

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgelesen haben,

- haben Sie einen Überblick über die externen Einflussfaktoren, die auf ein Unternehmen einwirken,
- sind Sie mit dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ und mit verwandten Konzepten vertraut und können zwischen diesen unterscheiden,
- können Sie die verschiedenen Wirtschaftsordnungen voneinander unterscheiden,
- kennen Sie die unterschiedlichen Rechtsformen von Gesellschaften,
- wissen Sie, welche Kriterien bei einer Rechtsformwahl wichtig sind,
- kennen Sie die unterschiedlichen Ebenen der Arbeitsbeziehungen und können die Mitbestimmungsgesetze zuordnen,
- kennen Sie die Kriterien, die bei der Standortentscheidung eine Rolle spielen,
- haben Sie einen Überblick darüber, wie die Digitalisierung das Umfeld von Unternehmen beeinflusst.

2.1 Grundlagen

Unternehmen sind eng mit ihrer Umwelt verknüpft, sie bilden ein Teilsystem ihres Umfeldes. Dieses kann differenziert werden in ein direktes Umfeld und die weitere Umgebung, die sich in ein gesellschaftliches, wirtschaftliches, rechtliches und technologisches Unternehmensumfeld gliedern lässt. Abb. 2.1 zeigt die Anordnung der Umfelder, die auf das Unternehmen einwirken.

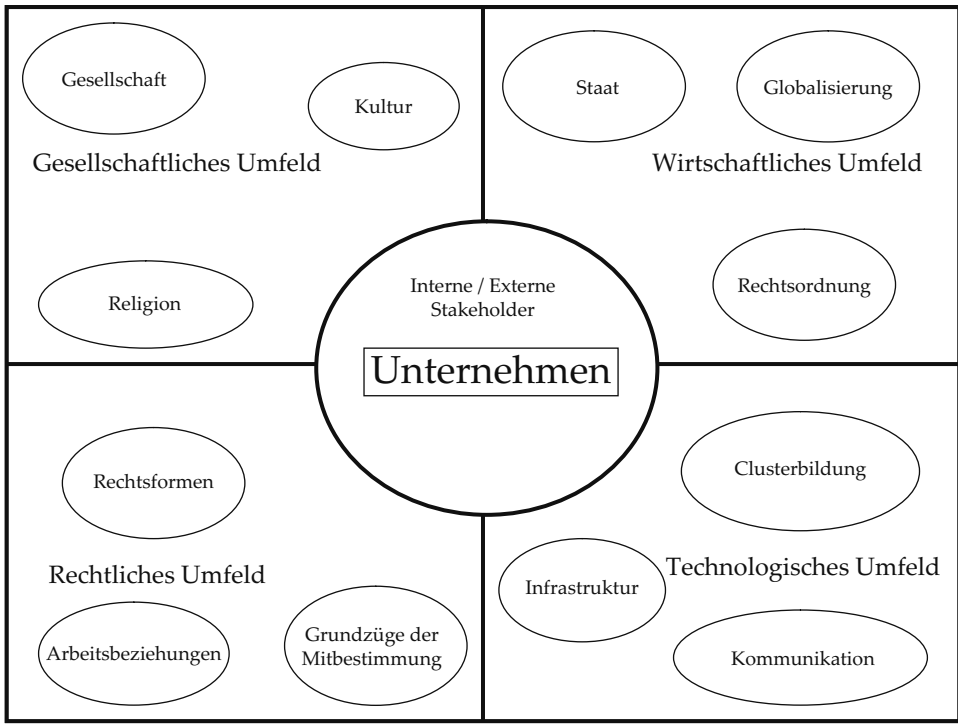


Abb. 2.1 Einflüsse der verschiedenen Umfelder auf das Unternehmen

Das direkte Unternehmensumfeld besteht aus den sog. Stakeholdern, die ein Interesse an der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens haben. Es wird dabei zwischen internen und externen Stakeholdern unterschieden. Zu den internen gehören Interessensgruppen im Unternehmen, wie Management, Mitarbeiter und Eigentümer. Als externe Stakeholder werden Interessensgruppen bezeichnet, die von außerhalb auf das Unternehmen einwirken. Dazu gehören Lieferanten, Gläubiger, Kunden, Staat und Gesellschaft.

Im Folgenden werden die einzelnen Unternehmensumfelder beschrieben und deren Bedeutung im betriebswirtschaftlichen Kontext skizziert.

2.2 Gesellschaftliches Umfeld

Unternehmen bilden ein Teilsystem der Gesellschaft und stehen folglich in permanenter wechselseitiger Beziehung mit ihr. Gesellschaftliche Faktoren wirken indirekt und direkt auf der Input- und Outputseite des Unternehmens ein. Das Unternehmen selbst beeinflusst wiederum durch seine Personal- oder Sozialpolitik die Gesellschaft in der es tätig ist.

2.2.1 Gesellschaft und Kultur

Gesellschaften sind im Wesentlichen durch die Art und Weise gekennzeichnet, in der ihre Mitglieder den Lebensunterhalt bestreiten: Es wird daher z. B. zwischen Agrargesellschaft, Industriegesellschaft und Dienstleistungsgesellschaft unterschieden. Gesellschaften entwickeln sich im Zeitablauf immer weiter.

Zu Beginn der gesellschaftlichen Entwicklung steht die Agrargesellschaft, die in Deutschland und dem restlichen Europa Anfang des 19. Jahrhunderts durch die Industriegesellschaft abgelöst wurde. Heute spricht man in Deutschland von einer Dienstleistungs- oder auch Wissensgesellschaft.

Menschen werden durch Sozialisationsprozesse Teil einer Gesellschaft, sie erlernen so bereits in ihrer frühen Kindheit gesellschaftsspezifische Verhaltensregeln, die sie für ihr gesamtes Leben prägen. Diese Sozialisationsprozesse sind unter anderem territorial zu unterscheiden, so wird ein Kind, das in Afrika aufwächst, in eine andere Gesellschaft und deren Kultur eingegliedert als ein Kind aus Deutschland.

Ein weiteres wichtiges Element für das Handeln wirtschaftlicher Akteure bildet die Kultur einer Gesellschaft. Die **Kultur** bezeichnet die Gesamtheit der Lebensformen, Wertvorstellungen und die von Menschen geprägten Lebensbedingungen einer Bevölkerung in einem historisch und regional abgegrenzten (Zeit-) Raum. Eine kulturelle Besonderheit bildet die Religion.

Die Kultur bildet einen wichtigen Ansatzpunkt des wirtschaftlichen Handelns, sowohl im nationalen wie auch im internationalen Kontext (siehe auch Kap. 12). Die Kultur hat einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Werte und Normen einer Gesellschaft. Diese wirken sich wiederum auf das betriebswirtschaftliche Geschehen aus. Änderungen in den Wertvorstellungen in den letzten Jahrzehnten sind u. a. dafür mitverantwortlich, dass Unternehmen, die Umweltprobleme ignorieren, mit erhöhter Wahrscheinlichkeit ein schlechtes Image erwerben, was wiederum ungünstige Folgen für den Absatz ihrer Produkte bedeuten kann.

Die gesellschaftlichen Faktoren spielen in vielen Bereichen eines Unternehmens eine Rolle. Neben der Relevanz für den Bereich Marketing muss auch u. a. in der Unternehmensorganisation und dem Personalbereich auf das gesellschaftliche Umfeld eingegangen werden. Hier spielen z. B. das Bildungsniveau einer Gesellschaft aber auch deren Wertekanon eine wichtige Rolle für die operative Ausgestaltung dieser Funktionen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es im gesellschaftlichen Umfeld u. a. die kulturellen und ethnischen Eigenschaften einer Gesellschaft sind, die für Unternehmen Bedeutung besitzen. Diese Merkmale werden oft über folgende Kennzahlen beurteilt bzw. gemessen: Die *Bevölkerungsentwicklung* und *Demographie* zur Altersverteilung einer Gesellschaft. Kennzahlen wie das *Bildungsniveau*, die *Einkommensverteilung*, aber auch die *Religion(en)*, das *Konsum- und Freizeitverhalten*, die *KarriereEinstellung* und *Erwerbsmobilität*, sowie die *Kriminalität* einer Gesellschaft werden in diesem Zusammenhang oft erfasst.

2.2.2 Unternehmensverantwortung und Corporate Social Responsibility

Durch die enge Beziehung zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt, insbesondere dem gesellschaftlichen Umfeld, wird es für Unternehmen immer wichtiger, sich dieser Beziehung und der damit einhergehenden Verantwortung bewusst zu sein. Im Zuge der Globalisierung, wird es zudem für nationale Institutionen immer schwieriger, regulierend in das Wirtschaftsgeschehen einzugreifen, da dieses nicht mehr national begrenzt ist, sondern eine globale Ausdehnung erlangt hat. Territorial begrenzte Regulierungen, wie die Verwirklichung der Menschenrechte, Tarifregelungen oder Sozialabgaben können in der globalen Wirtschaft umgangen werden. Besonders bei den produzierenden Unternehmen wird aufgrund der günstigeren Personalkosten die Produktion teilweise in Länder verlagert, in denen es keine oder nur eine geringe soziale Absicherung der Mitarbeiter gibt. Die dadurch erreichten Kostenersparnisse der Unternehmen gehen mit einem Sozialabbau für die Mitarbeiter einher.

