

DIE PRODUKTPOLITIK DER ANBIETER VON STEUERSPARENDEN
VERMÖGENSANLAGEN
- BEDINGUNGEN UND GESTALTUNGSELEMENTE -

	<u>Seite</u>
1. Grundlegung und Abgrenzung des Themas	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Gegenstand der Untersuchung	13
1.3 Ziel der Untersuchung und Weg der Darstellung	17
2. Bestimmungsgründe für die Entwicklung zu einem freien Vermögensanlagemarkt	21
2.1 Gruppenspezifische Merkmale qualitativ veränderter Nachfragestrukturen	21
2.1.1 Der Wandel der personenbezogenen Funktionen des Privatvermögens	22
2.1.2 Die Entwicklung der materiellen Bedingungen für die Anlagefähigkeit und -bereitschaft der Bezieher hoher Einkommen	34
2.1.2.1 Die Einkommensentwicklung nach Haushaltstypen	35
2.1.2.2 Die Wirkung der progressiven Einkommensbesteuerung bei nominell steigenden Spitzeneinkommen	40
2.1.3 Einstellungen und nachfragebestimmende Merkmale von Privatpersonen gegenüber steuersparenden Vermögensanlagen	46
2.2 Gruppenspezifische Merkmale der Marktpolitik von Anbietern	50
2.2.1 Die Marktpolitik der Kreditinstitute als Anbieter von Vermögensanlagen	51
2.2.2 Die Marktpolitik der Investmentgesellschaften	56
2.3 Aktionsrahmen der Produktpolitik von Vermögensanlage-Unternehmungen	69
2.3.1 Das Innovatorische und organisatorische Leistungspotential der Initiatoren als Bedingung für die Produktpolitik	71
2.3.2 Staatliche Maßnahmen als Bedingung für die Produktpolitik	74
2.3.3 Volks- und weltwirtschaftliche Lage als Bedingung für die Produktpolitik	78

3. Produktpolitische Gestaltungselemente der Anlagekonzeption	81
3.1 Die Ausnutzung von steuerwirksamen Gesetzen als produktpolitisches Gestaltungselement	82
3.1.1 Steuervorteile durch Inanspruchnahme von öffentlichen Finanzhilfen	87
3.1.1.1 Steuervorteile durch Investitionszulagen	87
3.1.1.2 Steuervorteile durch Investitionszuschüsse	91
3.1.2 Steuervorteile durch Inanspruchnahme von Tarifiermäßigungen	92
3.1.3 Steuervorteile durch Inanspruchnahme von Sonderabschreibungen	94
3.1.4 Steuervorteile durch Bildung steuerfreier Rücklagen	98
3.1.5 Steuervorteile durch Ausnutzung von Steuervorschriften ohne Förderungscharakter	101
3.1.5.1 Steuervorteile durch Ausnutzung allgemeiner Bilanzierungsvorschriften	101
3.1.5.2 Steuervorteile aufgrund allgemeiner Bilanzierungs- und Bewertungswahlrechte	105
3.1.5.2.1 Gestaltungsansätze aufgrund von Bilanzierungswahlrechten	107
3.1.5.2.2 Gestaltungsansätze aufgrund von Bewertungswahlrechten	109
3.1.5.3 Steuervorteile durch Geltendmachen von Werbungskosten	111
3.2 Die Regelung der Rechtsverhältnisse als produktpolitisches Gestaltungselement	115
3.2.1 Gestaltungsmöglichkeiten bei Beteteiligungen	117
3.2.1.1 Ziele von Initiatoren und Investoren als Determinanten für die Regelung der Rechtsverhältnisse	117
3.2.1.2 Geeignete und gestaltungsfähige Rechtsformen und Beteiligungsarten	125
3.2.1.3 Gestaltungsansätze zum Zwecke besserer Zielerreichung	133

3.2.1.3.1	Kombinierte Anlage- produkte durch Ein- lagen-Splitting	133
3.2.1.3.2	Auftrags- und Geschäfts- besorgung durch Dritte	136
3.2.1.3.2.1	Einsetzung eines Treu- händers als Vollrechts- inhaber (echte Treuhand)	138
3.2.1.3.2.2	Einsetzung eines Treu- händers als Bevollmäch- tigter (un- echte Treu- hand)	139
3.2.1.3.2.3	Einsetzung eines Bel- rates	140
3.2.1.3.3	Das Problem des Ausschei- dens als Gesellschafter	141
3.2.2	Gestaltungsmöglichkeiten bei Begründung von Immobilienelgentum	145
3.2.3	Analoge Gestaltung bei Begründung von Bruchteils- und Gesamthandseigentum im Falle der Fondsbeteiligung - Ein Exkurs	150
3.3	Der wirtschaftliche Zweck der Investition als produktpolitisches Gestaltungselement für die Anlagekonzeption	153
3.3.1	Organisationsprinzipien zur Teilnahme am Wirtschaftsverkehr	157
3.3.2	Die marktliche Einordnung im Informations- und Entscheidungsablauf zur Entwicklung einer Produktkonzeption	161
4.	Gestaltungsansätze zur Harmonisierung der Produkt- konzeption	166
4.1	Produktimmanente Risiken steuersparender Ver- mögensanlagen	166
4.2	Die Grantie als Mittel zur Produktharmonisie- rung	170
4.2.1	Garantien, dargestellt am Beispiel eines Beteiligungsangebots	170
4.2.2	Analoge Ansätze bei Privatvermögensanlagen in Immobilien, dargestellt am Beispiel des "Mietkauf-Modells"	173

4.3	Konsumtive Nutzenstiftung als Mittel zur Produktharmonisierung	178
4.3.1	Konsumtive Nutzenstiftung in Verbindung mit der Anlage in Beteiligungen	178
4.3.2	Konsumtive Nutzenstiftung in Verbindung mit der Anlage in Immobilieneigentum	180
4.4	Zusammenfassung	182
5.	Gegenwärtiger Stand und Zukunftschance der Produktpolitik für steuersparende Vermögensanlagen	183
5.1	Konsequenzen aus der Produktharmonisierung für die Investorstellung	183
5.2	Notwendigkeit und Chance für neue produktpolitische Initiativen unter veränderten Bedingungen - Ein Ausblick	186
	Literaturverzeichnis	190