienunternehmen	33
Abbildung 4.9:	Häufigkeitsverteilung des Items „Jeder sollte in dem Umfang Steuern zahlen, wie er staatliche Dienste, z.B. Straßen, Schulen oder kulturelle Einrichtungen, in Anspruch nimmt“	35
Abbildung 4.10:	Häufigkeitsverteilung des Items „Wenn jemand etwas für die Allgemeinheit tut und/oder in seiner Freizeit gemeinnützige Arbeit leistet, sollte er weniger Steuern zahlen“	35
Abbildung 4.11:	Häufigkeitsverteilung des Items: „Steuern sollten auf Grundlage des privaten Vermögens berechnet werden“	36
Abbildung 4.12:	Häufigkeitsverteilung des Items „Steuern sollten auf Grundlage des unternehmerischen Vermögens berechnet werden“	36
Abbildung 4.13:	Vertrauen von Familien- und Nicht-Familienunternehmen gegenüber verschiedenen Institutionen.....	37
Abbildung 4.14:	Bewertung der eigenen Besteuerung durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen	38
Abbildung 4.15:	Gerechtigkeitsbewertung der Steuerprinzipien durch Familien- und Nicht-Familienunternehmen	39
Abbildung 4.16:	Eigenkapital und Standortverlagerung im Kontext der Vermögensteuer	40
Abbildung 4.17:	Häufigkeitsverteilung des Items „Inwieweit ist es für Sie denkbar, aufgrund einer jährlichen Vermögensteuerbelastung von 1% bis 1,5% den Sitz Ihres Unternehmens ins Ausland zu verlagern?“	41

Anhangsverzeichnis

A1:	In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?.....	90
A2:	Wie hoch war die Anzahl der Beschäftigten Ende 2012?.....	90
A3:	Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im Jahr 2012?.....	91
A4:	Wurde in den letzten 3 Jahren eine Thesaurierung vorgenommen?.....	91
A5:	Wo liegen räumlich betrachtet die Schwerpunkte des wirtschaftlichen Engagements Ihres Unternehmens?.....	92
A6:	Wie hoch sind die Unternehmensausgaben für Forschung und Entwicklung relativ zum Umsatz?.....	92
A7:	Besitzt Ihr Unternehmen Vertriebsstellen oder Produktionsstätten im Ausland?.....	93
A8-A13:	Ziele.....	94
A14-A28:	Motivationen.....	94
A29:	Standortrelevanz.....	97
A30-A33:	Unternehmerisches Risiko.....	100
A34-A36:	Soziales Engagement.....	100
A37-A39:	Identifikation mit Gesellschafts- und Staatsform.....	101
A40-A49:	Steuerprinzipien.....	102
A50-A55:	Vertrauen in Staat und Gesellschaft.....	104
A56-A64:	Gerechtigkeitsbewertung.....	107
A65-A66:	Unternehmensverlagerung und Familienstiftung.....	109
A67-A71:	Kategorien.....	112
A72:	Denkbarkeit einer Standortverlagerung nach Auslandsengagement.....	113
A73:	Faktorenanalyse zu den Motivationen der Unternehmen.....	114
A74:	Wichtigkeit von Unabhängigkeit nach Mitarbeiterkategorien.....	115
A75:	Fairer Umgang mit Mitarbeitern als Motivation nach Mitarbeiterkategorien.....	115
A76:	Risikoverhalten bei Entscheidungen nach Mitarbeiterkategorien.....	115
A77:	Soziales Engagement von Familienunternehmen nach Mitarbeiterkategorien.....	116
A78:	Identifikation mit der Gesellschaft nach Mitarbeiterkategorien.....	116
A79:	Institutionelles Vertrauen nach Mitarbeiterkategorien.....	116
A80:	Bewertung der Körperschaftssteuer durch Unternehmen in Mitarbeiterkategorien.....	117
A81:	Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Wirtschaftszweig.....	118
A82:	Wichtigkeit des Standortes Deutschland nach Wirtschaftszweig.....	119
A83:	Rendite und Unternehmensverluste nach Wirtschaftszweig.....	119
A84:	Vertrauen in die Gerichtsbarkeit nach Wirtschaftszweig.....	120
A85:	Vergleich von Steuerlast und staatlichen Leistungen nach Wirtschaftszweig.....	120
A86:	Gerechtigkeit von Steuermaßnahmen nach Wirtschaftszweig.....	120
A87:	Verlagerung des Unternehmenssitzes ins Ausland nach Wirtschaftszweig.....	121
A88:	Wichtigkeit von Unternehmenszielen nach Gründungsjahr.....	121