Eine Bewegung entgegen dieser Tendenz ist **Corporate Social Responsibility (CSR)**. CSR beschreibt organisationale Grundsätze und Aktionen, die einen Ausgleich von sozialen, ökologischen und ökonomischen Zielsetzungen anstreben. Anhand der sog. „triple bottom line“ soll dementsprechend nicht nur die ökonomische Performance, sondern auch die soziale und ökologische Performance von Unternehmen eine zentrale Rolle für deren Geschäftsgebaren spielen. Kennzeichnend für CSR ist zudem, dass häufig eine große Anzahl von Stakeholdern, darunter auch unternehmensexterne und deren Bedürfnisse, einbezogen, sowie Aktivitäten, die von Seiten der Unternehmen meist freiwillig durchgeführt werden. Laut ISO 26000-Leitfaden, umfasst eine CSR-Strategie die Verantwortungsübernahme eines Unternehmens für die Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Tätigkeiten auf die Gesellschaft und Umwelt durch transparentes und ethisches Verhalten, das zur nachhaltigen Entwicklung, Gesundheit und Gemeinwohl beiträgt.

CSR hat in den vergangenen Jahrzehnten sowohl in der Forschung als auch in Politik und Unternehmenspraxis an Bedeutung gewonnen. Aufgrund der immer enger werdenden Verzahnung von Unternehmen und ihrer Umwelt – insbesondere dem gesellschaftlichen Umfeld – gewinnt das Bewusstsein dieser Beziehung stetig an Relevanz. In Zuge der fortschreitenden Globalisierung wird es zudem für nationale Institutionen zunehmend schwieriger, regulierend in das sich ausdehnende Wirtschaftsgeschehen einzugreifen, da dieses sich nicht mehr klar auf nationale Grenzen beschränken lässt. Territorial begrenzte Regulierungen, wie die Einhaltung der Menschenrechte, Tarifregelungen oder Sozialabgaben, können in der globalen Wirtschaft umgangen werden. Insbesondere produzierende Unternehmen können ihre Herstellung in Länder mit niedrigeren Personalkosten verlegen, in denen es keine oder nur geringe soziale Absicherungen für Mitarbeiter gibt. Die dadurch erreichten Kostenersparnisse der Unternehmen gehen folglich mit einem Sozialabbau für die Mitarbeiter einher.

Neben CSR existieren zahlreiche weitere verwandte Konzepte, darunter Business Ethics, Sustainable Management und Corporate Citizenship. Eine klare Trennung der Begriffe ist zunächst einmal schwierig. Ethik kann als Konzeption dessen, was als richtig und gerecht wahrgenommen wird, verstanden werden. Dies kann natürlich von Person zu Person unterschiedlich aufgefasst werden.

Business Ethics projiziert das ethische Konzept nun auf den ökonomischen Bereich. Es handelt sich also um eine moralische Bewertung des zugrundeliegenden wirtschaftlichen Systems sowie dessen Akteuren, wobei die moralischen Grundsätze allumfassend anwendbar und akzeptiert sein sollten. Folglich handelt ein Unternehmen genau dann ethisch, wenn es entsprechend der allgemein als gut angesehenen Werte handelt.

Demgegenüber knüpft **Sustainable Management** an einen Nachhaltigkeitsgedanken an, welcher zwar die Bedürfnisse der heute lebenden Menschen anspricht, aber ebenso die kommenden Generationen berücksichtigt. Ziel ist es, die soziale Gerechtigkeit, den Nachhaltigkeitsgedanken und das ökonomische Prinzip in Einklang zu bringen.

Corporate Citizenship dagegen richtet sich eher an der Zusammenarbeit von Unternehmen mit zivilgesellschaftlichen Organisationen aus, insbesondere durch die Arbeit mit Spenden oder die Übernahme von Sponsorings (Corporate Giving) und Mentorenprogrammen (Corporate Volunteering).

CSR wiederum schlägt einen Bogen um alle Formen der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen: Es lässt sich hierbei grob in drei Bereiche gliedern: CSR für die Rahmenordnung, CSR für die Zivilgesellschaft und CSR im unternehmerischen Kerngeschäft. CSR für die Rahmenordnung umfasst die Mitarbeit an freiwilligen Regulierungen und die gesellschaftsorientierte Lobbyarbeit, wobei dieser Bereich dem Sustainable Management sehr nahe kommt. CSR in der Zivilgesellschaft umfasst das Corporate Giving und das Corporate Volunteering und ist somit direkt dem Corporate Citizenship zuzurechnen. Abschließend beinhaltet CSR im Kerngeschäft die umweltschonende Leistungserstellung, die Beachtung von Arbeitsnormen, den Schutz der Menschenrechte und den Verzicht auf Korruption sowohl im eigenen Unternehmen als auch bei Zulieferern. Es greift somit direkt in die Unternehmenstätigkeit (Unternehmensethik) ein und beschränkt sich nicht nur auf unternehmensexterne Aktivitäten, wie z. B. die Übernahmen von Sponsoring.

Auswirkungen von CSR

Forschungsergebnisse zu den Auswirkungen von CSR sind vielschichtig und der genaue (unternehmenseigene) Nutzen von CSR ist noch nicht abschließend geklärt. Oftmals wird von einer positiven Beziehung zwischen dem Einsatz von CSR im Unternehmen und der längerfristigen finanziellen Performance ausgegangen. Grundlegend für diese Annahme sind u. a. erwartete positive Motivations-, Legitimitäts- und Reputationseffekte, die durch CSR ausgelöst werden und sich auf einem verbesserten Unternehmensergebnis niederschlagen. Einzelne Studien konnten eine Wirkung des Einsatzes von CSR auf die Arbeitgeberattraktivität, Mitarbeitermotivation und auf das Markenimage nachweisen. Ein umfassender Fokus auf CSR kann dazu führen, dass Mitarbeiter einen tieferen Sinn in

ihrer Arbeit erkennen und eine Form der Selbstverwirklichung durch die Arbeit erleben, was ihre Loyalität und Produktivität nachhaltig erhöhen kann und das Arbeitsklima stark verbessert. Zusätzlich kann sich das Unternehmen dadurch als attraktiver Arbeitgeber positionieren.

Studien bzgl. des Zusammenhangs zwischen CSR und finanzieller Performance weisen allerdings zumeist einen relativ schwachen Zusammenhang auf. Zudem ist die kausale Richtung der Beziehung nicht eindeutig. Die oben genannten Argumente deuten auf einen kausalen Effekt von CSR auf Performance hin. Allerdings konnten einzelne Studien aufzeigen, dass die Wirkungsbeziehung genau umgedreht abläuft (leistungsstärkere Unternehmen setzen mehr CSR ein, weil sie die Mittel dazu haben). Beobachten lässt sich jedoch, dass immer mehr Unternehmen CSR kommunizieren und CSR-Aktivitäten umsetzen und auch von Kundenseite wird das Thema häufig positiv angenommen. Insbesondere Unternehmen in arbeitsintensiven, kompetitiveren oder von höherer Unzufriedenheit der Stakeholder geprägten Branchen lassen höhere Investitionen in mitarbeiterbezogenes CSR erkennen.

Implementierung von CSR

Klassische Implementierungsansätze verfolgen eine „One size fits all“-Philosophie, die nach neueren Erkenntnissen nicht mehr allumfassend vertretbar ist. Vielmehr sollten Vorgesetzte darauf achten, dass die Einführung der CSR-Maßnahmen nicht als **„Vorschrift von oben“** wahrgenommen wird, da dies zu einer hohen Varianz innerhalb der Wirkung der CSR-Maßnahmen führen kann. Das bedeutet, dass sich die sonst positiven Effekte der CSR auf die Mitarbeitermotivation dadurch ins Neutrale bis Negative umschlagen können, da Mitarbeiter keinen Bezug zu den Maßnahmen herstellen können und sie als zusätzliche Arbeitsaufgabe wahrnehmen. Ähnlich verhält es sich mit rein symbolischen und zu Imagezwecken angelegten CSR-Maßnahmen. Auch diese können ein starkes negatives Feedback nach sich ziehen, indem sie bei Angestellten eher zu einer **Erosion der Identifikationsfläche** mit dem Unternehmen führen können.

Eine wohl effektivere Form der CSR-Einführung erfolgt durch einen **„bottom-up-“** und **„inside-out-“** Implementierungsprozess. Hierbei wird zunächst auf die Mitarbeiter eingegangen und analysiert, wie sie zu CSR und ihrer Arbeit stehen und welche Werte für sie eine Sonderrolle einnehmen. Wie bereits zuvor genannt, steht dieser Ansatz derzeit noch entgegen der gängigen Praxis, bei der CSR meist nur als Organisationsstrategie von oben oder auf externen Druck hin eingesetzt wird.

