

2 Kapitalaufbringung im Tourismus

Im folgenden Kapitel wird die Bedeutung der Tourismusbranche aus gesamtwirtschaftlicher Sicht, als auch die Bedeutung für den Kooperationspartner, vorgestellt. Darüber hinausgehend werden Ferienparks (FPA) definiert und hinsichtlich ihrer Organisations- und Finanzierungsmöglichkeiten vorgestellt. Die Vorstellung der Spezifika des Beherbergungssektors als Teilbereich der Tourismuswirtschaft, insbesondere mit dem Fokus auf Ferienparks, dient als Sachverhaltsdarstellung für die weitergehende, steuerrechtliche Analyse in den anschließenden Kapiteln.

2.1 Bedeutung der Tourismusbranche

Der Tourismuswirtschaft kommt aus ökonomischer Sichtweise ein hoher Stellenwert zu, welcher durch gesellschaftliche Zusammenhänge gestärkt wird. Die Messung der Bedeutung der Branche stellt an das zugrundeliegende Modell, im Vergleich zu anderen Sektoren, aufgrund wesentlicher branchenübergreifender Vernetzungen hohe Anforderungen.

Die Tourismusbranche ist nicht durch ein gemeinsames Produkt oder eine einheitliche Dienstleistung gekennzeichnet. Den miteinzubeziehenden Unternehmungen liegt nicht dieselbe Produktionsfunktion zugrunde. Der Tourismusbranche sind Produkte und Dienstleistungen folgender Kategorien zuzuordnen:

- tourismusspezifische
- tourismusverwandte
- nicht tourismusspezifische

Als tourismusspezifisch werden beispielsweise Transportleistungen, das Angebot von Beherbergungsbetrieben oder von Reiseveranstaltern kategorisiert. In die Kategorie der tourismusverwandten Produkte und Dienstleistungen werden zB Restaurants und Bars eingeordnet. In den Bereich der nicht tourismusspezifischen fallen Produkte und Dienstleistungen des Einzelhandels.² Die Branche der Wirt-

² Vgl. MUNDT (2013), S. 457.

schaftstrehänder ist zusätzlich als Beispiel für nicht tourismusspezifische Unternehmen zu nennen. Die Leistungen der klassischen Steuerberatung zielen dem Grunde nach nicht auf die Tourismuswirtschaft ab. Nichtsdestoweniger sind indirekte positive Zusammenhänge, auf Basis eines florierenden Tourismusmarktes, in einem breit gefächerten Klientenstock festzustellen.

Das Modell der Tourismussatellitenkonten berücksichtigt die dargestellten Zusammenhänge und ermöglicht es, die gesamte bzw. weitergehende Bedeutung des Tourismus zu erfassen. Mithilfe des Satellitenansatzes wird aus jedem Sektor der klassischen volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung die touristische Komponente betrachtet. So wird beispielsweise der Beitrag der Bauwirtschaft an die touristische Infrastruktur miteinbezogen.³

Im westeuropäischen Vergleich liegt Österreich, gemessen an der Statistik vom Juni 2013 über die Ankunftsahlen internationaler Touristen, an dritter Stelle vor Deutschland und Frankreich.⁴

Das österreichische Tourismussatellitenkonto zeigt, dass durch die Tourismuswirtschaft im Jahr 2012 ein Beitrag von 7,4 % zum nationalen Bruttoinlandsprodukt geleistet wurde. Die durch den Tourismus generierte Wertschöpfung beträgt rund 23 Millionen Euro. Davon wurde eine Wertschöpfung von 6 Millionen Euro indirekt erzielt.⁵ Dieser indirekten Wertschöpfung sind nicht tourismusspezifische Produkte und Dienstleistungen zuzurechnen.

2.2 Finanzierung im Tourismus

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Konzeptionierung und Analyse von alternativen Finanzierungsmodellen. Als Alternativen werden Investorenmodelle dargestellt und analysiert, um die Abhängigkeit von Fremdkapitalgebern zu verringern. Im folgenden Abschnitt werden Grundzüge und Problembereiche der Unternehmensfinanzierung mit dem Fokus auf den Tourismus aufgezeigt.

