

# **Familienunternehmen und Sozialkapital in den deutschen Bundesländern**

Kilian Huber

Department of Economics

London School of Economics and Political Science

Version: Juli 2014

### **Zusammenfassung**

Prägen Familienunternehmen neben der wirtschaftlichen auch die soziale Struktur Deutschlands? Die vorliegende Arbeit definiert Sozialkapital als die sozialen Merkmale einer Gesellschaft, durch die Einzelne kooperativer und produktiver werden. Zunächst wird die Entstehung von Sozialkapital in einem mikroökonomischen Modell illustriert. Anschließend wird auf Ebene der deutschen Bundesländer der statistische Zusammenhang zwischen Sozialkapital und Familienunternehmen untersucht. Die Analyse zeigt: Menschen aus Bundesländern mit einem hohen Anteil an Familienunternehmen haben mehr Vertrauen zueinander und größere soziale Netzwerke. Es besteht also ein positiver Zusammenhang zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital.

Kilian Huber\*

Department of Economics

London School of Economics and Political Science

Houghton Street, London WC2A 2AE, UK

k.huber@lse.ac.uk

---

\* Besonderer Dank geht an Professor Brun-Hagen Hennerkes für sein Interesse an dieser Arbeit und seine hilfreichen Kommentare. Professor Rainer Kirchdörfer und Herrn Stefan Heidbreder bin ich für aufschlussreiche Anregungen dankbar. Herr Georg Blaha half freundlicherweise bei der Zusammenstellung der Daten. Die Stiftung Familienunternehmen förderte die Datenakquise und die statistischen Untersuchungen, die dieser Arbeit zugrunde liegen.

**Inhalt**

1. Einführung	Seite 1
2. Was ist Sozialkapital?	Seite 4
3. Theoretisches Modell der Akkumulation von Sozialkapital	Seite 6
4. Wie misst man Sozialkapital?	Seite 11
5. Datengrundlage und Empirisches Modell	Seite 12
6. Empirische Untersuchung der Bundesländer	Seite 15
7. Schluss	Seite 19
8. Literaturverzeichnis	Seite 20
9. Tabellen im Appendix	Seite 21

## **1. Einführung**

Die herausragende volkswirtschaftliche Bedeutung von Familienunternehmen für die deutsche Wirtschaft ist hinreichend bekannt und wurde in einer Reihe an Studien schon dokumentiert.<sup>1</sup> Doch prägen Familienunternehmen neben der wirtschaftlichen auch die soziale Struktur unserer Gesellschaft? Die vorliegende Arbeit untersucht den Zusammenhang zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital. Der Hauptbeitrag der Arbeit ist die Quantifizierung dieses Zusammenhangs auf Ebene der deutschen Bundesländer mit Hilfe ökonometrischer Regressionsanalysen.

Als Überbegriff für die soziale Struktur einer Gesellschaft eignet sich das Konzept Sozialkapital, das im zweiten Kapitel dieser Arbeit genauer erklärt wird. Sozialkapital beschreibt die sozialen Strukturen einer Gesellschaft, durch die einzelne Mitglieder kooperativer und produktiver werden. Nehmen wir beispielsweise den Arbeitsmarkt. In einer Region mit intakten gesellschaftlichen Strukturen kann ein Arbeitssuchender auf Hinweise und Empfehlungen von Bekannten bauen und somit schneller eine Arbeitsstelle finden. Zusätzlich hilft es ihm und den Arbeitgebern, wenn Verträge per Handschlag abgeschlossen werden, anstatt dass langwierige Vertragsverhandlungen die Neueinstellung verzögern. Dieses Beispiel verdeutlicht die zwei wichtigsten Ausprägungen von Sozialkapital. Erstens, die Existenz von sozialen Netzwerken und zweitens, ein hohes Maß an Vertrauen der Menschen untereinander. Beide Aspekte sind sowohl für das Wohlergehen der Menschen wie auch deren ökonomische Leistungsfähigkeit von großer Bedeutung.

---

<sup>1</sup> Siehe beispielsweise Walter 1998 und Gottschalk 2011.

Wieso ist der Zusammenhang zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital besonders interessant? Zwei Gründe sprechen für einen messbaren Effekt. Erstens ist bekannt, dass Familienunternehmen sich überdurchschnittlich lokal engagieren, sie dieses Engagement besonders auf ihre Beschäftigten richten und es größtenteils aus eigener Überzeugung erbringen (Schäfer 2007). Familienunternehmen kommt also eine bedeutende Rolle in ihrer Gemeinschaft zu und es ist wahrscheinlich, dass sie das regionale Sozialkapital aktiv positiv beeinflussen. Zweitens, diese Studie konzentriert sich auf eigentümergeführte Familienunternehmen. Diese enge Definition von Familienunternehmen entspricht weitgehend der Interpretation des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn (Gottschalk 2011). Es ist gut möglich, dass Eigentümer Unternehmen anders führen als Manager, zum Beispiel dass sie langfristiger denken oder dass sie für die Beschäftigten eine Vorbildfunktion in Bezug auf soziale Verantwortung innehaben. Dies sollte wiederum zu höherem Sozialkapital unter den in Familienunternehmen Beschäftigten führen. Beide Faktoren bedeuten, dass in den Bundesländern, in denen eine hohe Dichte an Familienunternehmen existiert und in denen viele Menschen bei Familienunternehmen beschäftigt sind, ein höheres Maß an Sozialkapital herrschen dürfte.

Ein mathematisches, mikroökonomisches Modell im dritten Kapitel dieser Arbeit zeigt auf, wie Sozialkapital in einer Gesellschaft akkumuliert wird. Das Modell soll keine realistische Abbildung der Wirklichkeit sein, sondern das recht abstrakte Konzept Sozialkapital verdeutlichen und seine wichtigsten Mechanismen beleuchten. So macht das Modell deutlich, dass die Akkumulation von Sozialkapital für den Einzelnen zunächst mit Kosten verbunden ist, im Modell illustriert durch den Zeitaufwand einer Investition in

Sozialkapital. Dennoch lohnt sich aus individueller und gesellschaftlicher Sicht der koordinierte Aufwand, da Sozialkapital positive externe Effekte auf jeden hat, seien es Privatperson, Unternehmen oder staatliche Organe.

Das vierte Kapitel diskutiert auf Basis der existierenden Literatur, wie Sozialkapital am besten zu messen ist. Dies kann zum Beispiel durch Fragen nach sozialen Netzwerken, Vertrauen in Mitmenschen und freiwilligem Engagement geschehen. Im fünften Kapitel erkläre ich daran anknüpfend die Daten, die der empirischen Analyse zu Grunde liegen. Zum einen wird für jedes Bundesland der Anteil der Familienunternehmen und der Beschäftigten in Familienunternehmen mit Hilfe des Betriebspanels des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) berechnet. Familienunternehmen werden definiert als eigentümergeführte Unternehmen (Gottschalk 2011). Zum anderen werden auf Basis der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) Variablen zum Sozialkapital von über 50.000 Befragten berechnet. Diese Variablen enthalten zum Beispiel Angaben zum sozialen Vertrauen, zur Mitgliedschaft in Vereinen und zur Freundeszahl.