Zusammenfassend lässt sich Folgendes erkennen: CSR kann sehr erfolgreich als Werkzeug der Mitarbeitermotivation eingesetzt werden, wenn die Maßnahmen zusammen mit den Angestellten entwickelt werden und die Implementierung glaubhaft und über unterschiedliche Kanäle erfolgt. Zudem ist es unabdingbar **CSR auf konstanter Basis** zu vermitteln. Einzelne verstreute Maßnahmen, über das gesamte Arbeitsjahr hinweg oder ohne großen Bezug zueinander, werden wenige bis keine positiven Effekte nach sich ziehen, wohingegen eine konstant gepflegte Unternehmenskultur und -kommunikation nachhaltige Motivationssteigerungen bedeuten kann.

2.3 Wirtschaftliches Umfeld

Das wirtschaftliche Umfeld eines Unternehmens kann unter zwei Gesichtspunkten betrachtet werden: **Struktur und Prozess**. Mit der **Struktur** einer Volkswirtschaft ist die Wirtschaftsordnung angesprochen, deren Träger der Staat ist. Jede wirtschaftende Gesellschaft sieht sich dem Problem der Koordination der einzelwirtschaftlichen Tätigkeiten gegenüber. Aus diesem Grund legt die Wirtschaftsordnung insbesondere fest, welche Teilnehmer am Wirtschaftsgeschehen welche Entscheidungen treffen dürfen. Die Unternehmen sind von der Ausgestaltung der Wirtschaftsordnung direkt betroffen und müssen sich an diesen Rahmenbedingungen orientieren. Unter **Prozess** werden die wirtschaftspolitischen Entscheidungen des Staates verstanden, die die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes beeinflussen. Zu den Aufgaben der Wirtschaftspolitik gehören:

- **Ordnungspolitik:** Definition der Freiheits- und Eigentumsrechte sowie die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs, der sozialen Sicherungssysteme und Umverteilung.
- **Wettbewerbspolitik:** Schaffung der Transparenz der Märkte und Förderung des Marktzutritts.
- **Sozialpolitik:** Ausgestaltung sozialer Sicherungssysteme und deren Finanzierung.
- **Stabilitätspolitik:** Darunter fallen Geldpolitik, Fiskalpolitik und Arbeitsmarktpolitik, um das Stabilitätsgesetz zu erfüllen, dass ein stetiges Wirtschaftswachstum bei Vollbeschäftigung, Preisniveaustabilität und außenwirtschaftlichem Gleichgewicht fordert.
- **Wachstums- und Strukturpolitik:** Verfolgt die Förderung des technologischen Fortschritts.
- **Außenwirtschaftspolitik:** Schaffung von Freihandelszonen und Zollunionen, die den internationalen Handel prägen.

Zudem hat der Staat die Hoheit Steuern zu erheben, die für alle Wirtschaftsakteure verpflichtend sind. Mit dieser Einnahmequelle wird der Staatshaushalt gedeckt und damit wiederum die wirtschaftspolitischen Aufgaben, wie bspw. die Schaffung und Aufrechterhaltung der Infrastruktur oder der finanzielle Ausgleich sozialer Unterschiede, finanziert. Schließlich hat auch die Globalisierung für die Unternehmen eine immer größere Bedeutung, die sich sowohl positiv als auch negativ äußern kann. Welchen Einfluss die verschiedenen Aspekte des wirtschaftlichen Umfelds im Detail auf die Unternehmen haben wird im folgenden Abschnitt verdeutlicht.

2.3.1 Wirtschaftsordnung

Unter einer Wirtschaftsordnung versteht man die Organisationsform der Wirtschaftsprozesse in einer Volkswirtschaft, also die Rahmenbedingungen für die Herstellung und Zuteilung von Erzeugnissen. Zu den wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftsordnung gehört die Regelung der

- **Marktabstimmung:** Die Nachfrage nach Erzeugnissen muss mit dem vorhandenen Angebot zusammengeführt werden.
- **Produktionsbestimmung:** Es muss festgelegt werden, wer welche Güter in welcher Menge und Qualität herstellt.
- **Faktorzuteilung:** Es muss darüber entschieden werden, wie die begrenzt vorhandenen Produktionsfaktoren eingesetzt werden sollen.
- **Güterverteilung:** Erfolgt einerseits über den Preismechanismus und andererseits über Umverteilung durch den Staat.
- **Beschäftigung:** Das vorhandene Angebot an Arbeit sollte ausgeschöpft werden, um Vollbeschäftigung zu erreichen.

Je nach Ausgestaltung der allgemeinen Spielregeln für die Wirtschaftsakteure ergeben sich unterschiedliche Wirtschaftsordnungen. Es lassen sich dabei zwei politische Weltanschauungen unterscheiden: der **Liberalismus** und der **Sozialismus**.

Liberalismus

Der Liberalismus als politische Ideologie stellt die Freiheit des Individuums in das Zentrum seiner Betrachtungsweise und fordert, dass der Staat für die Einhaltung dieser sorgen muss. Jedes Individuum soll autonom in Eigenverantwortung handeln und vor Eingriffen auf die persönlichen Rechte durch den Staat geschützt werden. Ausgehend von dieser Grundlage muss sich auch die wirtschaftliche Ordnung orientieren. Adam Smith (1723–1790) gilt als Begründer des wirtschaftlichen Liberalismus und formulierte in seinem Buch „Der Wohlstand der Nationen“ die berühmte These, dass der Einzelne, der seine Interessen durchsetzt, nicht nur das eigene Wohl, sondern auch das Wohl der Gesellschaft steigert. Der Einzelne wird dabei von einer unsichtbaren Hand geleitet und fördert so einen Zweck, den er nicht beabsichtigt hatte zu erfüllen. Die Aufgabe des Staats besteht in der Schaffung einer Rechtsordnung, um bspw. den Schutz des Privateigentums und den freien Wettbewerb sicher zu stellen. Der Liberalismus betont deshalb zur Verstärkung des Wettbewerbs solche Freiheiten wie die:

- **Gewerbefreiheit:** Es ist jedem gestattet, sich gewerblich zu betätigen. Somit herrscht freier Marktzutritt.
- **Niederlassungsfreiheit:** Es ist jedem gestattet, seinen Wohn- und Aufenthaltsort frei zu bestimmen.
- **Vertragsfreiheit:** Es ist jedem gestattet, Verträge bei freier Wahl hinsichtlich des Vertragspartners und des Vertragsgegenstandes abzuschließen.
- **Koalitionsfreiheit:** Es ist Arbeitnehmern und Arbeitgebern gestattet, sich in Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden zusammen zu schließen.

Die Wirtschaftsordnung, die das Gedankengut des Liberalismus aufnimmt, ist die **Marktwirtschaft**.

Marktwirtschaft

Die Marktwirtschaft ist durch eine Vielzahl autonomer Akteure (Unternehmen, Haushalte) gekennzeichnet, die **dezentral** individuelle Pläne für ihr wirtschaftliches Handeln aufstellen. Die Koordination der Pläne erfolgt auf **Märkten** wie z. B. dem Güter- oder Arbeitsmarkt. Haushalte erstellen bspw. Pläne über ihren Güterkonsum, der sich auf den Gütermärkten als **Nachfrage** äußert. Unternehmen dagegen erstellen Pläne über ihre Güterproduktion, die dann auf den Gütermärkten als **Angebot** auftauchen. Die Pläne der Unternehmen orientieren sich an den Preisen der Produktionsfaktoren und den für die produzierten Güter am Markt erzielbaren Verkaufspreisen. Sie verfolgen dabei das Ziel ihre **Gewinne** zu maximieren. Damit Gewinne erwirtschaftet werden können, müssen die Produktionsfaktoren im **Privateigentum** der Unternehmen sein. Dies ist dadurch gegeben, da die Produktionsfaktoren mit dem Kapital der Unternehmenseigentümer erworben und nicht etwa durch den Staat zur Verfügung gestellt werden. Über den **Preismechanismus** wird schließlich festgelegt, welche Menge die Haushalte zu welchen Preisen nachfragen und welche Menge die Unternehmen bereit sind anzubieten. Im Idealfall wird genau das produziert, was die Haushalte nachfragen.

