

Schriftenreihe des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
und für Wirtschaftsprüfung der Universität Köln
herausgegeben von Prof. Dr. Günter Sieben

Band 4

Die deutschen Wirtschaftsprüfer

– Image und Selbstverständnis
einer Profession –

von

Dipl.-Kfm.

Dr. Joe R. Hunger

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	33.407
Abstell-Nr. :	A 35/289
Sachgebiete :	6.1
	00 292481

IdW-Verlag GmbH

Düsseldorf 1981

Inhaltsverzeichnis

	Seite
A. Problemstellung	11
B. Begriffliche Grundlagen: Image und Selbstverständnis als komplexe Untersuchungsgegenstände	15
I. Begriffsklärungen	15
a) Image-Analyse und Image-Gestaltung	15
b) Imageähnliche und verwandte Begriffe	16
c) Image-Definitionen	17
1. Image-Entstehung	18
2. Image-Inhalte	19
3. Image-Merkmale und Dimensionen	21
4. Image-Arten	23
4.1. Fremdimage und Eigenimage	23
4.2. Individualimage und Gruppenimage	25
4.3. Nahbild und Fernbild	26
4.4. Realimage, Idealimage, Zielimage	26
II. Bedeutung und Wirkungen von Image und Selbstverständnis	27
C. Methodische Grundlagen und Durchführung der Untersuchung	31
I. Messung von Images	32
a) Offene Analyse-Verfahren	32
b) Geschlossene Analyse-Verfahren	33
1. Semantisches Differential	33
2. Likert-Skala	35
II. Methode, Aufbau und Inhalt der Befragung	37
a) Auswahl der geeigneten Untersuchungsmethode	37
1. Sekundärdaten-Analyse	37
2. Primärdaten-Analyse	38
3. Mündliche Befragungsmethoden	39
4. Schriftliche Befragungsmethoden	39
b) Aufbau des Fragebogens	41
1. Einzelanfertigung	41
2. Pretest	41
3. Maßnahmen zur Förderung der Antwortbereitschaft und der Antwortqualität	42
4. Inhaltliche Ausrichtung	43
III. Auswahl der Befragten	44
1. Auswahl der Wirtschaftsprüfer	44
2. Auswahl der Benutzer	45

2.1. Ungeeigneter Öffentlichkeitsbegriff	45
2.2. Relevante Teilgruppen der Öffentlichkeit	45
2.2.1. Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder	46
2.2.2. Belegschaftsmitglieder/Gewerkschaften	46
2.2.3. Aktionäre/Banken/Gläubiger	47
2.2.4. Ministerien/Behörden/Politiker	48
2.2.5. Verbände	48
2.2.6. Massenmedien (Wirtschaftsjournalisten)	48
2.2.7. Hochschullehrer	49
3. Zahlenmäßige Übersicht zur Auswahl der Befragengruppen	49
IV. Durchführung der Befragung	51
a) Maßnahmen zur Förderung der Antwortbereitschaft	51
b) Reaktionen auf die Befragung	51
V. Beschreibung der Umfrage-Teilnehmer	52
a) Benutzer	53
1. Anteil der Untergruppen an der Gesamtgruppe der Benutzer	53
2. Demoskopische Benutzer-Charakteristika	53
3. Inhaltliche Benutzer-Charakteristika	54
b) Wirtschaftsprüfer	55
1. Verhältnis der Stichprobe zur Grundgesamtheit	55
2. Alter und Berufsjahre	55
3. Fachliche Zusatzqualifikationen	56
4. Größe der Wirtschaftsprüfer-Praxis	56
5. Tätigkeits- und Umsatzschwerpunkte	56
6. Häufigkeit von IdW-Besuchen	57
VI. Auswertung der Befragungsergebnisse	57
a) Technische Aspekte der Daten-Auswertung	57
1. Übertragung auf Lochkarten und EDV-Auswertung	57
2. Vercodung von Antworten	58
3. Lochkarten-Kontrolle und statistische Auswertungen	58
4. Explizite Berücksichtigung fehlender Antworten	58
b) Inhaltliche Aspekte der Daten-Auswertung	59
VII. Bedeutung und Interpretation der Befragungsergebnisse	59
a) Vergleich zu ähnlichen Studien hinsichtlich Umfang und Inhalt	59
b) Zuverlässigkeit der erhobenen Daten	60
c) Gültigkeit der erhobenen Daten	60
d) Repräsentativität der Umfrageergebnisse	61
1. Rücklaufquote	61
2. Zufallsauswahl	63
e) Instrumentalität der Umfrageergebnisse und ihre gruppenspezifische Aufschlüsselung	64
f) Zeitliche Bedingtheit und Subjektivität von Umfrageergebnissen	65
D. Darstellung und Analyse der Befragungsergebnisse	67
I. Grundeinschätzung der Wirtschaftsprüfer	68
a) Assoziationen der Benutzer zur Berufsbezeichnung „Wirtschaftsprüfer“	68