³ Vgl. FREYER (2011), S. 445f.

⁴ Vgl. UNWTO (2013), S. 8.

⁵ Vgl. STATISTIK AUSTRIA (2014), Onlinequelle [28.03.2014].

Insbesondere der Beherbergungssektor ist in der Tourismusbranche durch eine hohe Anlagenintensität, oftmals von bis über 90 % der Bilanzsumme, geprägt. Überdies typisch für diesen Sektor sind hohe Fremdkapitalquoten von ebenso über 90 % im Durchschnitt und dies bereits im Zeitpunkt der Unternehmensgründung. Zusätzlich mangelnde positive Ergebnisse führen häufig sogar so weit, dass in Bilanzen ein negatives Eigenkapital ausgewiesen wird.⁶

Um dem Grundsatz einer fristenkongruenten Finanzierung⁷ gerecht zu werden, wird eine dementsprechend hohe Eigen- bzw. langfristige Fremdfinanzierung benötigt. Zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung ist es häufig nicht möglich, den gesamten Kapitalbedarf durch Eigenmittel aufzubringen. Aus diesem Grund wird auf langfristige Fremdfinanzierungen, meist in der Form von Bankkrediten zurückgegriffen. In diesem Zusammenhang werden umfangreiche Kreditwürdigkeitsprüfungen sowie die Beistellung von dinglichen oder hypothekarischen Sicherheiten vorausgesetzt.⁸

Im Bereich der Außenfinanzierung bieten sich diverse Ausprägungen der Eigenfinanzierung als Alternative zur Fremdfinanzierung an. So haben sich beispielsweise Stille Gesellschaften oder auch Private Equity Modelle in der Tourismusbranche etabliert.⁹ In der vorliegenden Arbeit werden zwei Finanzierungsmodelle im Sinne einer klassischen Einlagen- bzw. Beteiligungsfinanzierung¹⁰ konzeptioniert und aus einer steuerrechtlichen Perspektive analysiert.

2.3 Ferienparkanlagen als Basis für Investorenmodelle

Aus welchem Grund sich Finanzierungsalternativen in Form von Investorenmodellen, gerade im Bereich der Projektierung von FPA besonders gut eignen, wird im folgenden Abschnitt dargelegt.

⁶ Vgl. HENSCHEL/u.a. (2013), S. 271ff; SCHUMACHER/WIESINGER (2011), S. 83.

⁷ Vgl. NADVORNIK/u.a. (2009), S. 235f.

⁸ Vgl. SCHUMACHER/WIESINGER (2011), S. 53f.

⁹ Vgl. SCHUMACHER/WIESINGER (2011), S. 78ff.

¹⁰ Vgl. NADVORNIK/u.a. (2009), S. 116f.

In der Systematik der Beherbergungsformen wird der Ferienpark (FP) als Zwischenstufe der traditionellen Hotellerie und der Parahotellerie eingeordnet.¹¹ Ferienparkanlagen sind gekennzeichnet durch eigenständige Wohneinheiten inklusive Selbstverpflegungseinrichtungen, organisiert in einer Mehrzahl an Gebäuden. In den einzelnen Wohngebäuden sind im Durchschnitt maximal drei Ferienwohnungen vorgesehen. In einem, gemeinsam zu nutzenden, Zentralgebäude stehen, wie in der klassischen Hotellerie, Verpflegungs-, Kinderbetreuungs- oder Sporteinrichtungen zur Verfügung. Ebenso wird der Hotelbetrieb traditionell über eine zentrale Rezeption organisiert.