A89:	Meinungen zu Steuern und Steuergrundlage nach Gründungsjahr	122
A90:	Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach Gründungsjahr	122
A91:	Gerechtigkeit der Erbschaftsteuer nach Gründungsjahr	123
A92:	Relevanz von Unternehmenszielen nach Eigenkapitalquote	123
A93:	Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Eigenkapitalquote	123
A94:	Risiko und Unternehmensverlust nach Eigenkapitalquote	123
A95:	Steuern als moralische Verpflichtung nach Eigenkapitalquote	124
A96:	Vertrauen der Kommune gegenüber nach Eigenkapitalquote	124
A97:	Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach Eigenkapitalquote.....	124
A98:	Gerechtigkeit der Einkommenssteuer nach Eigenkapitalquote	125
A100:	Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt.....	127
A101:	Soziales Engagement und Steuern nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt.....	128
A102:	Vertrauen der Gerichtsbarkeit gegenüber nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt.....	128
A103:	Beurteilung der eigenen Steuerbelastung nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt.....	128
A104:	Denkbarkeit einer Standortverlagerung nach geographischem Wirtschaftsschwerpunkt...	129
A105:	Relevanz von Unternehmenszielen nach Thesaurierung	129
A106:	Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Thesaurierung	130
A107:	Bedeutung der Rendite nach Thesaurierung.....	130
A108:	Motivation des sozialen Engagements nach Thesaurierung	130
A109:	Meinungen zu Steuerfragen nach Thesaurierung	131
A110:	Institutionelles Vertrauen nach Thesaurierung.....	131
A110:	Verlagerung des Unternehmenssitzes ins Ausland nach Thesaurierung	132
A111:	Relevanz von Wachstum für die Unternehmen nach F&E-Ausgaben	132
A112:	Exzellenz im Tätigkeitsbereich als Motivation nach F&E-Ausgaben	132
A113:	Wichtigkeit des Standortes Deutschland nach F&E-Ausgaben	132
A114:	Soziales Engagement nach F&E-Ausgaben	133
A115:	Motivation des sozialen Engagements nach F&E-Ausgaben.....	133
A116:	Meinungen zur Steuergrundlage nach F&E-Ausgaben	134
A117:	Wachstum des Unternehmens gewährleisten nach Innovationsform.....	134
A118:	Dem Unternehmen zugrunde liegende Motivationen nach Innovationsform.....	135
A119:	Motivation des sozialen Engagements nach Innovationsform	135
A120:	Fehler des Finanzamtes nach Innovationsform	135
A121:	Steuerlast und staatliche Leistungen nach Innovationsform	136
A122:	Gerechtigkeit von Steuern nach Innovationsform	136
A123:	Steigerung der Rentabilität anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge	136
A124:	Motivation der Mitarbeiterorientierten Ziele anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge	137

A125:	Soziales Engagement und Steuern anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge ..	137
A126:	Vertrauen der Polizei gegenüber anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge	137
A127:	Vertrauen der Kommune gegenüber anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge	137
A128:	Gerechtigkeit von Grund- und Erbschaftsteuer anhand des Kriteriums der Unternehmensnachfolge	138
A129:	Verlagerung des Unternehmenssitzes nach Positionierung im Ausland.....	138

Stiftung Familienunternehmen

Prinzregentenstraße 50

D-80538 München

Telefon + 49 (0) 89 / 12 76 400 02

Telefax + 49 (0) 89 / 12 76 400 09

E-Mail info@familienunternehmen.de

www.familienunternehmen.de

ISBN: 978-3-942467-24-7