Die ökonometrische Analyse folgt im sechsten Kapitel. Mit OLS-Regressionen wird der statistische Zusammenhang zwischen der regionalen Bedeutung von Familienunternehmen und dem regionalen Sozialkapital auf Ebene der Bundesländer untersucht. Die Daten der ALLBUS enthalten sozio-ökonomische Merkmale der Befragten, so dass diese Merkmale statistisch kontrolliert werden kann. Dies erlaubt eine fundiertere Aussage über die Relation zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital als die Analyse reiner Korrelationen.

Die statistischen Ergebnisse zeigen einen klaren Zusammenhang zwischen der Rolle von Familienunternehmen und Sozialkapital. Beispielsweise beruht eine weit verbreitete Methode zur Messung von Sozialkapital auf der Frage: „Kann man den meisten normalen Menschen vertrauen?“ Die ökonometrische Analyse zeigt: Menschen, die in Bundesländern mit einem höheren Anteil an Familienunternehmen leben, beantworten diese Frage häufiger positiv. Das gleiche gilt für Menschen, die in Bundesländern mit einem höheren Anteil an Beschäftigten in Familienunternehmen leben. Die Relation bleibt konstant und statistisch signifikant, wenn man Faktoren wie Einkommen, Heimat in der ehemaligen DDR, das Jahr der Befragung und den Beschäftigungsstatus des Befragten durch statistische Kontrollmechanismen konstant hält. Die Relation zwischen Familienunternehmen und weiteren sozialen Faktoren ist statistisch schwächer, aber auch nachzuweisen. So besteht zum Beispiel ein Zusammenhang zwischen der Anzahl der Freunde eines Befragten und dem Anteil an Familienunternehmen, sowie der Mitgliedschaften in Hilfsorganisationen. Die Ergebnisse sind ein deutlicher empirischer Nachweis, dass ein hoher Anteil an Familienunternehmen ein gutes Zeichen für die soziale Struktur einer Gesellschaft ist.

## **2. Was ist Sozialkapital?**

Sozialkapital beinhaltet das Denken zweier sozialwissenschaftlicher Disziplinen: Formen des *sozialen* Umgangs werden in der Soziologie behandelt, während *Kapital* in der Ökonomie als Produktionsfaktor auftaucht. Die Kombination im Konzept Sozialkapital beschreibt die Ressourcen und Verbindungen in einer Gemeinschaft, von denen der

Einzelne profitieren kann und durch die er produktiver wird, sei es durch Hilfeleistungen auf dem Arbeitsmarkt oder Freundschaftsdienste im Privatleben (Coleman 1988).

Traditionell beschäftigt sich die Volkswirtschaftslehre mit Marktprozessen und leitet daraus den Nutzen der Menschen und den Profit der Firmen ab. Die beiden klassischen Arten von Kapital, physisches Kapital und Humankapital, werden auf Märkten erworben und ihr Preis wird durch die Interaktion von Produzenten und Konsumenten bestimmt. Gleichzeitig wird aber immer deutlicher, dass sich der Nutzen von nicht auf Märkten handelbaren Gütern auch in ökonomischen Überlegungen und Modellen festhalten lässt, und dass die daraus resultierenden Erkenntnisse durchaus Neues zum Verständnis des Wirtschaftslebens beitragen können. So beschreiben unter anderem der Arbeitsmarktökonom Layard (2005) und der Report der OECD Stiglitz-Kommission (2009), wie wichtig soziale Verbindungen für das Wohlergehen des Einzelnen sind und machen Vorschläge, wie man diese Verbindungen messen kann. Verschiedene Studien identifizieren Korrelationen zwischen „weichen“ Faktoren, wie beruflichen Netzwerken und ehrenamtlichem Engagement, und „harten“ Wirtschaftsdaten, wie Arbeitslosigkeit, Wirtschaftswachstum, Produktivität und Mobilität (siehe unter anderem Andriani 2012, Freitag & Kirchner 2011, Quentin, Janiak & Etienne 2010 und Bandiera, Barankay & Rasul 2008). Auch politische Prozesse werden durch soziale Bindungen gestärkt. Helliwell & Putnam (1995) argumentieren zum Beispiel, dass Qualität und Effizienz italienischer Lokalregierungen sich erhöhen, wenn das regionale Sozialkapital höher ist.

Wir wissen also, dass Sozialkapital ungemein wichtig für individuelles Wohlergehen und wirtschaftliche Messzahlen ist, und doch ist wenig bekannt über dessen zeitliche und

geographische Verteilung. Auch über die Unterschiede zwischen und innerhalb verschiedener sozio-ökonomischer Gruppen ist wenig festgehalten. In der wohl bekanntesten akademischen Untersuchung von Sozialkapital argumentiert Putnam (1995) zwar, dass das Sozialkapital der USA seit den siebziger Jahren abnimmt, doch mittlerweile gibt es auch widersprüchliche Erkenntnisse (zum Beispiel Baumgartner & Walker 1988 und Andersen, Curtis & Grabb 2006). Der wichtigste Faktor der Diskussion, wie man Sozialkapital fördern kann und wo es besonders auftritt, ist bislang weitestgehend unerforscht. Die vorliegende Arbeit soll einen Beitrag leisten zum Verständnis der Entstehung und der Verteilung von Sozialkapital.

### **3. Theoretisches Modell der Akkumulation von Sozialkapital**

#### 3.1 Ausarbeitung des Modells

Das Modell stellt mathematisch dar, welche Faktoren die Investitionen in Sozialkapital durch Privathaushalte verändern. Das Modell soll keine realistische Abbildung der Entstehung von Sozialkapital sein, sondern das Konzept Sozialkapital illustrieren. So macht die mathematische Ausarbeitung in diesem Kapitel deutlich, dass die Akkumulation von Sozialkapital für den Einzelnen zunächst mit Kosten verbunden ist. Dennoch lohnt sich aus gesellschaftlicher Sicht der Aufwand, da Sozialkapital positive externe Effekte auf jeden hat, seien es Privatperson, Unternehmen oder staatliche Organe. Um die Relation zwischen Kosten und Nutzen transparent zu präsentieren, basiert das Modell auf Beckers (1965) Arbeit zur Zeiteinteilung der Haushalte. Die Kosten sind im Modell daher illustriert durch die Zeit, die Menschen in Aktivitäten verbringen, die Sozialkapital fördern. Die wahren Kosten gehen natürlich über Zeitaufwand hinaus und beinhalten auch finanzielles

und organisatorisches Engagement in der Gesellschaft, wie man es unter Familienunternehmen häufig sieht.