Sozialismus

Dem Liberalismus als politische Ideologie steht der **Sozialismus** gegenüber. Dieser und der Kommunismus (Karl Marx 1818–1883, Friedrich Engels 1820–1895) betonen die Notwendigkeit, die Freiheit des Einzelnen einzuschränken, weil sie zur Ausbeutung der Menschen und zu gesamtwirtschaftlichen Krisen führt. Zu den Grundwerten des Sozialismus gehören die

- **Gleichheit:** Bezeichnet das demokratische Grundprinzip, dass alle Menschen vor dem Gesetz gleich sind.
- **Gerechtigkeit:** Bezeichnet das Verhalten eines Menschen oder eine soziale Gegebenheit, die subjektiv als gerecht beurteilt wird. Es wird zwischen ausgleichender Gerechtigkeit zwischen den Individuen und austeilender Gerechtigkeit zwischen Individuum und Gemeinschaft unterschieden. Ausgleich im Sinne von gegenseitigem Erfüllen eines Vertrages wie bspw. dem Kaufvertrag und austeilend im Sinne von einer für alle und alle für einen. Also eine Umverteilung, die zur Besserstellung des Individuums bzw. der Gesellschaft führt.
- **Solidarität:** Bezeichnet als Grundprinzip des menschlichen Zusammenlebens ein Gefühl von Individuen zusammen zu gehören. Dies äußert sich in gegenseitiger Hilfe und dem Eintreten füreinander. Zudem wird Solidarität als ein Instrument der individuellen Besserstellung verstanden, welches das einzelne Individuum durch das Zusammenwirken in die Lage versetzt mehr zu erreichen, als durch individuelles Wirtschaften.

Die Wirtschaftsordnung, die das Gedankengut des Sozialismus aufnimmt, ist die **Zentralverwaltungswirtschaft**.

Zentralverwaltungswirtschaft

Die Koordination der wirtschaftlichen Entscheidungen erfolgt durch zentrale Lenkungs-gremien. Der Staat versucht, die einzelwirtschaftlichen Aktivitäten mit Hilfe eines **zentralen Plans** zu koordinieren. Die Unternehmen erhalten, anders als in der Marktwirtschaft, keine Gewinne für ihre Tätigkeiten, sondern werden mit **Prämien** für das Einhalten bzw. Übererfüllen der vorgegebenen Pläne belohnt. Unternehmen in der Zentralverwaltungs-wirtschaft sind in aller Regel Staatsbetriebe. Damit besteht ein **Kollektiveigentum** an den Produktionsmitteln. Im Gegensatz dazu besteht für die Konsumenten freie Konsumwahl. Freie Konsumwahl bedeutet auf der einen Seite, dass die Konsumenten trotz einer zentral-verwaltungswirtschaftlichen Wirtschaftsordnung eine uneingeschränkte Souveränität in der Entscheidung über Art und Umfang ihres Konsums haben. Allerdings sind sie dabei auf das eingeschränkte Güterangebot angewiesen. Genau hierin liegt das Hauptproblem einer zentral verwalteten Wirtschaft. Zum einen lässt sich die Abstimmung zwischen der Menge von Angebot und Bedarf nur unzureichend realisieren. Es entstehen Unter- oder Überkapazitäten. Zum anderen sind zentral gelenkte Wirtschaften nur bedingt in der Lage, die Art der Bedürfnisse der nachfragenden Wirtschaftsakteure zu bestimmen. Somit erfolgt in der Regel keine optimale Bedürfnisbefriedigung der Konsumenten.

Die Probleme der Zentralverwaltungswirtschaft sollen am Beispiel des Trabant (Trabi) aus der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik (DDR) verdeutlicht werden. Die DDR praktizierte eine Planwirtschaft mit Fünfjahresplänen und staatlichen Betrieben, die nach Vorgabe des Staates produzierten. Das Politbüro legte die Ausstattung, Preise und Mengen für die Herstellung eines Kleinwagens zentral fest. Die vorgegebene Stückzahl in der Produktion führte auf Seiten der Konsumenten zu Wartezeiten von bis zu 12 Jahren, die ihre Bestellungen zudem schriftlich bei einer Behörde einreichen mussten. Der Hersteller des Trabant, wie auch die anderen Betriebe der DDR, hatten kein Interesse daran die Planvorgaben überzuerfüllen, da sie schließlich keine Gewinne erwirtschafteten. Der Betrieb gibt also nicht sein Bestes und optimiert nicht die Abläufe, sondern beschränkt sich auf das Nötigste. Hätte man die Pläne deutlich übererfüllt, wären für die Folgejahre höhere Anforderungen an den Betrieb gestellt worden und der Arbeitsaufwand wäre gestiegen. Es wird hier deutlich, dass die fixe Vorgabe von Preisen und Mengen dazu führt, dass Wettbewerb verhindert wird. Auch eine technische Weiterentwicklung und das Anpassen der Fahrzeugausstattungen an Kundenwünsche wurden dadurch unterdrückt. Dies führte letztendlich dazu, dass die DDR-Autoproduktion nicht mit dem westlichen Ausland mithalten konnte. Neben den genannten Problemen bestand noch durch die Mengenbeschränkung die Gefahr der Bildung von Schwarzmärkten¹, denn in der DDR wurde

¹ Schwarzmärkte sind illegale Märkte. Mit dem illegalen Handel auf Schwarzmärkten werden Steuerzahlungen umgangen. Es wird auch von der Schattenwirtschaft gesprochen, die neben dem legalen Wirtschaftsgeschehen steht. Die Schattenwirtschaft wird nicht als volkswirtschaftliche Leistung im Bruttoinlandsprodukt erfasst. Das Entstehen einer Schattenwirtschaft bzw. das Entstehen von Schwarzmärkten ist häufig eine Reaktion auf die Höhe der Steuern. Sie ist also auch im Umfeld marktwirtschaftlicher Wirtschaftsordnungen anzutreffen.

mit bald fälligen Bestellungen gehandelt. Für die Übertragung einer Bestellung, welche in 2 Jahren ausgeliefert werden sollte, wurde ein Preis in vierstelliger DDR-Mark-Höhe gezahlt.

Beide Idealtypen einer Wirtschaftsordnung sind in der Realität praktisch nicht anzutreffen. In marktwirtschaftlichen Ordnungen gibt es Eingriffe in die wirtschaftlichen Entscheidungen der Marktteilnehmer, in Zentralverwaltungswirtschaften gibt es dagegen erhebliche Spielräume für dezentrale Individualentscheidungen. Die Umwälzungen in der früheren DDR und in den ost- und südosteuropäischen Ländern werden als Beleg für die größere Leistungsfähigkeit des marktwirtschaftlichen Koordinationsmechanismus im Vergleich zur Planwirtschaft gewertet. Während noch vor wenigen Jahren von der Konvergenzthese gesprochen wurde, die behauptet, dass sich die Idealtypen der Marktwirtschaft und der Zentralverwaltungswirtschaft aufeinander zu bewegen, wird mittlerweile davon ausgegangen, dass sich das marktwirtschaftliche System als das leistungsfähigere System weitgehend durchgesetzt hat. Das schließt nicht aus, dass das Konzept der Marktwirtschaft modifiziert und durch weitere Prinzipien ergänzt wird. Im Gegenteil: Auch dieses Konzept kann sich nur dann langfristig bewähren, wenn es wichtige gesellschaftliche Entwicklungen aufnimmt.

Dies zeigt sich auch in der konkreten Ausgestaltung der marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung in Deutschland.

Soziale Marktwirtschaft

Die wirtschaftliche Umwelt der Wirtschaftsteilnehmer in der Bundesrepublik Deutschland ist durch das Konzept der **sozialen Marktwirtschaft** gekennzeichnet, das durch die Hauptmerkmale Marktwirtschaft bzw. Wettbewerbsprinzip und durch eine Eigentumsordnung charakterisiert wird, die dem Privateigentum einen hohen Rang einräumt, jedoch das Prinzip des sozialen Ausgleichs verfolgt. Die soziale Absicherung wird dabei auf ein Minimum beschränkt, so dass durch die Grundlage des Privateigentums die Menschen zur Erbringung persönlicher Leistungen angetrieben werden. Jeder produziert das, was er am besten kann und die unsichtbare Hand des freien Wettbewerbs sorgt für eine Steigerung des Wohlstands der Gesellschaft.

Die Grundprinzipien der sozialen Marktwirtschaft schlagen sich in der Rechtsordnung und der Interessenorganisation der Bundesrepublik Deutschland nieder. Wichtige Rechte sind die Gewerbe- und Berufsfreiheit, die Niederlassungsfreiheit, die Vertragsfreiheit sowie die Koalitionsfreiheit. Für die Rechtsordnung ist die Sicherung des freien Wettbewerbs durch das Wettbewerbsrecht (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen) charakteristisch, welches die Bildung von Kartellen und Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung verbietet. Aber auch der Schutzgedanke im Arbeitsrecht sowie die Sicherung der Arbeitnehmermitbestimmung bei den personellen und sozialen Folgen wirtschaftlicher Entscheidungen im Betrieb (Betriebsverfassungsgesetz) sind in der Rechtsordnung verankert. Die Interessenorganisation erfolgt unter dem Schutz der Rechtsordnung für Arbeitnehmer in Gewerkschaften, für Unternehmer in Arbeitgeberverbänden und für Verbraucher in Verbraucherverbänden.

