



17. Juli 2002

Nr. 29

conomics

Internet-Revolution und „New Economy“



Besteuerung von E-Commerce – Lösungen gesucht

- Das Internet stellt die Steuerpolitik vor neue Herausforderungen. Bei der Umsatzsteuer erschwert die mangelhafte Identifizierbarkeit der Konsumenten die Besteuerung des E-Commerce. Die Umsetzung des international üblichen Bestimmungslandprinzips ist kaum möglich. Bei den Ertragsteuern ergeben sich für international operierende Unternehmen möglicherweise neue Gestaltungsmöglichkeiten. Beides kann zu einer Erosion des Steueraufkommens führen. **Gegenwärtig ist das Volumen des E-Commerce jedoch noch zu gering, um ernsthafte fiskalische Probleme auszulösen.**
- Für die Unternehmensbesteuerung ist entscheidend, ob Internet-Server Betriebsstätten darstellen. Wäre dies der Fall, könnten Unternehmen ihre Server in Niedrigsteuerrändern platzieren und auf den Server entfallende Gewinne nach dem **Betriebsstättenprinzip** dort versteuern. Juristisch ist die Frage umstritten, ob ein Server eine Betriebsstätte begründet.
- Umsatzsteuerlich problematisch sind lediglich reine **Online-Umsätze**, bei denen sowohl Bestellung, als auch Auslieferung und ggf. Bezahlung online abgewickelt werden. Sie machen nur einen kleinen Teil des gesamten E-Commerce aus. **Offline-Umsätze**, bei denen lediglich die Bestellung online, die Auslieferung aber auf traditionellem Postweg erfolgt, sind steuerlich unproblematisch.
- Die Durchsetzung des **Bestimmungslandprinzips** (es gilt der Steuersatz des Landes, in dem der Endverbrauch stattfindet) bei Online-Umsätzen scheitert daran, dass der Anbieter häufig nicht erkennen kann, aus welchem Land die Kundenbestellung stammt. Damit fehlt die Information über den anzuwendenden Umsatzsteuersatz. Das **Ursprungslandprinzip** (es gilt der Steuersatz des Landes, aus dem die Lieferung erfolgt) führt zu internationalen **Wettbewerbsverzerrungen**, weil die Produktpreise von den unterschiedlichen Umsatzsteuersätzen abhängen. Da z.B. die USA derzeit keine Umsatzsteuer auf Online-Umsätze erheben, besteht weltweit für Konsumenten der Anreiz, digitale Produkte von den Websites amerikanischer oder anderer steuerfreier Anbieter herunterzuladen. Faktisch bleiben Online-Geschäfte damit steuerfrei.
- Die jüngst verabschiedete **EU-Richtlinie** verlangt von Anbietern aus Drittstaaten, sich in einem EU-Land registrieren zu lassen und bei Geschäften mit EU-Konsumenten die im Registrierungsland gültige Umsatzsteuer zu berechnen. **Allerdings werden die bisherigen Wettbewerbsverzerrungen damit lediglich de jure, nicht aber de facto beseitigt, weil Anbieter aus Drittländern kaum zur Registrierung gezwungen werden können.** Das globale Netz erfordert steuerpolitisch globale Antworten. Angesichts der fortschreitenden Entwicklung des E-Commerce wird es jetzt notwendig, wirksame Konzepte zu entwickeln.

Jörn Quitzau, +49 69 910-31890 (joern.quitzau@db.com)



Editor

Antje Stobbe
+49 69 910-31847
antje.stobbe@db.com

Publikationsassistentz

Martina Ebling
+49 69 910-31710
martina.ebling@db.com

Deutsche Bank Research

Frankfurt am Main
Deutschland
Internet: www.dbresearch.de
E-Mail: marketing.dbr@db.com
Fax: +49 69 910-31877

Managing Directors

Axel Siedenberg
Norbert Walter

Besteuerung von E-Commerce – Lösungen gesucht

Digitalisierung stellt Steuerpolitik vor neue Herausforderungen

E-Commerce¹ eröffnet Unternehmen neue Erlöspotentiale und Möglichkeiten zur Kostensenkung. Für die Konsumenten ergeben sich Vorteile durch die Möglichkeit des bequemeren Einkaufs am heimischen Computer, aber auch durch einfachere und bessere Vergleichsmöglichkeiten verschiedener Produktangebote. Die zunehmende Verbreitung des E-Commerce bringt zusätzliche Chancen für Wachstum und Wohlstand.