In Beckers (1965) Theorie des Zeitnutzens maximieren Haushalte eine Nutzenfunktion, die sich über nur eine Periode erstreckt. Mein Modell fügt eine zweite Periode hinzu, in der Haushalte Einkommen erzielen. In der ersten Periode herrscht Vollbeschäftigung und jeder Haushalt optimiert seinen Zeitnutzen. In der zweiten Periode gibt es Arbeitslosigkeit, die einen Haushalt mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit trifft. Wie schon im Beispiel in der Einleitung beschrieben, beeinflusst Sozialkapital die Wahrscheinlichkeit, einen Arbeitsstelle zu finden positiv (Fukuyama 1999, Andriani 2012 und Freitag & Kirchner 2011). Je länger Individuen in der ersten Periode ihre Zeit in sozialen und freiwilligen Aktivitäten verbringen, desto mehr Sozialkapital existiert in der Gesellschaft. Sozialkapital bringt daher eine Pareto-verbessernde Externalität für alle. Wie in der Mikroökonomik üblich, beachten allerdings die Haushalte diese Externalität nicht in ihrer Entscheidungsfindung, sondern maximieren nur den direkten Nutzen, da der individuelle Beitrag zu Sozialkapital zu klein ist.

Der aggregierte Nutzen  $V$  entsteht durch Addierung der Nutzen der ersten und zweiten Periode:

$$V = U^1(Z_1, \dots, Z_m) + U^2(w, S) ,$$

wo Subskripte Güter und Superskripte die Zeitperiode anzeigen.  $S$  ist Sozialkapital und  $w$  das Einkommen. Es gibt  $m$  Güter  $Z_i$ , aus denen Haushalte in der ersten Periode Nutzen ziehen und die sie produzieren. Die Produktionstechnologie ist gegeben durch Funktion  $f_i(\mathbf{x}_i, t_i)$ , die als Produktionsfaktoren Marktgüter  $\mathbf{x}_i$  und Zeit  $t_i$  nutzt. Solche Güter sind zum

Beispiel Fernsehen, das als Faktoren ein Fernsehgerät und Netzanschluss braucht, und freiwilliges Engagement als Fußballtrainer, das einen Ball, einen Platz und Kinder zum Trainieren braucht.

Der Nutzen in Periode eins kann formuliert werden als:

$$U^1(f_1(x_1, t_1), \dots, f_m(x_m, t_m)) = U^1(x_1, \dots, x_m, t_1, \dots, t_m) .$$

Es gibt zwei Einschränkungen, da das Zeitbudget T gegeben ist und finanzielle Ausgaben gleich Einkommen sein müssen.

$$T = t_w + \sum_{i=1}^m t_i$$

$$t_w w = \sum_{i=1}^m x_i p_i$$

Zusammengefügt gibt dies:

$$T w = \sum_{i=1}^m (x_i p_i + t_i w) .$$

Bestimmte Aktivitäten produzieren als Externalität auch Sozialkapital, zum Beispiel das ehrenamtliche Engagement als Trainer. Gesellschaftliches Sozialkapital S ist eine Funktion h(.) der verschiedenen Aktivitäten, summiert über Individuenindex j.

$$S = h \{ \sum_j t_1(j), \dots, \sum_j t_m(j) \}$$

In der zweiten Periode verdienen nur diejenigen Einkommen, die arbeiten. Sozialkapital beeinflusst die Wahrscheinlichkeit einer Stelle zu finden  $\pi(S)$  positiv, so dass die erste Ableitung  $\pi'(S)$  streng positiv ist.  $U(w)$  ist die Nutzenfunktion durch Einkommen in der zweiten Periode und man normalisiert der Einfachheit halber  $u(0)=0$ , so dass:

$$U^2(w, S) = \pi(S) u(w) .$$

Zusammengefasst ist das Optimierungsproblem eines Haushalts also:

$$\max_{\{x_1, \dots, x_m, t_1, \dots, t_m, t_w\}} U^1[f_1(x_1, t_1), \dots, f_m(x_m, t_m)] +$$

$$\pi [h\{\sum_j t_1(j), \dots, \sum_j t_m(j)\}] u(w^*)$$

$$\text{und } Tw = \sum_{i=1}^m (x_i p_i + t_i w) .$$

Optimale Allokation ist gegeben durch die übliche Hauptbedingung:

$$\frac{\partial U^1}{\partial Z_a} \frac{\partial f_a}{\partial t_a} = \frac{\partial U^1}{\partial Z_b} \frac{\partial f_b}{\partial t_b} .$$

Der marginale Nutzen, gewichtet durch das marginale Produkt der Zeitinvestition, wird für alle Güter gleichgesetzt.

### 3.2. Konkretisierung mit zwei Gütern

Zur Vereinfachung nehmen wir ab jetzt nur zwei Güter an: (a) freiwilliges Engagement als Trainer und (b) fernsehen. Nur (a) produziert Sozialkapital. Außerdem nehmen wir simple CES-Produktionsfunktionen (Aguiar & Hurst 2006) und Cobb-Douglas Nutzenfunktionen an.

$$Z_a = f(x_a, t_a) = \left[ \varphi (\alpha_a x_a)^{\frac{\sigma-1}{\sigma}} + (1 - \varphi) (\beta_a t_a)^{\frac{\sigma-1}{\sigma}} \right]^{\frac{\sigma}{\sigma-1}}$$

$$Z_b = f(x_b, t_b) = \left[ \varphi (\alpha_b x_b)^{\frac{\rho-1}{\rho}} + (1 - \varphi) (\beta_b t_b)^{\frac{\rho-1}{\rho}} \right]^{\frac{\rho}{\rho-1}}$$

$$U^1(Z_a, Z_b) = Z_a^\delta Z_b^\varepsilon$$

Wie in Autor, Katz & Krueger (1998) sind  $\alpha$  und  $\beta$  Technologieparameter.  $\varphi$  bestimmt den Anteil der Produktion, für den Marktgüter nötig sind.  $\Sigma$  und  $\rho$  sind Substitutionselastizitäten zwischen Marktgütern und Zeit. Sind  $\sigma$  und  $\rho$  größer als eins,

sind die Faktoren substitutiv, sonst komplementär (Acemoglu & Autor 2010).  $\Delta$  und  $\epsilon$  sind Nutzenparameter und summiert ergeben sie weniger als eins.

Die Nutzenmaximierung des Haushaltes und Shephard's Lemma ergeben:

$$t_a = \frac{\partial c(w, p_a)}{\partial w} Z_a = \frac{\partial c(w, p_a)}{\partial w} \frac{T w \delta}{c(w, p_a)(\epsilon + \delta)}$$

und  $t_b = \frac{\partial c(w, p_b)}{\partial w} Z_b = \frac{\partial c(w, p_b)}{\partial w} \frac{T w \epsilon}{c(w, p_b)(\epsilon + \delta)}$ .