2.3.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Unabhängig von der Ausgestaltung der Wirtschaftsordnung wird der Staat durch wirtschaftspolitische Instrumente auf die Veränderung der Umweltzustände reagieren müssen. Aber auch die Menschen müssen, damit sie das Recht auf freie Entfaltung in einem marktwirtschaftlichen System durchsetzen können, ein Machtmittel zur Verfügung haben, mit dem sie ihre Interessen behaupten können. Dies geschieht durch den Zusammenschluss in sog. Interessensorganisationen (Gewerkschaften bzw. Arbeitgeberverbände), die sich in den letzten Jahrhunderten entwickelt haben.

Neben den langfristig relativ gleich bleibenden strukturellen Rahmenbedingungen ist die Prozesskomponente, also die jeweils aktuelle wirtschaftliche Situation, ein wichtiger Aspekt des Unternehmensumfeldes. Die Wirtschaftspolitik greift steuernd in den Ablauf der Wirtschaftsprozesse ein, um auf sich ändernde Umweltzustände reagieren zu können. Zu den wichtigsten Aufgaben, die durch wirtschaftspolitische Maßnahmen erreicht werden sollen, gehören:

- Wachstum,
- Vollbeschäftigung,
- Geldwertstabilität,
- außenwirtschaftliches Gleichgewicht,
- gerechte Einkommens- und Vermögensverteilung und
- Minimierung von Umweltbelastungen.

Zur Evaluation der wirtschaftlichen Situation in einem Land wird meist die Veränderung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) betrachtet. Anhand dieser wird auch oft die Wirtschaftspolitik einer Regierung gemessen oder gerechtfertigt. Abb. 2.2 zeigt die Veränderungen des BIP gegenüber dem Vorjahr in der Bundesrepublik Deutschland von den Jahren 2006 bis 2016. Daran lässt sich z. B. die schwankende konjunkturelle Entwicklung ablesen.

Preismechanismus Betrachten wir zur Untersuchung des Preismechanismus den Markt für Eiscreme. Auf dem Markt für Eiscreme treten eine Vielzahl von Haushalten als Nachfrager auf. Jeder einzelne Haushalt ist bereit, für einen bestimmten Preis je Kugel Eiscreme eine bestimmte Menge nachzufragen. Addiert man nun die Menge an Eiskugeln, die alle Haushalte zu jedem beliebigen Preis nachfragen, entsteht daraus die Nachfragekurve (N) für den relevanten Markt. Notiert man in einem Koordinatensystem die Menge an der Abszisse und den Preis an der Ordinate, so ergibt die Nachfragekurve eine fallende Kurve, da die Haushalte bei einem hohen Preis eine geringe Menge und bei einem niedrigen Preis eine größere Menge Eiskugeln nachfragen.

Die Unternehmen, die Eiscreme produzieren, treten als Anbieter auf. Jedes Unternehmen erstellt für sich einen Plan, welche Menge Eiscreme es zu welchem Preis anbietet. Addiert man auch hier die Menge der Kugeln, die alle Unternehmen gemeinsam auf dem Markt zu jedem beliebigen Preis anbieten, entsteht daraus die Angebotskurve (A). Bei der

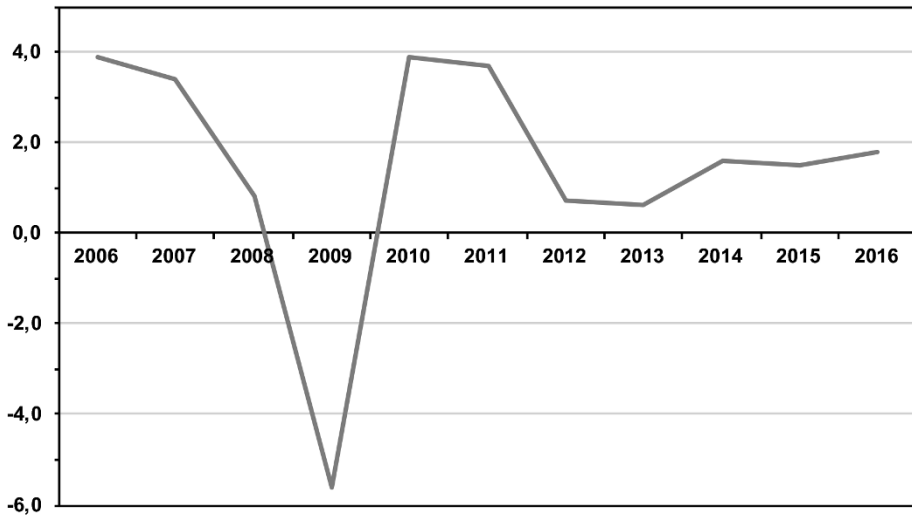


Abb. 2.2 Veränderung des Bruttoinlandsprodukts in der Bundesrepublik Deutschland – Veränderungen zum Vorjahr in %, preisbereinigt. (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2017)

Angebotskurve handelt es sich um eine steigende Kurve, da die Unternehmen bei einem niedrigen Preis eine geringe Menge und bei einem hohen Preis eine größere Menge Eiskugeln anbieten werden. Auf dem Markt für Eiscreme ist dann ein Gleichgewicht erreicht, wenn Angebot und Nachfrage übereinstimmen.

Wie führt der Preismechanismus jetzt aber Angebot und Nachfrage zum Gleichgewicht? Für diese Betrachtung unterscheidet man zwischen zwei Situationen. In dem Beispiel in Abb. 2.3 ist das Angebot bei einem Preis pro Kugel Eiscreme von 3,00 € größer als die Nachfrage. In diesem Fall spricht man von einem **Angebotsüberschuss**:

Der Preis in Abb. 2.3 liegt damit über dem Gleichgewichtspreis. Bei dem Preis von 3,00 € übersteigt die angebotene Menge (11 Kugeln) die nachgefragte Menge (4 Kugeln) Eiscreme. Die Anbieter können ihre Menge nicht am Markt verkaufen und müssen deshalb den Preis senken. Dies führt in Anbetracht des Kurvenverlaufs der Angebotskurve zu einer Reduktion der produzierten Menge. Gehen die Anbieter beim Senken des Preises in kleinen Schritten vor, wird die nachgefragte Menge langsam ansteigen und sich dem Gleichgewichtszustand annähern. Reduziert man den Preis darüber hinaus immer weiter bis dieser unter dem Gleichgewichtspreis liegt, so tritt die zweite Situation ein, die man als Nachfrageüberschuss bezeichnet:

Der Preis in Abb. 2.4 liegt unter dem Gleichgewichtspreis. Bei dem Preis von 1,00 € übersteigt die nachgefragte Menge (11 Kugeln) die angebotene Menge (4 Kugeln) Eiscreme. Es liegt somit ein **Nachfrageüberschuss** vor. Die Nachfrager können die gewünschte Menge nicht am Markt nachfragen und müssen ihren Konsum kurzfristig einschränken. Die Anbieter können diese Situation dazu nutzen den Preis für Eiskugeln anzuheben ohne

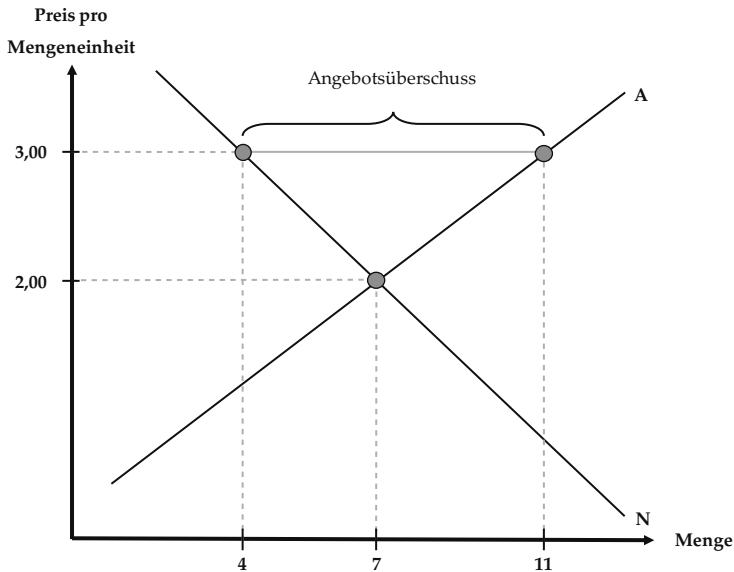


Abb. 2.3 Angebotsüberschuss auf dem Markt für Eiscreme

Absatzeinbußen zu verzeichnen. Aus der Angebotskurve geht weiterhin hervor, dass die Anbieter mit steigenden Preisen die Produktionsmenge ausweiten werden. Preis und Produktionsmenge werden solange ansteigen, bis der Gleichgewichtszustand erreicht ist.

