

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	17
I. Zur Auswahl des Forschungsgegenstandes	17
II. Zielsetzung und Fragestellung	19
III. Methodischer Bezugsrahmen und wissenschaftliche Fundierung	20
IV. Gang der Untersuchung und Aufbau der Arbeit	22
B. Grundlagen und Abgrenzungen	24
I. Einordnung in den Rahmen der betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen	24
II. Stand der Forschung	24
III. Verwendete Begriffe	27
1. Steuerberatungsmarkt	27
a) Steuerberatungsmarkt im weiteren Sinne	27
b) Steuerberatungsmarkt im engeren Sinne	28
c) Insider und Outsider	29
2. Freie Berufe	29
3. Mandant und Mandat	31
4. Kriterien für die Klassifikation als „wettbewerbsfeindlich“	32
IV. Das relevante Marktsegment	32
1. Abgrenzung nach Merkmalen der Marktteilnehmer	33
a) Abgrenzung nach Merkmalen der Nachfrager	34
(1) Jahresumsatz des Mandats	34
(2) Rentabilität des Mandats (A-, B- und C-Mandate)	34
(3) Privat- versus Geschäftskunden	36
b) Abgrenzung nach Merkmalen der Anbieter	37
(1) Qualifikation oder Tätigkeitsschwerpunkt	37
(2) Betriebsgröße	37
(3) Rechtsform	38
2. Abgrenzung nach der Art des Vertragsverhältnisses	38
V. Neue Institutionenökonomik als Instrument zur Erklärung des Verhaltens der Akteure des Steuerberatungsmarktes	39
VI. Berufsrecht als institutioneller Rahmen der Berufsausübung der Steuerberater .	41
1. Organisationen	41
a) Berufsaufsicht	41
b) Berufsvertretungen	42
c) Sonstige berufsständische Organisationen	44
d) „Der Berufsstand“	45
e) Hoheitliche Einrichtungen	45
f) Mandanten als mittelbar vom Berufsrecht Betroffene	46
2. Institutionen	47
a) Unmittelbar verpflichtende Normen	47

(1) Steuerberatungsgesetz	47
(2) Verordnung zur Durchführung der Vorschriften über Steuerberater, Steuerbevollmächtigte und Steuerberatungsgesellschaften (DVStB)	49
(3) Steuerberatergebührenverordnung	49
(4) Berufsordnung der Bundessteuerberaterkammer und sonstige zum Steuerberatungsgesetz ergangene Verordnungen	54
b) Mittelbar verpflichtende Normen	55
(1) Berufsordnung der Steuerberater in Europa	55
(2) Rechtsprechung zum Berufsrecht	56
(3) Auskünfte der Steuerberaterkammern	57
(4) Verpflichtungen informellen Charakters	58
c) Vertragliche Verpflichtungen	58
(1) Gegenseitigkeitsabkommen	58
(2) Wettbewerbsabreden	61
(a) Arbeitsvertragliche Wettbewerbsabreden	61
(b) Sonstige Wettbewerbsabreden	62
(c) Zur Würdigung von Wettbewerbsabreden	62
(3) Steuerberatungsverträge	63
VII. Allgemeine Berufspflichten der Steuerberater	64
C. Strukturdaten des Steuerberatungsmarktes	66
I. Statistische Daten	66
II. Zur Relation von Marktpotenzial und Anzahl der Steuerberater	69
D. Marktzugangsbarrieren aufgrund berufsrechtlicher Regelungen	72
I. ... gegenüber Nicht-Berufsangehörigen	72
1. Vorbehaltsaufgaben (Steuerberatungsprivilieg)	72
2. Zugang zum Beruf des Steuerbevollmächtigten	75
a) Regelfall	75
b) Ausnahmefall	76
3. Zugang zum Beruf des Steuerberaters	76
a) Zulassung zur Steuerberaterprüfung	76
(1) Fachliche Voraussetzungen	77
(a) Vorbildungsvoraussetzungen	77
(b) Tätigkeitsvoraussetzungen	79
(2) Persönliche Voraussetzungen	81
b) Die Steuerberaterprüfung	82
(1) Vorbereitung	82
(2) Amtliche Prüfungsergebnisse	83
(3) Prüfungsmodalitäten	84
(a) Kontrolle und Bewertung der schriftlichen Prüfung	84
(b) Anzahl der zulässigen Prüfungsversuche	85
(c) Rücktrittsmöglichkeit während der Prüfung	85
(d) Zusammensetzung des Prüfungsausschusses	86
(e) Umfang der Wiederholungsprüfung und Periodizität der Prüfung	87
(f) Zusammenfassende Würdigung der Prüfungsmodalitäten	88
(4) Faktische Durchfallquoten	88
(5) Überspannung der Prüfungsanforderungen?	91