Dadurch kriegen wir eine explizite Lösung für Zeitnutzen in den beiden Aktivitäten, d.h. die Investition des Haushalts in Aktivitäten, die Sozialkapital fördern, wie hier (a).

$$t_a = \frac{T \delta}{(\epsilon + \delta)} \left[ \left( \frac{p_a \alpha_a}{w \beta_a} \right)^{1-\sigma} \left( \frac{\varphi}{1-\varphi} \right)^\sigma + 1 \right]^{-1}$$

und  $t_b = \frac{T \epsilon}{(\epsilon + \delta)} \left[ \left( \frac{p_b \alpha_b}{w \beta_b} \right)^{1-\rho} \left( \frac{\varphi}{1-\varphi} \right)^\rho + 1 \right]^{-1}$ .

### 3.3. Bedeutung für Sozialkapital

Das gesellschaftliche Sozialkapital erhöht sich mit dem Wert der Güter in der Nutzenfunktion ( $\delta$  und  $\epsilon$ ) sowie in der Produktionsfunktion ( $1-\phi$ ). In unserem Beispiel sind die Produktion von (a) und (b) streng abhängig von der in die Produktion investierten Zeit, so dass  $\sigma$  und  $\rho$  streng kleiner als 1 sind. Dies bedeutet, dass Sozialkapital steigt, wenn Vorbilder oder soziale Normen die Nutzenfunktion beeinflussen, zum Beispiel Familienunternehmen eine Vorbildfunktion innehaben. Es fällt, wenn Technologien steigen, die nur einen Faktor begünstigen, zum Beispiel wenn bessere Fernseher produziert werden.

#### **4. Wie misst man Sozialkapital?**

Wie misst man eine so schwer fassbare Variable wie Sozialkapital? Direkt quantifizierbar, wie das mit Hilfe der Investitionshöhe berechnete physische Kapital, ist Sozialkapital nicht. Es ist schon eher vergleichbar mit Humankapital, für das Forscher Proxy- oder Instrumentalvariablen finden. Im Falle von Humankapital wird meistens die Anzahl der Ausbildungsjahre oder der höchste erreichte Grad der Ausbildung in Betracht gezogen. Doch eine solch offensichtliche Variable lässt sich im Falle von Sozialkapital nicht finden, denn zu vielschichtig sind die Möglichkeiten, es zu sammeln und zu komplex ist der Prozess der Akkumulation.

Ein Ausdruck von hohem Sozialkapital ist sicherlich, wenn sich Menschen in einer Gesellschaft ein hohes Maß an Vertrauen entgegenbringen. Allerdings ist Vertrauen sehr schwer zu messen. Es gibt natürlich die Möglichkeit, die Menschen einfach zu fragen. Seit 1972 wird in den USA das National Opinion Research Center's General Social Survey (GSS) durchgeführt, eine Querschnittumfrage und das Pendant zur deutschen ALLBUS, in der Befragte unter anderem angeben, inwiefern sie anderen vertrauen. Veränderungen in den Antworten zwischen alten und jüngeren Kohorten wurden von einigen Forschern als Beweis für eine Verringerung im Sozialkapital der USA bewertet.

Eine zweite empirische Methodik beruht auf Daten zu Vereinsmitgliedschaften. Angefangen mit Putnams (1995) einflussreicher Studie *Bowling Alone* konzentrieren sich viele amerikanische Forscher auf eine Variable des GSS, in der Vereinsmitgliedschaften festgehalten werden. Hierzu zählen die gesamte Spannweite von Vereinigungen, vom Fußballverein zum Kirchenchor und vom Strickclub bis zu Gewerkschaft und Partei. Den

überzeugendsten Nutzen dieser Datensätze findet man in Studien, in denen Sozialkapital als beständiges Attribut des Individuums gesehen wird. Denn durch die Mitgliedschaft in einer Organisation tritt man automatisch einem sozialen Netzwerk bei, profitiert von dessen Verbindungen und erhöht dadurch seine Bestandsgröße an Sozialkapital. Leider misst diese GSS-Variable nicht die Anzahl der Vereinigungen, sondern nur die Anzahl der Kategorien, in denen der Befragte Mitglied ist. Es ist keine Aussage über die Größe der Organisation möglich, und auch nicht über deren Relevanz zu sozialen Themen. So ist beispielsweise zu vermuten, dass die Mitgliedschaft im örtlichen Fußballverein einen deutlich höheren Beitrag zum Sozialkapital einer Gemeinschaft leistet als die Mitgliedschaft in einer zwei Mann starken rechtsradikalen Partei. Daher sind die Daten aus Umfragen wie dem GSS mit Vorsicht zu genießen. Sie werden jedoch oft benutzt oder formen in Form von vergleichbaren Eurostat-Daten die Grundlage eines Index, zum Beispiel in Freitag & Kirchner (2011). In meiner empirischen Analyse verknüpfte ich all diese Optionen zur Messung von Sozialkapital, um ein möglichst allumfassendes Bild der gesellschaftlichen Zusammenhänge zwischen Sozialkapital und Familienunternehmen zu ermöglichen. So nutze ich Fragen zu Vertrauen, Einstellung zu sozialen Fragen und zum gesellschaftlichen Engagement, um eine möglichst breite Interpretation von Sozialkapital abzudecken.

## **5. Datengrundlage und Empirisches Modell**

Um den Anteil der Familienunternehmen auf Ebene der Bundesländer zu schätzen, wird das Betriebspanel des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) genutzt, Wellen 2007-2012, Projektnummer fdz720. Der Datenzugang erfolgte mittels kontrollierter Datenfernverarbeitung beim Forschungsdatenzentrum des IAB in Nürnberg.

Das IAB-Betriebspanel ist eine jährliche Wiederholungsbefragung bei Betrieben in Deutschland. Das Panel startete zuerst im Jahr 1993 in Westdeutschland und wurde 1996 auch auf die neuen Bundesländer ausgeweitet. Befragt werden Betriebe in allen Branchen und aller Größen mit mindestens einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten. Die Betriebe werden in einer Zufallsstichprobe aus der Betriebsdatei der Bundesagentur für Arbeit gezogen, die rund 2 Millionen Betriebe enthält. Durch Bereitstellung der korrekten Gewichtungsfaktoren erlaubt die Stichprobe repräsentative Berechnungen auf Ebene der Bundesländer, was für die Aussagekraft meiner Arbeit entscheidend ist (Ellguth et al. 2014, Fischer, et al. 2009). Familienunternehmen definiere ich im engen Sinne als Betriebe, die von ausschließlich oder teilweise von den Eigentümern geführt werden (Gottschalk 2011). Tabellen 1 und 2 zeigen den Anteil der Familienunternehmen und der Beschäftigten in Familienunternehmen auf Basis des IAB-Betriebspanels für die Jahre 2007 bis 2012.