Naturgemäß bringt die neue digitale Welt auch neue Probleme mit sich. Ein wichtiger Punkt ist die Besteuerung von Transaktionen. Wird das Internet vermehrt genutzt und das Produktangebot zunehmend virtualisiert, kann es zur Aushöhlung der Steuerbasis kommen. Da räumliche Anknüpfungspunkte und nationale Grenzen an Bedeutung verlieren, sind steuerrelevante Transaktionen einzelnen Ländern ggf. nicht mehr eindeutig zuzuordnen, oft sind sie von den Steuerbehörden nicht einmal mehr erfassbar. Ein wichtiges Merkmal des Internet ist nämlich die bislang fehlende Authentifizierbarkeit der Akteure, wodurch die Ermittlung der Besteuerungsgrundlage respektive der Steuerpflichtigen äußerst schwierig werden kann. Eine anderer wichtiger Punkt ist die Frage, ob ein Unternehmen durch die geschickte Platzierung des Internet-Servers Gewinne ins Ausland verlagern kann, um dort ggf. von niedrigeren Steuersätzen zu profitieren. Daher ist zu prüfen, ob die oft beschworene „Neue Ökonomie“ auch eine „Neue Steuerpolitik“ erfordert. Das Ergebnis ist nicht eindeutig.

Gewinne sind als Einkommen zu versteuern, unabhängig davon, aus welcher Quelle sie stammen. Auch sind sämtliche Umsätze – via Internet oder traditionelle – der Umsatzsteuer zu unterwerfen. E-Commerce sollte weder steuerlich gefördert, noch steuerlich diskriminiert werden. Aus theoretischer Sicht gibt es keine Zweifel daran, dass E-Commerce steuersystematisch nicht anders zu behandeln ist als traditionelle Geschäftstätigkeit. Dies gilt sowohl für die Ertrags- als auch für die Umsatzbesteuerung. Die steuerpolitischen Schwierigkeiten liegen weniger im Grundsätzlichen, als vielmehr in der Umsetzung der bewährten Steuerprinzipien.²

Umsatzsteuer bei grenzüberschreitenden Geschäften

Die Umsatzsteuer ist eine allgemeine Verbrauchsteuer, die den Konsum im Land des Endverbrauchers belasten soll. Dieses Ziel wird in Deutschland und im europäischen Ausland durch die Mehrwertsteuer vom Konsumtyp mit Vorsteuerabzug erreicht. Bei grenzüberschreitenden Geschäften ist die doppelte oder mehrfache Besteuerung des Konsums zu vermeiden. Dieses Ziel kann durch zwei unterschiedliche Verfahren erreicht werden, durch das **Bestimmungslandprinzip** oder das **Ursprungslandprinzip**. Als Bestimmungsland gilt der Importstaat, als

E-Commerce bringt Chancen für Wachstum und Wohlstand ...

... aber auch Probleme für die Steuerpolitik

Braucht die „Neue Ökonomie“ eine „Neue Steuerpolitik“?

E-Commerce ist steuersystematisch nicht anders zu behandeln als traditionelle Geschäftstätigkeit

Bestimmungsland- vs. Ursprungslandprinzip

¹ Nach einer Definition der WTO ist unter *E-Commerce* „Produktion, Vertrieb, Marketing, Verkauf oder Lieferung von Gütern und Dienstleistungen auf elektronischem Weg“ zu verstehen.

² Auch die gelegentlich diskutierte „bit tax“ – eine Sondersteuer auf den E-Commerce zur Korrektur aller möglichen durch den E-Commerce verursachten Probleme – ist abzulehnen. Zum Thema „bit tax“ vgl. BECK, Hanno und Aloys PRINZ (1997), Should all the world be taxed? – Taxation and the Internet, in: *Inter-economics*, March/April 1997, S. 87-92.

Ursprungsland der Exportstaat. International ist die Anwendung des Bestimmungslandprinzips üblich, d.h. die Ware wird im Exportland von der Umsatzsteuer befreit (Nullsatzbesteuerung) und im Importland mit einer Einfuhrumsatzsteuer belegt.