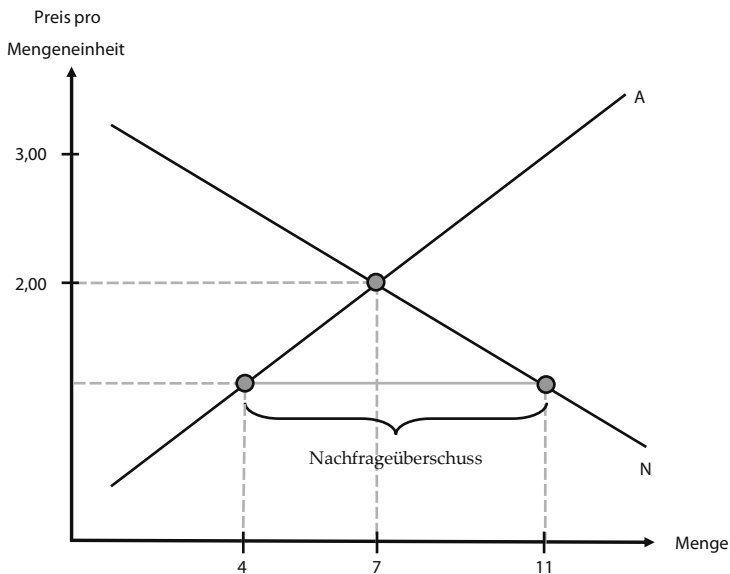


Abb. 2.4 Nachfrageüberschuss auf dem Markt für Eiscreme

2.3.3 Steuersystem

In das finanzielle Beziehungsgeflecht von Unternehmen und ihrer Umwelt ist auch der Staat integriert. Zwischen Staat und Unternehmen finden Zahlungsvorgänge statt, die zum einen auf marktwirtschaftlichen Transaktionen, zum anderen auf sonstigen Rechtsgrundlagen beruhen. Einen großen Teil der Unternehmensausgaben an den Staat stellen sog. **öffentlich-rechtliche** Abgaben dar. Sie werden entweder im Zusammenhang mit staatlichen Leistungen oder durch Steuerschuldverhältnisse hoheitlich auferlegt (vgl. Abb. 2.5). Das System der Besteuerung ist ein wesentlicher Teil des betrieblichen Umfeldes mit erheblicher Bedeutung für das unternehmerische Handeln.

Steuern sind laut § 3 Abs. 1 Satz 1 Abgabenordnung (AO) Geldleistungen, die nicht eine Gegenleistung für eine besondere Leistung darstellen (Non-Affektationsprinzip). Sie dienen im Wesentlichen der Erzielung von Staatseinnahmen, wie bspw. die Einkommen- oder Umsatzsteuer. Zu den steuerlichen Nebenleistungen zählen Verspätungs- und Säumniszuschläge, Zinsen, Zwangsgelder und Kosten. Als Beispiele können hier die Bestrafung bei Steuerhinterziehung oder die Zuschläge bei verspäteter Einreichung der Steuererklärung genannt werden. Steuern unterscheiden sich von Gebühren und Beiträgen, die für besondere Leistungen des Staates bzw. der Kommunen, wie bspw. das Ausstellen eines Personalausweises oder einer Baugenehmigung, zu erbringen sind. Bei diesen sog. Leistungsabgaben steht eine erbrachte Leistung den Gebühren und Beiträgen gegenüber, die nur entrichtet werden müssen, wenn eine solche Leistung in Anspruch genommen wird.

Innerhalb des deutschen Steuersystems existieren ca. 40 verschiedene Steuerarten, die sich auf den Steuerpflichtigen, die Bemessungsgrundlage und den Steuertarif unterschiedlich auswirken. Aus diesem Grunde ist es sinnvoll eine aggregierte Systematisierung der Steuerarten nach bestimmten Merkmalen vorzunehmen, um sie in Gruppen zusammenfassen zu können. Eine solche Systematisierung kann erfolgen nach:

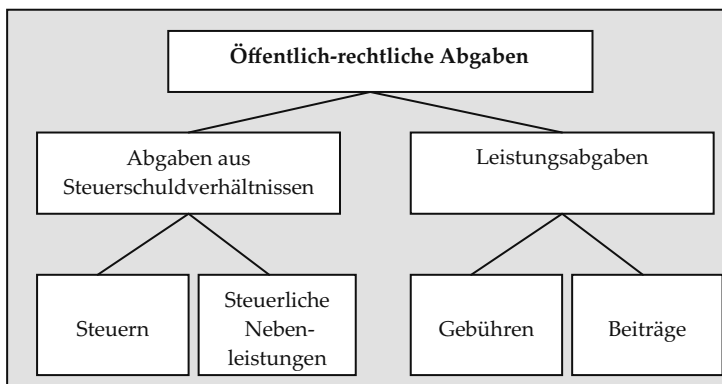


Abb. 2.5 Öffentlich-rechtliche Abgaben (in Anlehnung an Kupsch 2004, S. 180)

- dem betrieblichem Gegenstand des Steuerzugriffs,
- der Bemessungsgrundlage (Ertrag-, Substanz-, Verkehr- und Verbrauchsteuern),
- dem Verhältnis von Steuerschuldner und Steuerträger (indirekte und direkte Steuern),
- der Steuerertragshoheit (Bund, Land, Kommunen),
- Personen- und Objektsteuern und
- der Häufigkeit der Erhebung (periodisch und nicht-periodisch).

Im Hinblick auf den betrieblichen Gegenstand des Steuerzugriffs lassen sich die Steuern wie in Abb. 2.6 systematisieren.

Betriebsmittelsteuern belasten die Beschaffung und den Bestand an Produktionsfaktoren unter Einschluss der finanziellen Mittel. Bei der Beschaffung von Betriebsmitteln bezieht sich die Besteuerung auf den inländischen Grundstückserwerb (GrESt) und auf den Import ausländischer Produktionsfaktoren (Zölle). Bezüglich des Bestandes sind Betriebsmittelsteuern, die den gesamten Bestand besteuern von speziellen Betriebsmittelsteuern zu unterscheiden, die nur den Bestand einzelner Produktionsfaktoren belasten. So wird im Rahmen einer Erbschaft oder Schenkung der gesamte Betriebsmittelbestand mit Erbschafts- oder Schenkungssteuer belastet. Spezielle Betriebsmittelsteuern finden bspw. bei der Belastung von Grund (Grundsteuer) oder Kraftfahrzeugen (Kfz-Steuern) Anwendung.

Betriebsleistungssteuern treten als Betriebsleistungsmengensteuern (z. B. Biersteuer, Mineralölsteuer) und als Betriebsleistungspreissteuern (insbesondere Umsatz- und Versicherungssteuer) auf. Betriebsleistungssteuern sind also *Steuern*, bei denen die Menge oder der *Preis* der **erstellten Leistungen** die **Grundlage** der Steuerbemessung ist.

Ergebnissteuern können in personale und betriebliche Ergebnissteuern unterschieden werden. Im ersten Fall ist eine natürliche Person Steuerschuldner. Beispiele für personale Ergebnissteuern sind die Einkommensteuer und die Kirchensteuer. Im zweiten Fall ist das Unternehmen selbst Steuerschuldner. Das finanzielle Unternehmensergebnis unterliegt der Körperschaftsteuer. Zusätzlich erfolgt eine Besteuerung des Gewerbeertrags (GewESt).

Steuern in Bezug auf betriebliche Entscheidungen

Ein Beispiel für die Bedeutung des Steuersystems für betriebliche Entscheidungen ist die Wahl der Rechtsform. Starker Einfluss bei der Entscheidung über die Wahl der Rechtsform einer Kapital- oder Personengesellschaft geht von der Besteuerung des Gewinns und des Gewerbeertrags sowie des in der Gesellschaft eingesetzten Vermögens- und Gewerbekapitals aus. Unterschiede ergeben sich durch

- die Anwendung unterschiedlicher Steuerarten,
- die unterschiedlichen Bemessungsgrundlagen sowie
- die unterschiedlichen Steuersätze.