Mit der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) messe ich die Daten zum Sozialkapital. ALLBUS sammelt Daten über Einstellungen, Verhaltensweisen und Sozialstruktur der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland. Seit 1980 wird alle zwei Jahre ein repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung mit einem teils identischen, teils wechselnden Fragenkatalog konfrontiert (GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften 2011).

Folgende Fragen der ALLBUS-Untersuchung liegen den in dieser Arbeit genutzten Sozialkapital-Variablen zu Grunde.

- Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja) – „Kann man den meisten Menschen vertrauen?“
- Mitgliedschaften (Skala: 0 Nein, 100 Ja) – „Sind Sie derzeit Mitglied in einer der folgenden Organisationen: Hilfsorganisation, Organisation für Menschenrechte oder Umweltorganisation?“
- Anzahl Freunde (Skala: zwischen 1 und 5) – „Mit wie vielen Personen haben Sie in den letzten sechs Monaten über Themen gesprochen, die Ihnen persönlich wichtig waren?“

Nicht alle Fragen der ALLBUS wurden in allen Jahren gestellt, so dass die Größe der Stichprobe je nach Sozialkapital-Variable deutlich schwankt. Die Variablen zum Anteil von Familienunternehmen, berechnet mit dem IAB Betriebspanel, sind für die Jahre 2007 bis 2012 verfügbar. Diese verknüpfe ich mit den Variablen aus der ALLBUS, so dass das Jahr der IAB-Daten so nahe wie möglich bei den ALLBUS-Daten liegt. Tabelle 3 zeigt eine Übersicht über die Befragten der ALLBUS und die Sozialkapital-Variablen.

Die ökonometrische Analyse schätzt folgendes Modell mit Hilfe von OLS-Regressionen:

$$S_{i,t,b} = \beta F_{t,b} + \delta \mathbf{M}_i + \eta_t + \varepsilon_{t,i,b}.$$

Subskript  $i$  beschreibt den Befragten,  $t$  das Jahr der Befragung und  $b$  das Bundesland.  $S$  ist die jeweilige Sozialkapital-Variable der ALLBUS.  $F$  ist die Variable zur Messung der Familienunternehmen, d.h. Anteil der Familienunternehmen oder Anteil der in Familienunternehmen Beschäftigten.  $\eta$  ist eine Dummy-Variable (Scheinvariable), die das Jahr der Befragung betrifft. So werden allgemeine Unterschiede berücksichtigt, welche

alle Befragten in eines Jahres betreffen, aber nicht mit Unterschieden im Anteil der Familienunternehmen zu tun haben.

**M** ist ein Vektor von individuellen Kontrollvariablen. Das erste Set an Regressionen beinhaltet nur Geschlecht, Alter und Nationalität, während das zweite auch persönliches Nettoeinkommen (Euro pro Monat), Haushaltsnettoeinkommen (Euro pro Monat), ein Set an Dummy-Variablen für Beschäftigungsstatus und eine Dummy-Variable für die ehemalige DDR hinzufügt.  $\varepsilon_{t,i,b}$  steht für den Fehler im Modell, der sowohl randomisierte Schocks als auch nicht direkt im Modell enthaltene Variablen enthält. Die Ergebnisse der Schätzung sind als statistische Zusammenhänge zu interpretieren, bei denen die im Modell enthaltenen Kontrollvariablen konstant gehalten werden. Der Koeffizient der Variable F schätzt die Veränderung in der Sozialkapital-Variable, wenn sich der Anteil der Familienunternehmen um einen Prozentpunkt erhöht und die anderen Variablen des Modells konstant gehalten werden. Der ökonometrischen Standardpraxis folgend, sind die Standardfehler nach Bundesland geklumpt, da die Fehler des Modells innerhalb eines Bundeslandes höchstwahrscheinlich stärker korrelieren als mit denen in anderen Bundesländern.

## **6. Empirische Untersuchung der Bundesländer**

Die Ergebnisse der Schätzung des obigen Modells sind in Tabellen 4 bis 7 gelistet. Zwei Variablen, berechnet im IAB-Betriebspanel, enthalten Informationen über die Rolle der Familienunternehmen auf Ebene der Bundesländer: Erstens, der Anteil der eigentümergeführten Familienunternehmen an allen Unternehmen. Zweitens, der Anteil an Beschäftigten in eigentümergeführten Familienunternehmen an allen Beschäftigten. Es

werden jeweils zwei Modelle geschätzt für jede der beiden Familienunternehmen-Variablen. Das erste Modell enthält nicht die volle Anzahl an Kontrollvariablen, nämlich neben der Familienunternehmen-Variable nur das Geschlecht, das Alter und das Set an Dummy-Variablen für das Jahr der Befragung (sogenannte Jahr Fixed Effects). Dies erlaubt zunächst ein Verständnis der rohen Zusammenhänge in den Daten.

Das zweite Modell ist ausführlicher und kontrolliert zusätzlich für den Beschäftigungsstatus des Befragten (durch Dummy-Variablen für keine, Vollzeit-, Teilzeit-, oder sehr geringfügige Arbeit), das Nettoeinkommen, das Haushaltsnettoeinkommen und ob das Bundesland in der ehemalige DDR liegt. So lässt sich die Relation zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital von anderen, zu Grunde liegenden Faktoren isolieren. Beispielsweise könnte es sein, dass die Relation zwischen Familienunternehmen und Sozialkapital nur darauf zurückzuführen ist, dass in der ehemaligen DDR sowohl Familienunternehmen als auch Sozialkapital höher waren. Dann wäre aber der entscheidende Faktor, der den statistischen Zusammenhang bestimmt, nicht mehr die Rolle von Familienunternehmen, sondern die politische Ideologie der DDR: Zum einen, die Zerschlagung von Familieneigentum und Familienunternehmen, und zum anderen die ständige Überwachung und Vernichtung von Sozialkapital. Indem man statistisch kontrolliert, ob das Bundesland des Befragten Teil der ehemaligen DDR war oder nicht, lassen sich derartige Fehlschlüsse vermeiden. Ähnliche Argumente führen auch zur Berücksichtigung von Einkommen, Beschäftigungsstatus, Alter und Geschlecht des Befragten im zweiten empirischen Modell.

Die Kernaussagen der ökonometrischen Analyse lassen sich wie folgt darstellen.

