

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	17
Anhangsverzeichnis	21
Abkürzungsverzeichnis	23
<b>A Einführung</b>	<b>29</b>
1 Problemstellung, Zielsetzung und Gang der Untersuchung	29
2 Begriffsexplikation: Steuerkommunikation im Gründungsprozess	36
3 Ein- und Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands	41
4 Disziplinäre Einordnung der Untersuchung	43
<b>B Merkmale der Steuerkommunikation</b>	<b>48</b>
1 Determinanten des Steuerkommunikationsmodells	48
1.1 Kommunikations- und steuerpsychologische Modellgrundlagen	48
1.1.1 Kodier-Dekodier-Modell	48
1.1.2 Stimulus-Organism-Response-Modell (S-O-R-Modell)	57
1.2 Untersuchungsrelevante Modellbestandteile	62
1.2.1 Kommunikationskontext	62
1.2.2 Beteiligte Personen	65
1.2.3 Interaktiver Prozess	69
1.2.3.1 Besteuerungsverfahren	69
1.2.3.2 Gründungsprozess	82
1.2.4 Kommunikationsinhalte und -mittel	87
1.2.5 Subjektives Umfeld	93
1.2.6 Psychische Prozesse	100
1.2.7 Kommunikationsziele bzw. -wirkungen	107
1.2.8 Kommunikationsbarrieren	110
2 Herleitung des Steuerkommunikationsmodells	112

<b>C Beitrag der Steuerkommunikation zum Gründungserfolg</b>	<b>120</b>
1 Determinanten des Wirkungsmodells	120
1.1 Compliance aus der Perspektive der Gründungsperson	120
1.2 Compliance aus der Perspektive der Finanzverwaltung	124
1.3 Gründungs(-miss-)erfolg	126
1.4 Gründungsbezogene Theorieansätze	133
2 Herleitung des Wirkungsmodells	140
<b>D Barrieren im Steuerkommunikationsprozess</b>	<b>147</b>
1 Forschungsdesign	147
1.1 Strukturierungsgrundlage: Touchpoint-Analyse	147
1.2 Methoden der Touchpoint-Analyse	151
1.2.1 Inhaltsanalyse	151
1.2.2 Materialauswahl	153
1.2.3 Materialauswertung	157
1.3 Bewertungskriterien: Anforderungsprofil	158
1.3.1 Ausgangsbasis: Besteuerungsgrundsätze	158
1.3.2 Herleitung von Anforderungen an die Steuerkommunikation	165
2 Analyse des Status quo der Steuerkommunikation	173
2.1 Vorgründungsphase	173
2.1.1 Schulausbildung der Gründungsperson	173
2.1.1.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	173
2.1.1.2 Kommunikationswirkungen	185
2.1.1.3 Kritische Würdigung	187
2.1.2 Massenmedien und Image von Finanzverwaltung und Steuern	192
2.1.2.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	192
2.1.2.2 Kommunikationswirkungen	201
2.1.2.3 Kritische Würdigung	207
2.2 Gründungsphase	210
2.2.1 Planungsphase	210
2.2.1.1 Informationsbeschaffung über steuerliche Pflichten und Rechte	210
2.2.1.1.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	210
2.2.1.1.2 Kommunikationswirkungen	227
2.2.1.1.3 Kritische Würdigung	229

2.2.1.2 Steuerliche Existenzgründungsberatungen und -seminare	234
2.2.1.2.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	234
2.2.1.2.2 Kommunikationswirkungen	244
2.2.1.2.3 Kritische Würdigung	248
2.2.2 Aufbauphase: Steuerliche Anmeldung	253
2.2.2.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	253
2.2.2.2 Kommunikationswirkungen	259
2.2.2.3 Kritische Würdigung	261
2.3 Frühentwicklungsphase: Besteuerungsverfahren	264
2.3.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	264
2.3.2 Kommunikationswirkungen	275
2.3.3 Kritische Würdigung	282
2.4 Wachstumsphase: gewinnabhängige Besonderheiten und Steuerrechtsänderungen	286
2.4.1 Kommunikationsinhalte und -mittel	286
2.4.2 Kommunikationswirkungen	293
2.4.3 Kritische Würdigung	295
3 Ableitung potenzieller Kommunikationsbarrieren	298
<b>E Ansätze zur Optimierung der Steuerkommunikation</b>	<b>307</b>
1 Entwicklung von Optimierungsansätzen	307
1.1 Optimierungsrelevante Forschungsperspektiven	307
1.2 Optimierungsansätze anhand des Anforderungsprofils	318
1.2.1 Positives Image der Finanzverwaltung und der Besteuerung	318
1.2.2 Transparenz der Finanzverwaltung	320
1.2.3 Verfügbarkeit von Sachinformationen	322
1.2.4 Verständlichkeit der (Sach-) Informationen	323
1.2.5 Serviceorientierung der Finanzverwaltung	325
1.2.6 Adäquate Wahl des Kommunikationsmittels	330
1.2.7 Adäquates Design des Kommunikationsmittels	331
1.2.8 Berücksichtigung der Schulausbildung der Gründungsperson	333
1.2.9 Berücksichtigung des Medieneinflusses auf die Gründungsperson	334
1.2.10 Zugang zur Steuerberatung	335
2 Ableitung von Handlungsempfehlungen	336

F Schlussbetrachtung	342
1 Zusammenfassung der Ergebnisse	342
2 Reflexion und weiterführender Forschungsbedarf	346
Literaturverzeichnis	353
Verzeichnis der Gesetze und Verordnungen	376
Verzeichnis der Dokumente der Parlamente	378
Entscheidungsregister	379
Verzeichnis der Verwaltungsanweisungen	380
Verzeichnis der Untersuchungsobjekte	381
Anhang	397