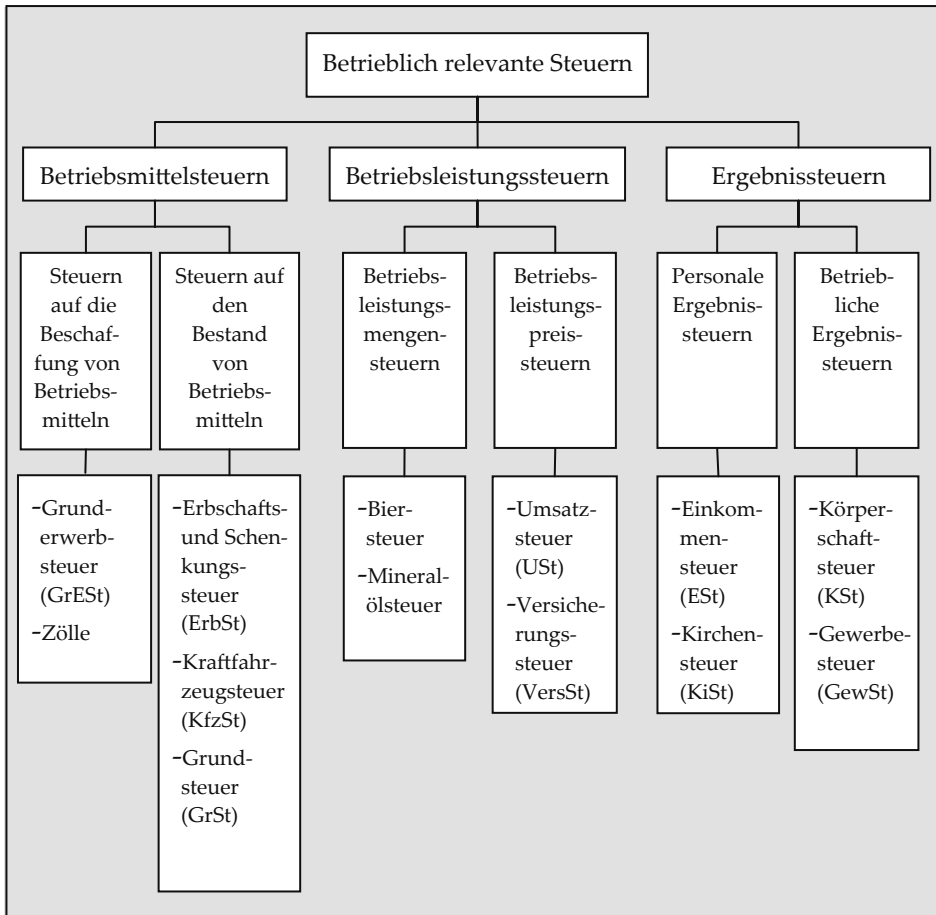


Abb. 2.6 Betrieblich relevante Steuern nach Unternehmenselementen

Je nach Wahl der Rechtsform muss zwischen verschiedenen Steuerarten unterschieden werden, ob die Unternehmensträger mit der Einkommensteuer oder der Körperschaftsteuer belegt werden. Bei einem Einzelunternehmen oder einer Personengesellschaft ist der Steuerschuldner für die **Einkommensteuer** eine natürliche Person. Handelt es sich bei dem Unternehmen um eine Kapitalgesellschaft wie bspw. die GmbH oder AG, so ist der Steuerschuldner für die **Körperschaftsteuer** in diesem Fall die juristische Person. Zusätzlich werden Einzelunternehmen, Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften mit einer zweiten Steuer belastet, der **Gewerbesteuer**. Bei diesen drei Steuerarten handelt es sich um Ertragssteuern, deren **Bemessungsgrundlage** vom finanziellen Ergebnis der Unternehmenstätigkeit abhängt.

Die Bemessungsgrundlage der Einkommensteuer ist das zu versteuernde Einkommen (§ 2 Abs. 5 EStG), dass sich aus der Summe aller Einkünfte (z. B. Einkünfte aus einem

Gewerbebetrieb, selbstständiger Arbeit, nichtselbstständiger Arbeit und/oder dem Kapitalvermögen,...), vermindert um diverse Freibeträge (z. B. Werbungskostenpauschbetrag, Sparer-Pauschbetrag, usw.) und weitere abzugsfähige Beträge, zusammensetzt.

Die Einkünfteermittlung richtet sich nach der Einkunftsart. Die Bemessungsgrundlage für Einkünfte aus einem Gewerbebetrieb wird bspw. durch die Gewinnermittlung bestimmt, wobei der Gewinn in der Regel aus der Vermögensdifferenz errechnet wird. Die Einkünfte aus nichtselbstständiger Arbeit, Kapitalvermögen oder aus Vermietung werden dagegen durch eine Überschussrechnung bestimmt. Beim Überschuss handelt es sich hier um die Differenz zwischen Einnahmen und Werbungskosten.

Für die **Bemessungsgrundlage der Körperschaftsteuer** wird ebenfalls das zu versteuernde Einkommen herangezogen. Da Kapitalgesellschaften nur Einkünfte aus Gewerbebetrieb erzielen, können nicht die den natürlichen Personen gewährten Freibeträge und weitere abzugsfähige Beträge einkommensmindernd geltend gemacht werden. Wird von einer körperschaftsteuerpflichtigen Kapitalgesellschaft ein Teil des Gewinnes an einen einkommensteuerpflichtigen Gesellschafter ausgeschüttet muss hierauf Einkommensteuer entrichtet werden. Da der ausgeschüttete Gewinn bereits der Körperschaftsteuer unterlag gilt hier die Abgeltungssteuer bzw. das Teileinkünfteverfahren.

Die **Bemessungsgrundlage der Gewerbesteuer** ist der Gewerbeertrag. Dies ist der nach Einkommensteuer- bzw. Körperschaftsteuergesetz ermittelte Gewinn, der um bestimmte Beträge vermindert oder vermehrt werden kann. Diese Beträge in Form von Kürzungen und Hinzurechnungen sollen die Ermittlung eines objektiven Gesamtertrags sicherstellen. Der Gesetzgeber versteht unter Ermittlung eines objektiven Gesamtertrags die Vorstellung eines Standardbetriebs mit eigenem Kapital, eigenen Maschinen und angemieteten Räumen, so dass bspw. Zinsen für Kredite unter den Hinzurechnungen zu erfassen sind.

Schließlich müssen verschiedene **Steuertarife** berücksichtigt werden. Bei der **Einkommensteuer** handelt es sich um einen **progressiven Tarif** (Abb. 2.7). Dies bedeutet, dass der Durchschnittssteuersatz in Abhängigkeit vom zu versteuernden Einkommen ansteigt. Mit steigendem Einkommen steigt die steuerliche Belastung überproportional an. Der deutsche Einkommensteuertarif gliedert sich in fünf Bereiche. Zunächst einen Grundfreibetrag, der steuerfrei erwirtschaftet werden darf, gefolgt von einem progressiven Bereich mit ansteigendem Grenzsteuersatz, mit dem jeder Euro über dem Grundfreibetrag versteuert wird. Im dritten progressiven Bereich steigt der Grenzsteuersatz nicht mehr ganz so steil an wie zuvor. Es folgt ein proportionaler Bereich in dem jeder Euro ab einem bestimmten Einkommen mit einem festen Steuersatz versteuert wird. Der letzte Bereich ist wiederum ein proportionaler Bereich und wird als Spitzensteuersatz bezeichnet, der erneut jeden Euro ab einem bestimmten Einkommen nochmals höher versteuert.

Bei der **Körperschaftsteuer** handelt es sich um eine Einheitssteuer, somit wird der gesamte Handelsbilanzgewinn mit dem gleichen Grenzsteuersatz versteuert.

Der **Gewerbesteuer**tarif gliedert sich in mehrere Bestandteile. Der ermittelte Gewerbeertrag wird mit der Steuermesszahl multipliziert. Dieses Produkt ist der Steuermessbetrag, welcher noch einmal mit dem individuellen Gewerbesteuer-Hebesatz der jeweiligen Gemeinde multipliziert wird. Die Gewerbesteuerschuld fließt der Gemeinde zu.

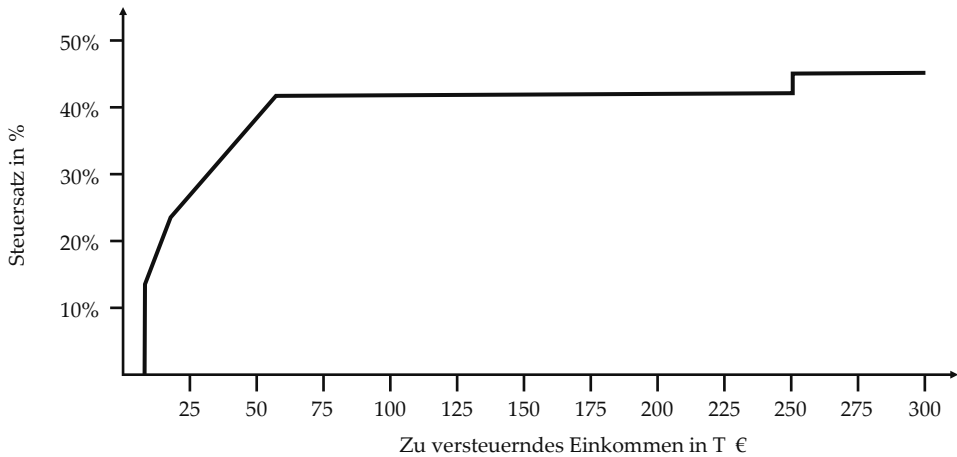


Abb. 2.7 Grenzsteuersatz des deutschen Einkommensteuertarifs

2.4 Rechtliches Umfeld

Das wirtschaftliche Handeln von Unternehmungen und in Unternehmungen vollzieht sich innerhalb eines Systems von Normen. Solche Normen regeln die Beziehungen zwischen den Wirtschaftsteilnehmern, sie bestimmen aber auch die innere Ordnung von Unternehmungen. Nicht alle, aber viele dieser Normen sind rechtlich fixiert. Beispiele für verbindliche Rechtsnormen liefert das Vertragsrecht. Andere Normen haben sich als Handelsbräuche herausgebildet, die sich nicht unbedingt in Gesetzestexten niedergeschlagen haben.