1. Das *Vertrauen* in Mitmenschen ist mit der Präsenz von Familienunternehmen im Bundesland des Befragten verwoben. Im zweiten Modell mit ausführlichen Kontrollvariablen korreliert eine Erhöhung des Anteils der Familienunternehmen um einen Prozentpunkt mit einer Erhöhung im Vertrauen der Menschen um 0,29 Prozentpunkte. In ähnlicher Weise korreliert eine Erhöhung des Anteils der Beschäftigten in Familienunternehmen um einen Prozentpunkt mit einer Erhöhung im Vertrauen um 0,14 Prozentpunkte. Die Ergebnisse im ersten und zweiten Modell sind quantitativ ähnlich, was darauf hinweist, dass die Inklusion weiterer Kontrollvariablen zu keinem signifikanten Unterschied in der Interpretation führt. Alle Ergebnisse sind statistisch signifikant und damit aussagekräftig.
2. Der Zusammenhang zwischen *Mitgliedschaft in Organisationen* und Familienunternehmen lässt sich in der vorhandenen Stichprobe nur statistisch unpräzise dokumentieren. Dafür sind mehrere Faktoren verantwortlich. Erstens ist die Stichprobe mit 6.264 Befragten für diese Variablen sehr klein, im Vergleich zu den 53.984 Befragten bei der Frage nach Vertrauen. Das macht eine klare Identifizierung von Zusammenhängen automatisch schwieriger. Zweitens sind die Mitgliedschaften in Organisationen nicht unbedingt aussagekräftige Indikatoren für Sozialkapital. Dies habe ich im obigen Kapitel 4 zur Messung von Sozialkapital schon genauer erläutert. Drittens sind die Organisationen, die im ALLBUS abgefragt werden, wahrscheinlich nicht der Aspekt von Sozialkapital, der durch eigentümergeführte Unternehmen beeinflusst wird. Wenn also Familienunternehmen, diese Aspekte von Sozialkapital und diese Mitgliedschaften nur lose zusammenhängen, ist auch kein statistisch signifikantes

Ergebnis zu erwarten. Allerdings gibt es leichte Anzeichen für einen Zusammenhang zwischen dem Anteil an Familienunternehmen sowie der Mitgliedschaften in Hilfsorganisationen.

3. Die *Anzahl der Freunde* spiegelt die Größe des sozialen Netzwerks der Befragten wieder. Dies ist wiederum ein besserer Indikator für Sozialkapital und den sozialen Zusammenhalt einer Gesellschaft. Hier gibt es wie schon im Falle von Vertrauen einen statistisch signifikanten Zusammenhang. Eine Erhöhung des Anteils der Familienunternehmen in einem Bundesland um einen Prozentpunkt ist im zweiten Modell assoziiert mit 0,04 mehr Freunden – ein Wert, der doppelt so hoch ist wie der negative Effekt höheren Alters. Die Länder der ehemaligen DDR zeigen wie erwartet schwächeres Sozialkapital, zum Beispiel durch 0,46 weniger Freunde, die Menschen in den östlichen Bundesländern haben.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass ein klarer Zusammenhang zwischen der Verbreitung von Familienunternehmen und gesellschaftlichem Vertrauen besteht, ein undeutlicher Zusammenhang zwischen Familienunternehmen und Mitgliedschaften in Organisationen sowie ein schwacher, aber statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen Familienunternehmen und Freundesnetzwerken. Ein zweifelsfreier kausaler Effekt von Familienunternehmen auf Sozialkapital lässt sich mit diesen Ergebnissen nicht etablieren. Dafür bräuchte man (quasi-) experimentelle Methoden. Die Ergebnisse sind jedoch ein deutlicher empirischer Nachweis, dass ein hoher Anteil an Familienunternehmen ein gutes Zeichen für die soziale Struktur einer Gesellschaft ist.

## **7. Schluss**

Die einleitende Frage dieser Arbeit war: Prägen Familienunternehmen neben der wirtschaftlichen auch die soziale Struktur Deutschlands? Die ökonometrische Analyse dieser Arbeit lässt tatsächlich auf einen positiven Zusammenhang zwischen Sozialkapital und Familienunternehmen schließen. Die beste Evidenz ist, dass Menschen, die in Bundesländern mit einem höheren Anteil an Familienunternehmen leben, ihren Mitmenschen einen höheren Grad an Vertrauen entgegen bringen. Das gleiche gilt für Menschen, die in Bundesländern mit einem höheren Anteil an Beschäftigten in Familienunternehmen leben. Diese Relation ist statistisch signifikant und bleibt bestehen, wenn man Faktoren wie Einkommen, Heimat in der ehemaligen DDR, das Jahr der Befragung und den Beschäftigungsstatus des Befragten durch statistische Kontrollmechanismen konstant hält.

Die empirische Analyse zeigt also: Ein hoher Anteil an Familienunternehmen in der lokalen Wirtschaft ist ein gutes Zeichen für die soziale Struktur einer Gesellschaft. Weiterführende Arbeiten sollten nun die kausalen Mechanismen untersuchen, die dieser Relation zu Grunde liegen. Eine wichtige Frage ist zum Beispiel, ob das aktive ehrenamtliche Engagement oder die stille Vorbildfunktion der Familienunternehmen entscheidend für ihren Einfluss auf Sozialkapital ist. Des Weiteren wäre interessant zu beobachten, ob Angestellte in Familienunternehmen sich anders verhalten als die in anonymen Großkonzernen.

## 8. Literaturverzeichnis

- Aguiar, M. & E. Hurst (2006). "Measuring Trends in Leisure: The Allocation of Time Over Five Decades," NBER Working Papers 12082.
- Andersen, R., J. Curtis & E. Grabb (2006). "Trends in Civic Association Activity in Four Democracies: The Special Case of Women in the United States," *American Sociological Review* 71(3), S. 376-400.
- Andriani, L. (2012). "Social Capital, Industrial Districts and Regional Unemployment in Italy," CIMR Research Working Paper No. 9.
- Bandiera, O., I. Barankay & I. Rasul (2008). "Social capital in the workplace: Evidence on its formation and consequences," *Labour Economics* 15(4), S. 724-748.
- Baumgartner, F. & J. L. Walker (1988). "Survey Research and Membership in Voluntary Associations," *American Journal of Political Science* 32(4), S. 908-928.
- Becker, G.S. (1965). "A Theory of the Allocation of Time," *The Economic Journal* 75(299), S. 493-517.
- Bourdieu, P. (1986). "Forms of Capital," In: Richardson, J. G. (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, S. 241-260.
- Coleman, J. S. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital," *American Journal of Sociology* 94, S. S95-S120.
- Ellguth, P, S. Kohau & I. Möller (2014). „The IAB Establishment Panel - methodological essentials and data quality," *Journal for Labour Market Research* 4( 1-2), S. 27-41.
- Fischer, Gabriele, F. Janik, D. Müller & A. Schmucker (2009). The IAB Establishment Panel – things users should know. *Schmollers Jahrbuch. Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften* 129(1), S. 133-148.
- Freitag, M. & A. Kirchner (2011). "Social Capital and Unemployment: A Macro-Quantitative Analysis of the European Regions," *Political Studies* 59(2), S. 389-410.
- GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2011). *Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften ALLBUS*. GESIS Datenarchiv, Köln. ZA4610 Datenfile Version 1.1.0, doi:10.4232/1.10760.
- Gottschalk, Sandra (2011), *Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen*. München: Stiftung Familienunternehmen.
- Gimenez-Nadal, J. I. & A. Sevilla-Sanz (2012). "Trends in time allocation: A cross-country analysis," *European Economic Review* 56(6), S. 1338-1359.
- Helliwell, J.F. & R. D. Putnam (1995). "Economic Growth and Social Capital in Italy," *Eastern Economic Journal* 21(3), S. 295-307.
- Layard, R. (2005). *Happiness - Lessons from a New Science*. The Penguin Press.
- Putnam, R. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital," *Journal of Democracy* 6(1), S. 65-78.
- Quentin, D., A. Janiak & W. Etienne (2010). "Local social capital and geographical mobility," *Journal of Urban Economics* 68(2), S. 191-204.
- Schäfer, Henry (2007). *Das gesellschaftliche Engagement von Familienunternehmen*. München: Stiftung Familienunternehmen.
- Sobel, J. (2002). "Can We Trust Social Capital?," *Journal of Economic Literature*, 40(1), S. 139-154.
- Stiglitz, J. E., A. Sen & J. P. Fitoussi (2009). "Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress," OECD.
- Walter, N. (1998). *Die Rolle mittelständischer Familienunternehmen in Wirtschaft und Gesellschaft*. Erfolgreiche Unternehmensnachfolge: Konzepte.

