



Presseinformation

München, den 6. März 2014

Der Familienunternehmer - soziales Wesen oder kalter Zahlenmensch?

Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen im Vergleich

Zwischen Familienunternehmern und Geschäftsführern von Nicht-Familienunternehmen bestehen signifikante Unterschiede bezogen auf die Motivlage der Unternehmensführung. Die Familienunternehmer verfolgen stärker mitarbeiterorientierte oder soziale Ziele als die Vergleichsgruppe, wie die Studie „Soziales Wesen oder kalter Zahlenmensch“ des Instituts für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim belegt. Die repräsentative Untersuchung im Auftrag der Stiftung Familienunternehmen sollte herausfinden, wie nahe beide Gruppen dem Konzept des „homo oeconomicus“ stehen, der für sich Nutzen und Gewinn maximiert.

In der Befragung gaben 92,2 Prozent der Familienunternehmen an, es sei eher bzw. äußerst wichtig, ihren Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten, aber nur 76,5 Prozent der Nicht-Familienunternehmen. 59,7 Prozent der Familienbetriebe, jedoch nur 43,7 Prozent der Nicht-Familienunternehmen unterstützen karitative oder sportliche Aktivitäten, Vereine oder Stiftungen. In ihrer Gewinnorientierung oder Risikobereitschaft unterscheiden sich die beiden Gruppen dagegen kaum.

„Familienunternehmen sind offensichtlich anders. Sie verfolgen ihre wirtschaftlichen Ziele auf eine gesellschaftlich verträglichere Art und Weise als Nicht-Familienunternehmen“, kommentiert Prof. Rainer Kirchdörfer, Vorstand der Stiftung Familienunternehmen, die Studie. „Die Familienunternehmen kommen dem „Good Corporate Citizen“ nahe, der eher verantwortlich und im Sinne der Gesellschaft handelt“, stellt Prof. Michael Woywode, einer der Autoren, fest.

Die Stichprobe für die Befragung umfasst 587 Interviews (mit den Inhabern bzw. Geschäftsführern von Familienunternehmen sowie mit Geschäftsführern bei Nicht-Familienunternehmen jeweils in der Größenklasse von mehr als 50 Mitarbeitern). 259 bzw. 44,12 Prozent davon sind Familienunternehmen.

Einen Schwerpunkt legt die Untersuchung auf das Thema Besteuerung. Rund 90 Prozent der befragten Entscheider beider Unternehmenstypen gaben an, dass es sehr wichtig oder wichtig sei, Steuern zu zahlen, um die staatliche Handlungsfähigkeit zu gewährleisten. Ebenfalls 90 Prozent halten es für eine moralische Verpflichtung, Steuern zu zahlen. 63 Prozent sind weiter der Meinung, dass man bereit sein müsse, seinen Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten, auch wenn andere mehr staatliche Leistungen in Anspruch nähmen. „Diese Befragungsergebnisse zeigen, dass es um die Steuermoral in großen Teilen der Wirtschaft besser bestellt ist als immer wieder behauptet“, merkt Kirchdörfer an.



Der Erbschaftsteuer fehlt es an Akzeptanz

Als höchst ungerecht jedoch bewerten die Verantwortlichen von Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen die Erbschaftsteuer. Weniger als 17 Prozent der Befragten halten sie für eher oder sehr gerecht. 47,1 Prozent der Familienunternehmer und 45,3 Prozent der Nicht-Familienunternehmer halten sie hingegen für ungerecht bzw. sehr ungerecht. Abgelehnt wird diese Form der Substanzbesteuerung vor allem von Unternehmen, die vor 1945 gegründet wurden, sowie von solchen, die in den letzten Jahren eine Unternehmensnachfolge vollzogen haben bzw. in den nächsten Jahren planen. „Das Bundesverfassungsgericht wird voraussichtlich dieses Jahr entscheiden, ob die Entlastung des Betriebsvermögens bei der Erbschaftsteuer verfassungskonform ist. Wer diese Steuer ausweiten will, der schwächt die Akzeptanz des Steuersystems“, sagt Kirchdörfer.

Die Studie belegt auch, wie gut die Bundesregierung daran tut, auf Vermögensteuern zu verzichten. Die Befragung zeigt, dass eine Vermögensteuer gerade von den Unternehmen abgelehnt wird, die soziales Engagement freiwillig und nicht ökonomisch motiviert betreiben. Zudem würde fast ein Viertel der Familienunternehmen im Fall einer jährlichen Vermögensteuer von ein oder 1,5 Prozent eine Verlagerung ins Ausland in Betracht ziehen, ein gemessen an der regionalen Verankerung der Firmen sehr hoher Wert.

Weitere Informationen:

Hartmut Kistenfeger
Leiter Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Stiftung Familienunternehmen
Prinzregentenstraße 50
D-80538 München

Tel.: +49 (0) 89 / 12 76 400 06
Fax: +49 (0) 89 / 12 76 400 09

kistenfeger@familienunternehmen.de
www.familienunternehmen.de