2.4.1 Rechtsformen

Das Gesellschaftsrecht bietet insbesondere den Gründern einer Unternehmung Wahlmöglichkeiten zwischen mehreren **Rechtsformen**. Eine Unternehmung, für die eine bestimmte Rechtsform gewählt wurde, ist durch bestimmte Merkmale gekennzeichnet: Es bestehen Regelungen hinsichtlich der Haftung der Kapitaleigentümer. Es liegen Rahmenvorschriften für die Leitung des Unternehmens vor. Es bestehen Vorschriften über die Gewinn- und Verlustbeteiligung und die Veröffentlichung des Jahresabschlusses. Und es steht fest, dass bestimmte Steuerbelastungen auftreten werden. Mit der Wahl der Rechtsform fallen demnach bereits wichtige Vorentscheidungen.

Übersicht

Abb. 2.8 und Abb. 2.9 geben einen Überblick über die verschiedenen Rechtsformen. Diese Rechtsformen stellen Alternativen dar und können in bestimmten Grenzen, die das Gesetz vorgibt, durch Vertrag abgewandelt werden.

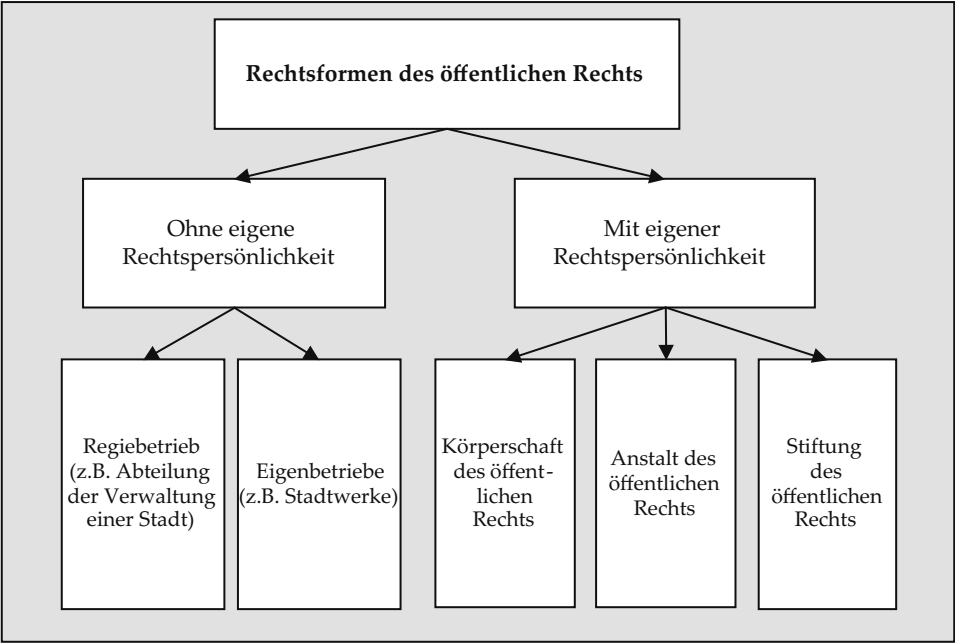


Abb. 2.8 Rechtsformen des öffentlichen Rechts

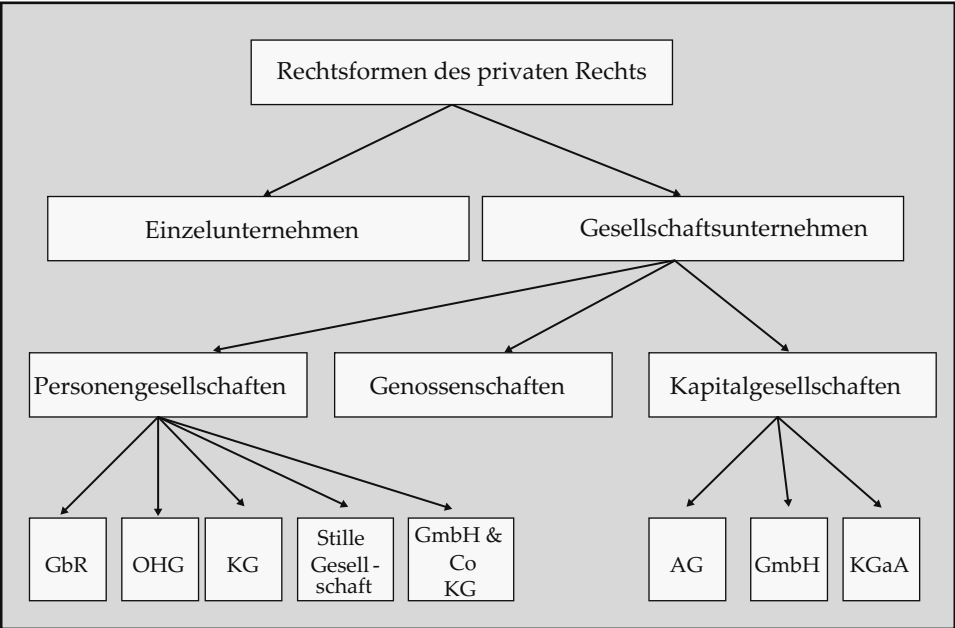


Abb. 2.9 Rechtsformen des privaten Rechts

Zunächst wird zwischen Rechtsformen des **öffentlichen Rechts** und des **Privatrechts** unterschieden. Die Rechtsformen des öffentlichen Rechts stehen für die Betriebe zur Verfügung, die z. B. von Städten, Kreisen und anderen Gebietskörperschaften getragen werden. Allerdings kommt es auch vor, dass öffentliche Betriebe einer Stadt in Form einer Aktiengesellschaft geführt werden. Für die Unternehmungen, auf die im Rahmen dieses Buches vorrangig Bezug genommen wird, kommen vornehmlich die Rechtsformen des Privatrechts in Frage.

Kurzcharakterisierung der wichtigsten Rechtsformen des Privatrechts

Im Folgenden werden die wichtigsten Rechtsformen kurz charakterisiert. Dabei sind die Neuregelungen durch das Handelsrechtsreformgesetz, das 1998 in Kraft trat und u. a. die Regelungen über den Firmennamen verändert hat, berücksichtigt.

Einzelunternehmung: Bei einer Einzelunternehmung gibt es keine Gesellschafter. Sie wird nur von einer einzigen Person, einem Kaufmann betrieben. Er haftet mit seinem gesamten geschäftlichen und privaten Vermögen für die Schulden des Unternehmens. Es gibt also keine Beschränkung der Haftung. Da der Einzelkaufmann neben seinem Familiennamen auch Sach- oder Phantasienamen führen darf, muss ein Rechtsformzusatz (z. B. „eingetragener Kaufmann“ oder abgekürzt „e. K.“) obligatorisch in die Firma aufgenommen werden.

Die Einzelunternehmung wird vor allem gewählt, wenn kein hoher Kapitalbedarf vorliegt und eine einfache Leitungsstruktur zweckmäßig ist.

Die wichtigsten Personengesellschaften sind die OHG und die KG.

Offene Handelsgesellschaft (OHG): Die offene Handelsgesellschaft besteht aus mindestens zwei Gesellschaftern, die wie bei der Einzelunternehmung – voll mit ihrem gesamten Vermögen für die Schulden des Unternehmens haften. Die OHG bedeutet stets einen engen Zusammenschluss der Gesellschafter, die in der Regel hinsichtlich der Leitung des Unternehmens persönlich stark eingebunden sind. Die Firma muss die Bezeichnung „offene Handelsgesellschaft“ oder eine allgemein verständliche Abkürzung (z. B. OHG) enthalten; sie kann durch Personennamen, Sach- oder Phantasiebezeichnungen gebildet werden.

Die OHG wird als Rechtsform für solche Unternehmen gewählt, deren Tätigkeit sich in einem überschaubaren Rahmen bewegt.

Kommanditgesellschaft (KG): Die Kommanditgesellschaft hat zwei Arten von Gesellschaftern, und zwar Gesellschafter, die genau wie bei der OHG mit ihrem ganzen Vermögen haften, und Gesellschafter, die nur in Höhe ihrer Kapitaleinlage haften. Die voll haftenden Gesellschafter heißen Komplementäre. Die nur in Höhe ihrer Einlage haftenden Gesellschafter heißen **Kommanditisten**. Die Geschäftsführungsbefugnisse liegen bei dem **Komplementär** bzw. bei den Komplementären. Für die Firma gelten sinngemäß

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

Weber, W.; Kabst, R.; Baum, M.

2018, XXII, 508 S. 142 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18251-9