## **9. Tabellen im Appendix**

Tabelle 1: Anteil der Familienunternehmen nach Bundesland

Tabelle 2: Anteil der Beschäftigten in Familienunternehmen nach Bundesland

Tabelle 3: Befragte der ALLBUS und Sozialkapital-Variablen nach Bundesland

Tabelle 4: Regressionstabelle für Firmen I

Tabelle 5: Regressionstabelle für Firmen II

Tabelle 6: Regressionstabelle für Beschäftigte I

Tabelle 7: Regressionstabelle für Beschäftigte II

**Tabelle 1: Anteil der Familienunternehmen nach Bundesland**

<b>Bundesland</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Total</b>
Schleswig-Holstein	84.26	83.4	81.54	81.6	83.91	82.25	84.07
Hamburg	82.6	83.64	78.87	82.22	80.3	82.08	82.63
Niedersachsen	80.34	80.72	78.63	82	82.32	79.99	80.44
Bremen	72.71	74.64	72	73.05	73.59	73.84	72.81
Nordrhein-Westfalen	82.96	82.65	84.16	81.61	81.92	82.18	82.88
Hessen	80.12	78.88	78.68	77.27	78.94	78.89	79.92
Rheinland-Pfalz	81.33	81.67	81.59	82.46	82.85	83.32	81.4
Baden-Wuerttemberg	81.94	81.47	81.14	81.15	81.51	81.51	81.88
Bayern	82.52	81.43	80.62	80.07	81.06	81.27	82.31
Saarland	83.48	83.2	84.51	82.87	82.12	83.64	83.43
Berlin	80.89	80.29	80.91	82.01	81.41	77.33	80.9
Brandenburg	81.26	82.26	82.29	80.8	77.33	78.31	81.31
Mecklenburg-Vorpommern	79.64	80.11	79.74	78.96	78.28	75.5	79.62
Sachsen	82.06	81.1	81.22	83.46	82.51	81.92	82.06
Sachsen-Anhalt	77.55	78.58	80.26	79.46	80.82	80.15	77.79
Thüringen	79.63	79.66	77.66	78.34	78.19	80.35	79.53
Total	81.59	81.17	80.24	80.75	80.44	80.16	81.52

Diese Zahlen wurden mit Hilfe des Betriebspanels des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) berechnet. Sie beruhen auf einer repräsentativen Stichprobe und daher sind leichte Abweichungen nicht auszuschließen.

**Tabelle 2: Anteil der Beschäftigten in Familienunternehmen nach Bundesland**

<b>Bundesland</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Total</b>
Schleswig-Holstein	58.81	58.11	56.41	55.83	55.26	54.42	58.61
Hamburg	38.55	41.33	31.4	36.55	40.9	41.5	38.61
Niedersachsen	51.75	49.99	49.18	49.38	48.69	49.95	51.54
Bremen	33.62	37.07	39.25	39.18	35.14	38.36	34.03
Nordrhein-Westfalen	48.5	48.35	48.86	47.64	47.59	50.29	48.45
Hessen	44.06	41.74	40.22	39.84	41.28	39.63	43.73
Rheinland-Pfalz	53.39	52.12	52.62	53.89	57.45	54.92	53.34
Baden-Wuerttemberg	48.29	47.88	49.01	45.97	48.96	49.05	48.15
Bayern	52.39	53.06	50.37	51.39	51.32	52.64	52.37
Saarland	52.4	53.6	55.49	55.65	57.6	56.41	52.67
Berlin	39.57	43.76	42.51	39.91	43.53	43.54	39.77
Brandenburg	45.4	46.77	46.55	46.62	44.68	44.34	45.61
Mecklenburg-Vorpommern	50.56	51.49	49	47.13	49.47	49.46	50.36
Sachsen	49.42	52.2	48.36	49.71	50.28	51.18	49.69
Sachsen-Anhalt	47.59	46.93	48.64	47.39	49.76	51.78	47.52
Thüringen	49.78	50.4	52.83	51.15	51.58	51.23	49.95
Total	48.92	49.3	47.54	48.17	48.34	48.67	48.91

Diese Zahlen wurden mit Hilfe des Betriebspanels des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) berechnet. Sie beruhen auf einer repräsentativen Stichprobe und daher sind leichte Abweichungen nicht auszuschließen.