Dieses Verfahren wurde auch im europäischen Binnenmarkt bis zum 31.12.1992 angewandt. Nach Wegfall der Grenzkontrollen war es jedoch nicht mehr praktikabel, so dass eine Übergangsregelung getroffen wurde, die bis heute Bestand hat. Gemäß dieser Regelung gilt bei Transaktionen von Akteuren aus EU-Teilnehmerstaaten mit Akteuren aus Nicht-EU-Staaten weiterhin das Bestimmungslandprinzip. Auch findet bei Transaktionen zwischen Unternehmen innerhalb des Gemeinschaftsgebietes im Ergebnis das Bestimmungslandprinzip Anwendung (Steuer auf den innergemeinschaftlichen Erwerb).³

Bei Geschäften mit Endverbrauchern ist **zwischen Abhol- und Versandungslieferungen** zu unterscheiden. Während auf Versandungslieferungen das Bestimmungslandprinzip angewandt wird, muss bei Abhollieferungen das – wegen seiner international preisverzerrenden Wirkung – steuersystematisch unbefriedigende Ursprungslandprinzip praktiziert werden (Ausnahme: Neufahrzeuge). Der Grund dafür liegt darin, dass der Verkäufer nicht erkennen kann, aus welchem Land der Käufer stammt und in welchem Land der Endverbrauch erfolgt. Nach dem Wegfall der Grenzkontrollen besteht in Grenzgebieten somit der Anreiz, umsatzsteuerinduzierte Preisdifferenzen auszunutzen. Die Rentabilität grenzüberschreitender Einkäufe ist dabei eine Funktion aus Steuersatzdifferenz, Wert des Einkaufs und Höhe der Transaktionskosten.

International ist das Bestimmungslandprinzip üblich ...

... nach Wegfall der Grenzkontrollen in der EU jedoch problematisch

Abhol- vs. Versandungslieferungen

Ökonomische Wirkung der Besteuerung grenzüberschreitender Umsätze			
	Umsätze zwischen EU-Staaten		Umsätze von EU-Ländern mit Nicht-EU-Staaten
Umsätze zwischen Unternehmen	Bestimmungslandprinzip		Bestimmungslandprinzip
Umsätze von Unternehmen mit Endverbrauchern	Versand-lieferungen	Abholliefe-rungen	Bestimmungslandprinzip
	Bestimmungs-landprinzip	Ursprungs-landprinzip	

Die höchste Steuersatzdifferenz zwischen Nachbarstaaten besteht mit neun Prozentpunkten zwischen Deutschland (16%) und Dänemark (25%). Der steuerlich bedingte Preisunterschied bei einem Einkauf in Höhe eines Nettopreises von EUR 2.000 (z.B. ein hochwertiger Fernseher) betrüge folglich EUR 180 (ceteris paribus). Ob das teurere Produkt in Dänemark oder das günstigere in Deutschland gekauft wird, hängt nun von den Transaktionskosten ab. Diese setzen sich zusammen aus den direkten Kosten (z.B. Benzinsgeld) und indirekten Kosten

³ In der Politik werden die Begriffe „Ursprungslandprinzip“ und „Bestimmungslandprinzip“ mit Bezug auf das europäische Umsatzsteuerverfahren gelegentlich entgegen der o.g. ökonomischen Begriffsdefinition danach differenziert, welchem Staat das Steueraufkommen zufließt. Dadurch kann es zu sprachlichen Missverständnissen kommen. Das praktizierte europäische Verfahren ist kompliziert und weist zahlreiche Mängel auf. An dieser Stelle kann nicht auf die effiziente Ausgestaltung des europäischen Umsatzsteuersystems eingegangen werden, vgl. dazu SCHWAGER, Robert (2000), EU kommt bei der Mehrwertsteuer nicht voran, in: EU-Magazin Nr.6, S. 16-17.

(z.B. Zeitaufwand). Sie steigen mit zunehmender Entfernung des Wohnsitzes des betreffenden Konsumenten ggf. beträchtlich an und wirken daher dem grenzübergreifenden Einkauf entgegen. Transaktionskosten sind ein natürliches Regulativ und begrenzen die verzerrenden Wirkungen des Ursprungslandprinzips.