	Inhaltsverzeichnis	9
	(6) Rechtsschutz gegen Prüfungsentscheidungen	92
c)	Bestellungshindernisse	93
d)	Zusammenfassung „Zugang zum Beruf des Steuerberaters“	95
4.	Exklusiv-Privilegien für Berufsangehörige	95
II.	... gegenüber „neuen“ Berufsangehörigen	96
1.	Berufsrechtliche Hemmnisse der Akquisition von Mandaten	97
a)	Kollegialitätsgebot und Abwerbeverbote	97
b)	Werbebeschränkungen	98
(1)	Entwicklung und wesentliche Regelungen des Werberechts der Steuerberater	98
(2)	Das Kriterium der Sachlichkeit	102
(3)	Der Sonderfall des Verbotes von auf Erteilung eines Auftrages im Einzelfall gerichteter Werbung	102
(4)	Derzeitiger Stand der Werbetätigkeit in der Steuerberatungspraxis ..	103
(5)	Bedeutung der Werbebeschränkungen für neue Berufsangehörige ..	104
c)	Beschränkung der freien Preiskalkulation durch die StBGebV	104
2.	Tätigkeitsbeschränkungen ehemaliger Finanzbeamter	105
III.	EU-Steuerberater	105
1.	Tätigkeitsausübung in Deutschland	106
2.	Niederlassung in Deutschland	107
3.	Die Regelungen zur Berufsausübung und Niederlassung im gemeinschaftsrechtlichen Kontext	107
IV.	Fristverlängerungsprozedere der Finanzverwaltung	109
E.	Sonstige Marktbesonderheiten	113
I.	Anlass und Periodizität der Auftragerteilung	113
II.	Besonderheiten der Steuerberatungsleistung	114
1.	Heterogenität	114
2.	Komplexität	114
3.	Intangibilität	114
4.	Persönlichkeitsintensität	115
III.	Intransparenz des Marktes	115
1.	Intransparenz des Leistungsprozesses	116
2.	Intransparenz der Leistungsqualität	116
3.	Intransparenz des Leistungsangebotes	117
IV.	Probleme der Betreuung selbst erlangter Mandate durch Berufsanhänger	118
1.	Besonderheiten der Kostenstruktur neu gegründeter Kanzleien	119
a)	Kanzleifixe Kosten und Kosten der Ingangsetzung des Geschäftsbetriebs	119
b)	Erhöhter Zeitbedarf für Neumandate	119
2.	Besonderheiten der Mandatsstruktur neu gegründeter Kanzleien	120
a)	Erst-Mandate	120
b)	Wechsel-Mandate	121
V.	Kauf und Verkauf von Steuerberatungsunternehmen	122
1.	Bedeutung des Handels mit Steuerberatungsunternehmen	123
2.	Unterscheidung zwischen Praxiswert und Wert des Mandantenstamms	125
3.	Gründe für und gegen den Kauf von Steuerberatungsunternehmen	126
4.	Bewertung von Steuerberatungsunternehmen	126
5.	Gefahren beim Mandatekauf	129