**Tabelle 3: Befragte der ALLBUS und Sozialkapital-Variablen nach Bundesland**

Bundesland	Größe der Stichprobe	Durchschnittswerte						
		Alter	% weiblich	% deutsch	Nettoeinkommen des Haushalts (Euro/Monat)	Anzahl der Mitgliedschaften in Organisationen und Verbaenden	Anzahl von Freunden (Skala: 1-5)	Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja)
Schleswig-Holstein	1836	47	50	98	1847	0.96	2.7	10
Hamburg	1119	46	52	95	1796	1.00	3.19	8
Niedersachsen	4900	46	51	97	1919	1.06	2.77	10
Bremen	439	47	51	97	1720	0.97	2.29	7
Nordrhein-Westfalen	11223	47	53	95	1878	0.80	2.81	10
Hessen	3914	47	53	95	2026	1.03	2.43	11
Rheinland-Pfalz	2486	48	52	97	1901	1.07	2.98	12
Baden-Wuerttemberg	6164	46	52	94	2014	1.03	2.78	11
Bayern	7904	47	53	96	2027	1.21	2.95	12
Saarland	712	47	52	95	1765	1.01	2	11
Berlin	2257	45	53	95	1686	0.68	2.7	10
Brandenburg	2119	48	51	99	1629	0.64	2.43	19
Mecklenburg-Vorpommern	1412	47	52	98	1526	0.54	2.09	19
Sachsen	3479	48	50	99	1545	0.56	2.43	17
Sachsen-Anhalt	2268	49	52	99	1505	0.63	2.16	18
Thueringen	2059	48	54	99	1511	0.69	2	19
Summe	54291	47	52	96	1822	0.89	2.63	12

### Regressionsstabelle für Firmen I

VARIABLEN	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja)	Mitgliedschaft in (Skala: 0 Nein, 100 Ja)			Anzahl Freunde (Skala: 1-5)
		Hilfsorganisation	Organisation für Menschenrechte	Umweltorganisation	
Prozent FU	0,26** (0,09)	0,51 (0,55)	0,08 (0,11)	0,10 (0,30)	0,09* (0,04)
Weiblich	-0,01*** (0,00)	0,02*** (0,00)	0,00 (0,00)	-0,00 (0,01)	0,00*** (0,00)
Alter	0,07*** (0,01)	0,16*** (0,03)	-0,01 (0,01)	-0,03 (0,02)	-0,02*** (0,00)
Deutsch	-0,00 (0,01)	0,06*** (0,01)	0,00 (0,00)	0,04*** (0,01)	0,00* (0,00)
Konstante	-23,54*** (7,66)	-45,82 (45,43)	-5,07 (9,20)	-3,88 (24,73)	-3,70 (3,50)
Größe der Stichprobe	53.984	6.264	6.263	6.264	1.332
Jahr FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beschäftigungsstatus FE	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein

Standardfehler geklumpt nach Bundesland.

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Die Stichprobe enthält alle ALLBUS Befragten, die auf die jeweilige Frage Antwort gaben.

## Regressionstabelle für Firmen II

VARIABLEN	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja)	Mitgliedschaft in (Skala: 0 Nein, 100 Ja)			Anzahl Freunde (Skala: 1-5)
		Hilfsorganisation	Organisation für Menschenrechte	Umweltorganisation	
Prozent FU	0,29** (0,12)	0,26 (0,36)	-0,06 (0,08)	-0,39 (0,30)	0,04** (0,02)
Weiblich	-0,01*** (0,00)	0,02** (0,01)	0,01 (0,00)	0,01 (0,01)	0,00*** (0,00)
Alter	0,07*** (0,01)	0,15*** (0,04)	-0,01 (0,02)	-0,07* (0,03)	-0,02*** (0,00)
Deutsch	0,00 (0,01)	0,07*** (0,02)	0,00 (0,01)	0,04** (0,01)	0,00** (0,00)
Nettoeinkommen	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)	0,00* (0,00)	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)
Haushaltsnettoeinkommen	0,00 (0,00)	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	0,00*** (0,00)
Ehemalige DDR	-1,09 (0,69)	-5,70*** (1,66)	-0,76 (0,46)	-3,61** (1,25)	-0,46*** (0,11)
Konstante	-28,44*** (9,13)	-31,68 (29,29)	4,71 (6,86)	34,16 (24,93)	-0,90 (1,39)
Größe der Stichprobe	26.534	4.236	4.235	4.235	914
Jahr FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beschäftigungsstatus FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja

Standardfehler geklumpt nach Bundesland.

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Die Stichprobe enthaelt alle ALLBUS Befragten, die auf die jeweilige Frage Antwort gaben.

### Regressionstabelle für Beschäftigte I

VARIABLEN	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja)	Mitgliedschaft in (Skala: 0 Nein, 100 Ja)			Anzahl Freunde (Skala: 1-5)
		Hilfsorganisation	Organisation für Menschenrechte	Umweltorganisation	
Prozent Beschäftigte in FU	0,09** (0,04)	0,18 (0,26)	0,04 (0,04)	0,11 (0,18)	0,01 (0,02)
Weiblich	-0,01*** (0,00)	0,02*** (0,00)	0,00 (0,00)	-0,00 (0,01)	0,00*** (0,00)
Alter	0,07*** (0,01)	0,16*** (0,03)	-0,01 (0,01)	-0,03 (0,02)	-0,02*** (0,00)
Deutsch	-0,00 (0,01)	0,06*** (0,01)	0,00 (0,00)	0,04*** (0,01)	0,00 (0,00)
Konstante	-6,54*** (1,45)	-13,23 (12,80)	-0,08 (1,93)	-0,63 (7,69)	2,82*** (0,71)
Größe der Stichprobe	53.984	6.264	6.263	6.264	1.332
Jahr FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beschäftigungsstatus FE	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein

Standardfehler geklumpt nach Bundesland.

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Die Stichprobe enthält alle ALLBUS Befragten, die auf die jeweilige Frage Antwort gaben.

## Regressionstabelle für Beschäftigte II

VARIABLEN	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Vertrauen in Mitmenschen (Skala: 0 Nein, 50 Teilweise, 100 Ja)	Mitgliedschaft in (Skala: 0 Nein, 100 Ja)			Anzahl Freunde (Skala: 1-5)
		Hilfsorganisation	Organisation für Menschenrechte	Umweltorganisation	
Prozent Beschäftigte in FU	0,14** (0,06)	0,29 (0,18)	0,01 (0,04)	0,20 (0,14)	0,00 (0,01)
Weiblich	-0,01*** (0,00)	0,02** (0,01)	0,01 (0,00)	0,01 (0,01)	0,00** (0,00)
Alter	0,07*** (0,01)	0,15*** (0,04)	-0,01 (0,02)	-0,07** (0,03)	-0,02*** (0,00)
Deutsch	0,00 (0,01)	0,07*** (0,02)	0,00 (0,01)	0,03** (0,01)	0,00** (0,00)
Nettoeinkommen	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)	0,00* (0,00)	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)
Haushaltsnettoeinkommen	0,00 (0,00)	0,00*** (0,00)	0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)	0,00*** (0,00)
Ehemalige DDR	-1,46** (0,59)	-6,02*** (1,48)	-0,72 (0,44)	-3,38** (1,28)	-0,48*** (0,12)
Konstante	-11,86*** (2,21)	-24,43** (8,98)	-0,49 (1,58)	-6,66 (6,20)	2,45*** (0,58)
Größe der Stichprobe	26.534	4.236	4.235	4.235	914
Jahr FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beschäftigungsstatus FE	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja

Standardfehler geklumpt nach Bundesland.

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Die Stichprobe enthält alle ALLBUS Befragten, die auf die jeweilige Frage Antwort gaben.