Probleme bei der Anwendung auf E-Commerce

Das geschilderte Szenario bei Abhollieferungen entspricht der Grundproblematik, die bei der Umsatzbesteuerung des E-Commerce entsteht. Denn beim E-Commerce ist zunächst ebenfalls nicht erkennbar, aus welchem Land der Kunde die digitale Ware bestellt bzw. vom Netz herunterlädt. Das Internet senkt Transaktionskosten in zum Teil gravierender Weise. Steuersatzdifferenzen werden daher a priori noch stärker ausgenutzt, als das bei traditionellen Geschäften der Fall ist. Gleichwohl wird das Problem der dadurch ausgelösten Steuerausfälle und Wettbewerbsverzerrungen überbewertet, weil nur ein geringer Anteil der E-Commerce-Umsätze steuerlich tatsächlich problematisch ist.

Umsatzsteuerrechtlich sind zwei Kategorien des E-Commerce zu unterscheiden: **Online-Umsätze** und **Offline-Umsätze**. Letztere machen den weitaus größten Teil der E-Commerce-Geschäfte aus und stellen steuerlich kein Problem dar. Unter Offline-Umsätzen werden Geschäfte verstanden, bei denen die Bestellung auf elektronischem Weg – also online – erfolgt, die Lieferung aber auf traditionellem (Post-) Weg – also offline – ausgeführt wird. Ein Beispiel hierfür ist der Kauf eines Fernsehers im Internet, der dem Konsumenten auf dem Postweg geliefert wird. Für den Warenversand wird die Postadresse des Kunden benötigt, so dass das Bestimmungslandprinzip Anwendung finden kann. Offline-Umsätze unterscheiden sich hinsichtlich der umsatzsteuerlichen Behandlung nicht von traditionellen Geschäften.

Steuerrechtlich problematisch sind dagegen die Online-Umsätze, bei denen sowohl Bestellung als auch Lieferung auf elektronischem Weg erfolgen. Es handelt sich dabei um vollständig digitalisierbare Güter wie z.B. Musik, Videos, Computersoftware oder Fotos. Gegen den Willen des Käufers ist es dem Verkäufer praktisch unmöglich zu identifizieren, aus welchem Land die Kundenbestellung stammt. Aus der E-mail-Adresse des Käufers geht dessen Wohnsitzstaat nicht unbedingt hervor und auch die Bezahlung kann ohne Hinweis auf den Wohnsitz erfolgen. Dem Verkäufer fehlt daher die Information über den im Bestimmungsland geltenden Umsatzsteuersatz, wenn der Käufer diese Information nicht freiwillig preisgibt. Die Anwendung des Bestimmungslandprinzips ist damit kaum möglich. Um nicht gänzlich auf die Umsatzbesteuerung zu verzichten, müsste hilfsweise auf das Ursprungslandprinzip zurückgegriffen werden.

Die geltende Rechtslage für E-Commerce-Umsätze

Die derzeit geltende Rechtslage ist nicht geeignet, den dargestellten konzeptionellen Schwierigkeiten bei der umsatzsteuerlichen Erfassung von Online-Transaktionen zu begegnen.⁴ Danach ist für die steuerrechtliche Behandlung grundsätzlich der Ort der Leistungserbringung von Bedeutung. Online-Umsätze gelten gemäß Umsatzsteuerrecht als „Sonstige Leistungen“ (Dienstleistungen), bei denen nach dem Ursprungs-

Umsatzsteuersätze* EU-Teilnehmerländer

Dänemark	25,0
Schweden	25,0
Finnland	22,0
Belgien	21,0
Irland	20,0
Italien	20,0
Österreich	20,0
Frankreich	19,6
Niederlande	19,0
Griechenland	18,0
Vereinigtes Königreich	17,5
Portugal	17,0
Deutschland	16,0
Spanien	16,0
Luxemburg	15,0
*Normalsätze	