F. Verhalten der Marktteilnehmer	130
I. Der Steuerberater	130
1. Der Steuerberater als homo ethicus?	130
a) Die nicht differenzierende Betrachtung der Interessenlagen	131
b) Interessenlage bei der Wahrnehmung eigener Interessen in der Geschäftsbeziehung zum Mandanten	132
c) Interessenlage bei der Wahrnehmung von Mandanteninteressen gegenüber Dritten	133
2. Umfeld der Leistungserbringung aus Sicht des Steuerberaters	134
a) Folgen der Marktabschottung für den Steuerberater	134
(1) Konkurrenzschutz	135
(2) Erhöhung des Praxiswertes	135
(3) Verminderung des Unternehmerrisikos	136
(a) Nachfrage-/Absatzmarktrisiko	136
(b) Risiken fehlerhafter Beratung	137
(c) Verminderung des Qualitäts- und Fortbildungsdrucks	139
(4) Problem der Spezialisierung	140
(5) Geringe Verbreitung konsiliarisch unterstützter Steuerberatung	140
(6) Fachliche Überlastung	141
(7) Problem der Profilierung durch Leistung	143
(8) Bedeutung für den Berufsnachwuchs	143
b) Marktabschottung als Insider-/Outsider-Problem?	144
c) Einstellung der Berufsangehörigen	145
d) Einstellung der Berufsaufsicht und der Berufsvertretungen	145
3. Handlungskonsequenzen	146
a) Verletzung von Mandanteninteressen durch Gegenseitigkeitsabkommen	147
b) Verletzung von Mandanteninteressen durch Mandatsverkäufe	148
c) Horten von Mandaten	148
d) Exzessive Ausnutzung von Fristen	149
e) Vernachlässigung der Beratung	151
f) Schwache Anreize für Qualitätsverbesserung und das Anbieten von Zusatznutzen	151
g) Tendenz zur Weiterbelastung eigener Ineffizienzen	152
h) „Schmuse“-kurs gegenüber der Finanzverwaltung	152
II. Der Mandant	153
1. Umfeld aus Sicht des Mandanten	153
2. Gründe für die Auswahl eines Steuerberaters	154
3. Gründe für einen Wechsel des Steuerberaters	155
4. Hinderungsgründe für einen Wechsel des Steuerberaters	159
a) Fehlender Wechsel-Anlass	160
b) Transaktionskosten	162
c) Soziale Bindungen	162
d) Bequemlichkeit, Unsicherheit und diffuse Gründe	163
5. Hemmungen, die Dienstleistung Steuerberatung in Anspruch zu nehmen ...	164
a) Nichteinreichung von Einkommensteuererklärungen durch Lohnsteuerzahler	164
b) Beratungsalternativen in der Lohnsteuerberatung	165

c)	Mögliche Gründe für die Nichtinanspruchnahme von Lohnsteuerberatung	166
	(1) Informationsdefizit hinsichtlich der Möglichkeit der Antragsveranlagung und der Hilfeleistung durch Steuerberater und Lohnsteuerhilfevereine	167
	(2) Informationsdefizit hinsichtlich der Vorteilhaftigkeit einer Antragsveranlagung	167
	(3) Unsicherheit im Umgang mit Steuerberatern und Alternativen hierzu	168
G.	Zusammenfassung und Zwischenergebnis	169
H.	Ausgewählte Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Position des Mandanten	171
I.	Mandantenorientiertes Vertragsdesign	171
1.	Wünsche und Ziele der Mandanten	171
2.	Standard-Steuerberatungsverträge	172
a)	Mustervertrag des Verlages für Deutsche Steuerberater AG	172
b)	Mustervertrag des Verlages des wissenschaftlichen Instituts der Steuerberater GmbH	173
3.	Einzelne Regelungsbestandteile des mandantenorientierten Steuerberatungsvertrages	174
a)	Transparenz der Leistung	174
b)	Kündigungsmodalitäten	175
c)	Ausschluss der Gegenseitigkeitsabkommen und Offenlegung oder Verbot des Mandatehandels	175
4.	Vorteile mandantenorientierter Steuerberatungsverträge für den Berater	176
a)	Höhere Kundenzufriedenheit und freiwillige Mandantenbindung	176
b)	Qualitäts- und Effizienzsteigerungen	177
c)	Mandatsbereinigungen	177
II.	Ausgewählte Diskussionsvorschläge zur Weiterentwicklung des Steuerberatungsmarktes	177
1.	Der Hauptvorschlag: Öffnung eines weiteren Teils der Vorbehaltsaufgaben für qualifizierte Dienstleister unterhalb des Qualifikationsniveaus der Steuerberater	179
2.	Weitere Diskussionsvorschläge	181
I.	Schlusswort	182
Anhang 1	183
Anhang 2	192
Anhang 3	199
Literaturverzeichnis	204
Rechtsquellenverzeichnis	218
Sachwortverzeichnis	224