b)	Vergleichbare Berufe	70
c)	Attraktivität des Wirtschaftsprüferberufs für Benutzer und Berufszufriedenheit der Wirtschaftsprüfer	74
d)	Berufsmotive	78
e)	Eigenschaftsprofil eines typischen Wirtschaftsprüfers	82
1.	Ergebnisse amerikanischer Studien	82
2.	Ergebnisse des Semantischen Differentials	83
3.	Ergebnisse vergleichbarer deutscher Untersuchungen	87
f)	Einschätzung der öffentlichen Meinung über die Wirtschaftsprüfer	89
1.	Pressemeinungen als erste Indikatoren für die öffentliche Meinung	89
2.	Befragungsergebnisse	90
3.	Angemessenheit des Wirtschaftsprüferimage in der Öffentlichkeit	92
g)	Bedeutung eines guten Image für die Wirtschaftsprüfer	93
h)	Vertrauen in die Wirtschaftsprüfer	99
i)	Zusammenfassung der Ergebnisse zur Grundeinschätzung der Wirtschaftsprüfer	101
II.	Stellung der Wirtschaftsprüfer in ihrer beruflichen Umwelt	102
a)	Das Verhältnis zwischen Wirtschaftsprüfern und den Benutzern ihrer Dienstleistungen	102
b)	Der allgemeine Einfluß der Wirtschaftsprüfer in der Wirtschaft	105
c)	Legitimationsfaktoren	108
d)	Zusammenfassung der Ergebnisse zur Stellung der Wirtschaftsprüfer in ihrer beruflichen Umwelt	111
III.	Grundlegende fachliche Aspekte der Wirtschaftsprüfer	112
a)	Allgemeine Wichtigkeit der Wirtschaftsprüferaufgaben	112
b)	Spezifischer Bedarf an einzelnen Wirtschaftsprüferdienstleistungen	115
1.	Benutzerinteresse an Wirtschaftsprüferdienstleistungen	116
2.	Mandantennachfrage nach einzelnen Dienstleistungen	117
3.	Immanente Problematik der bestehenden Nachfragestrukturen für das Berufsbild und Selbstverständnis	118
c)	Qualitätsbeurteilung der Wirtschaftsprüferdienstleistungen	119
d)	Das Leitbild eines guten Wirtschaftsprüfers	121
e)	Erfolgskriterien für Wirtschaftsprüfer	124
f)	Auswahlkriterien der Auftraggeber	125
g)	Unterschiede zwischen Wirtschaftsprüfern	129
h)	Zusammenfassung der Ergebnisse zu den grundlegenden fachlichen Aspekten der Wirtschaftsprüfer	131
IV.	Interne Charakteristika der Wirtschaftsprüferprofession	132
a)	Merkmale eines professionellen Berufsstandes	133
b)	Selbstbeschreibung des Wirtschaftsprüferberufs	136
c)	Veränderungen des Berufsstandes seit seiner Gründung 1931	141
d)	Veränderungen des Berufsstandes infolge der öffentlichen Diskussion der 70er Jahre	143