Unterscheidung von Online- und Offline-Umsätzen ist elementar

Nur Online-Umsätze sind umsatzsteuerlich problematisch

Anwendung des Bestimmungslandprinzips kaum möglich

Geltende Rechtslage ist unbefriedigend

⁴ Einen detaillierten Überblick über die steuerrechtlichen Fragen bei E-Commerce-Umsätzen gibt LANGE, Hans-Friedrich (2001), Umsatzsteuerfragen beim E-Commerce, in: Der Betrieb, Heft 16 vom 20.4.2001, S. 831-836.

landprinzip der Sitzort des leistenden Unternehmens (bzw. dessen Betriebsstätte) als Ort der Besteuerung gilt. In bestimmten Fällen wird der Ort der erbrachten Leistung und damit der Ort der Besteuerung aber zum Leistungsempfänger verlagert. Gemäß § 3a Abs. 3 und 4 UStG trifft dies zu, wenn der Leistungsempfänger entweder ein Unternehmer („Business to Business“; „B2B“) oder ein Endverbraucher („Business to Consumer“; „B2C“) mit Wohnsitz in einem Drittland ist. Daraus ergeben sich für das Beispiel Deutschland **fünf grundlegende Fälle für Online-Umsätze**.⁵

1. Ein deutsches Unternehmen verkauft seine Ware an ein deutsches Unternehmen (B2B) oder einen deutschen Endverbraucher (B2C). Es ist der deutsche Umsatzsteuersatz in Höhe von 16% anzusetzen.
2. Beim Verkauf an ein innerhalb der EU, aber außerhalb Deutschlands ansässiges Unternehmen (B2B) ist der Verkauf zunächst steuerfrei. Das ausländische Unternehmen unterliegt den Umsatzsteuervorschriften seines Sitzlandes.
3. Wird die Ware von einem deutschen Unternehmen an Endverbraucher in einem EU-Teilnehmerstaat exportiert, ist die deutsche Umsatzsteuer anzusetzen, es gilt faktisch das Herkunftslandprinzip. Umgekehrt zahlt der deutsche Verbraucher die Umsatzsteuer des EU-Mitgliedstaates, in dem das liefernde Unternehmen ansässig ist.
4. Erfolgt der Verkauf an Unternehmen (B2B) oder Endverbraucher (B2C) in Drittstaaten, bleibt der Verkauf steuerfrei, die Umsätze unterliegen den Regelungen des Bestimmungslandes.
5. Erfolgt der Verkauf aus einem Drittstaat in ein EU-Teilnehmerland, muss auf der Käuferseite zwischen Unternehmern und Nicht-Unternehmern unterschieden werden. Bei Nicht-Unternehmern (B2C) gelten die Vorschriften des Exportstaates und damit das Herkunftslandprinzip. Die Lieferungen an Unternehmer (B2B) sind im Herkunftsland steuerfrei und die Regelungen des Bestimmungslandes kommen zur Anwendung.

Anhand dieser Aufstellung zeigt sich, dass aus Sicht des EU-Endverbrauchers bei grenzüberschreitenden Transaktionen durchgängig das Ursprungslandprinzip Anwendung findet. International ergeben sich deshalb steuerinduzierte Preisunterschiede, welche die Konsumententscheidungen verzerren können. Unter sonst gleichen Umständen (homogene Produkteigenschaften, gleiche Nettopreise u.ä.) wird beim E-Commerce wegen vernachlässigbarer Transaktionskosten ein Anbieter aus dem Land mit dem niedrigsten Umsatzsteuersatz gewählt.

Innerhalb der EU haben also u.a. Länder wie Luxemburg und Deutschland aufgrund ihrer niedrigen Umsatzsteuersätze Wettbewerbsvorteile (s. Tabelle S.5). Noch wichtiger sind aber die Wettbewerbsvorteile der Länder, in denen E-Commerce-Umsätze steuerfrei sind. Hierzu zählen vor allem die USA, deren Unternehmen ihre Kunden in aller Welt mit digitalisierbaren Gütern steuerfrei beliefern können. Die europäischen Konsumenten werden unter sonst gleichen Umständen im Regelfall Anbieter aus den USA wählen; faktisch bleiben Online-Umsätze damit auch für EU-Konsumenten weitgehend steuerfrei.

Fünf grundlegende Fälle bei der Besteuerung von Online-Umsätzen

Aus Sicht des EU-Endverbrauchers gilt durchgängig das Ursprungslandprinzip ...