Unter dem Überbegriff der Markenhotellerie werden vom deutschen Hotel- und Gaststättenverband Hotelketten und Hotelkooperationen aller Art zusammengefasst. Unabhängig von der individuellen Organisationsstruktur werden Hotelgruppen, die über mindestens vier Hotels verfügen und unter einer Dachmarkenstrategie agieren, in die Kategorie der Markenhotellerie eingeordnet.¹²

Hinsichtlich der Besitzverhältnisse wird zwischen folgenden Betreiberformen differenziert:

- Eigentümerbetrieb
- Pachtbetrieb
- Franchisebetrieb
- Betrieb im Managementvertrag

Die zur Analyse herangezogenen Ferienparkanlagen werden vorwiegend im Managementvertrag betrieben. Diese Betreiberform basiert auf dem Grundprinzip der Trennung von Kapital und Management. Der Betreiber ist in den meisten Fällen eine Managementgesellschaft, welche ihr komplettes Hotelführungssystem samt Know How, das sogenannte System, zur Verfügung stellt. Diese Managementgesellschaft tritt als Systemgeber auf, während der Investor, welcher selbst den FP nicht betreiben will oder kann, als Systemnehmer hinzutritt.

¹¹ Vgl. HENSCHHEL/u.a. (2013), S. 3f; SCHULZ/u.a. (2014), Modul C S. 4.

¹² Vgl. SCHULZ/u.a. (2014), Modul C S. 13.

Im Gegensatz zum Pachtbetrieb liegen beim Betrieb im Managementvertrag sowohl das Investitionsrisiko als auch das unternehmerische Risiko beim Eigentümer. Die erzielten Gewinne und Verluste werden gemäß vertraglicher Vereinbarung dem/den Investor/Investoren zugewiesen. Im Gegenzug dazu erhält die Managementgesellschaft eine Managementgebühr für das zur Verfügung gestellte System. Dabei handelt es sich nicht um eine Fixgebühr, sondern um eine variable Gebühr, welche wiederum zum Teil umsatz- und zum Teil ergebnisabhängig ist.¹³

Die Kombination eines Betriebs im Managementvertrag und die Beherbergungsform der Ferienparkanlage eignen sich optimal, um Modelle für eine Vielzahl an Investoren zu entwerfen. Aufgrund der baulichen Trennung der einzelnen Wohneinheiten wird ebenso eine leicht herbeizuführende rechtliche Trennung der Einheiten sichergestellt. Überdies wird ermöglicht, dass sich Investoren nicht nur mit dem Gesamtprojekt identifizieren, sondern vielmehr für eine eigene, wohl im Verbund integrierte, Wohneinheit Kapital zur Verfügung stellen.

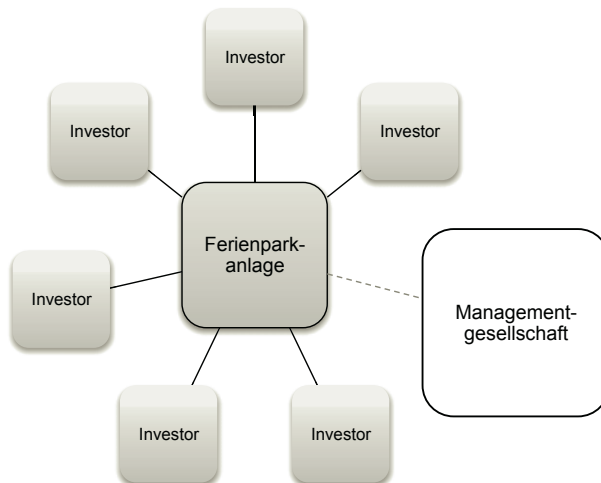


Abbildung 2: Organigramm eines Betriebs im Managementvertrag; Quelle: eigene Darstellung.

Obenstehende Grafik stellt die Organisation eines Betriebs im Managementvertrag dar. Die Zahl der Investoren kann auf eine beliebige hohe Anzahl erhöht werden,

¹³ Vgl. HENSCHERL/u.a. (2013), S. 23ff.

idealerweise korrespondierend mit der Anzahl der Einheiten in der FPA, so dass jede Einheit einem Investor zugeordnet werden kann. Die Verteilung des erwirtschafteten Ergebnisses erfolgt relativ zur Investitionssumme im Sinne eines Mietpools. Die Investitionssumme gleicht den Anschaffungskosten der jeweiligen Wohneinheit zuzüglich eines Anteils am Zentralgebäude.

Steuerrechtliche Analyse von Finanzierungsmodellen im
Tourismus

Prodinger, M.

2015, XV, 94 S. 11 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08834-7