e)	Aktuelle interne Probleme des Berufsstandes	146
	1. Wettbewerb und Konzentration innerhalb der Wirtschaftsprüfungs-Branche	147
	2. Berufliche Selbständigkeit	150
	3. Saisonale Schwankungen der Nachfrage	150
	4. Weiterbildung	150
	5. Innere Verfassung und Selbstregulierung	151
	6. Personelle Fragen des Berufsstandes	151
f)	Zusammenfassung der internen Charakteristika der Wirtschaftsprüfer-Profession	152
V.	Probleme der Wirtschaftsprüfer	153
a)	Erwartungslücke	154
	1. Existenz einer Erwartungslücke	154
	2. Gefahren einer Erwartungslücke für den Berufsstand der Wirtschaftsprüfer. Das amerikanische Menetekel	155
	3. Grundannahmen über die Ursachen der Erwartungslücke	158
	4. Inhaltliche Aspekte der Erwartungslücke	159
	4.1. Erwartungen des Gesetzgebers	159
	4.2. Erwartungen der Öffentlichkeit im Spiegel der Wirtschaftspresse	160
	4.3. Spannungsfeld zwischen gesetzlichem Auftrag und öffentlicher Erwartung	163
	4.4. Meinungen der Befragten zum Spannungsfeld zwischen gesetzlichem Auftrag und öffentlicher Erwartung	165
	4.5. Problembereiche der Wirtschaftsprüfer	166
	5. Verantwortliche für den Abbau der Erwartungslücke	169
b)	Die aktienrechtliche Jahresabschlußprüfung	171
	1. Der Zusammenhang von Jahresabschluß, Prüfung und Testat	171
	2. Geteilte Verantwortlichkeiten zwischen Verwaltung und Wirtschaftsprüfern	172
	3. Funktionen der Jahresabschlußprüfung	174
	3.1. Überblick	174
	3.2. Tatsächliche Funktionen der Jahresabschlußprüfung aus der Sicht der Befragten	176
	3.3. Gewünschte Funktionen der Jahresabschlußprüfung	179
	4. Bedeutung und Aussagefähigkeit des Testats	179
	4.1. Bedeutung des uneingeschränkten Testats	180
	4.2. Aussagefähigkeit des Testats	183
	4.3. Mögliche Verbesserungen des Testats	186
	5. Bezugsgruppen der Wirtschaftsprüfer bei der Durchführung der Jahresabschlußprüfung	189
c)	Rollen der Wirtschaftsprüfer	193
	1. Überblick	193
	2. Einschätzung der gegenwärtigen Wirtschaftsprüfer-Rollen	196
	3. Gewünschte Wirtschaftsprüfer-Rollen	200
d)	Berufsethik	201

1. Wichtigkeit und Angemessenheit der einzelnen Berufsgrundsätze	202
1.1. Überblick	202
1.2. Prioritäten der Befragten	202
1.3. Angemessenheit der Berufsethik	204
2. Einschätzung der Prüferunabhängigkeit	205
3. Vorschläge zur Unabhängigkeitssicherung	207
3.1. Interne Stärkung der Wirtschaftsprüfer-Position im aktienrechtlichen Kontrollsystem	208
3.2. Berufsständische und gesetzgeberische Maßnahmen	209
3.3. Mitwirkung externer Stellen	209
3.4. Analyse der Verbesserungsvorschläge	209
e) Zusammenfassung der Ergebnisse über die Probleme der Wirtschaftsprüfer	216
f) Ansatzpunkte zur Verringerung der bestehenden Erwartungslücke	217
VI. Zukunft der Wirtschaftsprüfer	220
1. Faktoren der Veränderung	220
2. Zukunftsaussichten	222
3. Mögliche Gefahren für den beruflichen Status Quo	224
4. Zusammenfassung der Ergebnisse zur beruflichen Zukunft der Wirtschaftsprüfer	225
E. Zusammenfassung und Ausblick	227
F. Anhang	233
1. Abkürzungsverzeichnis	233
2. Abbildungsverzeichnis	235
3. Tabellenverzeichnis	235
4. Benutzer – Begleitbrief	239
5. Benutzer – Fragebogen	241
6. Wirtschaftsprüfer – Begleitbrief	265
7. Wirtschaftsprüfer – Fragebogen	267
8. Literaturverzeichnis	295
9. Stichwortverzeichnis	309