... welches zu steuerlichen Preisverzerrungen führt

USA haben spürbaren Wettbewerbsvorteil

⁵ Zu den Detailregelungen vgl. auch den vom Bundesfinanzministerium veröffentlichten Online-Leitfaden zum Thema „E-Commerce und Steuern“, abrufbar unter <http://www.bundesfinanzministerium.de/Steuer-und-Zoelle/Electronic-Commerce-.767.7326/.htm>.

Neben dieser regionalen Verzerrung kommt es aber auch zur Verzerrung zwischen Online- und Offline-Produkten. So wird beim Kauf einer Musik-CD in Deutschland Umsatzsteuer in Höhe von 16% berechnet. Wird die Musik hingegen (legal) aus dem Internet heruntergeladen, bleibt die Ware steuerfrei.⁶ Für den Fiskus bedeutet sowohl die regionale Substitution als auch die Substitution zwischen Online- und Offline-Produkten einen Verlust von Steuereinnahmen, welcher bei wachsenden E-Commerce-Umsätzen ein beträchtliches Ausmaß annehmen kann.

Die EU-Richtlinie 2002

Die geschilderten Wettbewerbsverzerrungen veranlassten die EU-Kommission, nach einer Neuregelung für die Besteuerung des E-Commerce zu suchen. Die Überlegungen resultierten in einer **EU-Richtlinie**⁷, welche am 12.02.2002 vom Rat der europäischen Union angenommen wurde.

Die Richtlinie sieht den konsequenten Übergang zum Bestimmungslandprinzip vor und greift hierfür auf folgende Regeländerungen zurück:

1. Unternehmen aus Nicht EU-Staaten müssen die im Land des Kunden geltende Umsatzsteuer berechnen. Hierfür müssen sie sich in einem EU-Teilnehmerstaat ihrer Wahl registrieren lassen und die vereinnahmte Umsatzsteuer an diesen abführen. Die Steuereinnahmen werden anschließend vom Registrierungsland an das Wohnsitzland des Konsumenten abgeführt, so dass das Steueraufkommen dem Land zufällt, in welchem konsumiert wird.
2. EU-Anbieter brauchen keine Umsatzsteuer mehr für Umsätze auf Märkten außerhalb der EU zu berechnen.

Die bislang bestehenden allokativen Verzerrungen werden damit de jure weitgehend beseitigt. Dies gilt sowohl für die Verzerrung zwischen EU- und Nicht-EU-Anbietern (insbesondere USA), als auch für die Ungleichbehandlung von Online- und Offline-Umsätzen.

Kritik: Richtlinie wird Probleme kaum lösen

Die Bewertung der EU-Richtlinie muss anhand steuersystematischer und steuerpraktischer Kriterien erfolgen. Steuersystematisch ist offenkundig, dass für den Bereich des E-Commerce keine anderen Regeln gelten dürfen als für traditionelle Geschäftstätigkeit. Die Entscheidung darüber, ob ein Produkt bzw. eine Dienstleistung via Internet oder auf herkömmlichen Wege erworben wird, darf nicht steuerlich verzerrt werden. Ebenso ist internationale Wettbewerbsneutralität anzustreben, steuerliche Ungleichbehandlungen im In- und Ausland sind zu beseitigen. Vor diesem Hintergrund ist die EU-Richtlinie eine angemessene Umsetzung steuersystematischer Erfordernisse.

Weniger positiv fällt das Urteil für die steuerpraktischen Aspekte der Richtlinie aus. Steuerpolitische Maßnahmen sind auf ihre Kosten der Steuererhebung (compliance costs) bei Verwaltung und Steuerpflichtigen zu prüfen. Diese Kosten sind den potentiellen Steuereinnahmen

Wettbewerbsverzerrung zu Gunsten des E-Commerce gegenüber traditionellen Geschäften

EU-Richtlinie ...

... verlangt Registrierung von Nicht-EU-Anbietern für Handel mit EU-Verbrauchern in einem EU-Teilnehmerland ...

... und beseitigt Pflicht für EU-Anbieter, Umsatzsteuer bei Geschäften außerhalb der EU zu berechnen

EU-Richtlinie ist steuersystematisch angemessen ...

... verursacht aber hohe Kosten ...

⁶ Gleichwohl ist zu berücksichtigen, dass viele der in Frage kommenden Güter bzw. Dienstleistungen und insbesondere Musik derzeit noch kostenlos (wenngleich oft illegal) aus dem Internet heruntergeladen werden können. Mindestens ebenso relevant wie die korrekte Besteuerung ist daher die Frage der Durchsetzbarkeit von Eigentumsrechten.

⁷ Vgl. Richtlinie 2002/38/EG des Rates vom 7. Mai 2002 und Verordnung (EG) Nr. 792/2002 des Rates vom 7. Mai 2002.

und den allokativen Vorteilen der gleichmäßigen Besteuerung gegenüberzustellen. Das beschlossene Registrierungsverfahren für ausländische Anbieter stellt einen erheblichen Verwaltungsaufwand dar. Entgegen ursprünglichen Planungen gilt die Registrierungspflicht auch für Unternehmen mit Umsätzen von unter EUR 100.000, deren Geschäftsaktivitäten in der EU damit de facto zu einem guten Teil – zumindest offiziell – eingestellt werden dürften.

Gravierender als der hohe **Verwaltungsaufwand** ist aber die zu erwartende **faktische Wirkungslosigkeit** der EU-Richtlinie. Die Regelungen setzen zwar einen rechtlichen Rahmen für die steuerliche Behandlung von E-Commerce-Umsätzen, deren Befolgung liegt aber bei den beteiligten Vertragspartnern. Die Besonderheiten des Mediums Internet ermöglichen es den am E-Commerce Beteiligten bei geschicktem Verhalten weitgehend, die gesetzlichen Vorgaben zu ignorieren, ohne dafür juristisch belangt werden zu können.

Einerseits können ausländische Anbieter nicht gezwungen werden, sich in einem EU-Mitgliedsland zu registrieren. Auch ohne Registrierung können sie ihr Geschäft weiterhin von europäischen Behörden unbehelligt und umsatzsteuerfrei betreiben. Andererseits können die Anbieter von Online-Dienstleistungen das Wohnsitzland des Kunden nur dann identifizieren, wenn sich dieser zu erkennen gibt. Wird von der Bestellung über die Bezahlung bis hin zur Auslieferung die gesamte Transaktion online abgewickelt, kann der Kunde seinen Wohnsitz verheimlichen. Aus seiner E-mail-Adresse und der Kreditkartennummer geht das Herkunftsland – wie erwähnt – nicht unbedingt eindeutig hervor. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass aufgrund der mangelnden eindeutigen Identifizierbarkeit der Transaktionspartner im Internet die Steuerbehörden zumindest derzeit auf das Mitwirken der am E-Commerce Beteiligten angewiesen sind.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Bemühungen der EU-Kommission zwar in die richtige Richtung zielen. Die kürzlich beschlossene Richtlinie dürfte jedoch zu kurz greifen, weil sie die Probleme – insbesondere wenn sie quantitativ bedeutsamer werden – kaum lösen kann. **Für eine wirksame Lösung wäre politisches Handeln über die EU-Grenzen hinaus erforderlich.**

Allerdings ist das durch die bislang geltende Steuerpraxis verursachte Problem quantitativ noch gering. Im Jahr 2000 machten die E-Commerce-Umsätze (B2C) in Deutschland rund 0,5% des gesamten Einzelhandelsumsatzes aus (USA: 1,0%). Davon entfällt nur ein Bruchteil auf die steuerlich problematischen reinen Online-Geschäfte. Es handelt sich damit um eine vernachlässigbare Größenordnung. Gemessen an der gegenwärtigen Bedeutung des Problems sind die öffentlichen Diskussionen über die Besteuerung des E-Commerce überzogen.

Die Prognosen (bis 2010 wird ein Anstieg auf 10% von B2C-E-Commerce an den Einzelhandelsumsätzen für realistisch gehalten) zur weiteren Entwicklung des E-Commerce zeigen allerdings den grundsätzlichen Handlungsbedarf an und rechtfertigen die steuerpolitischen Anstrengungen der unterschiedlichen Institutionen. Wünschenswert wären ausgereifte Konzepte, die nicht nur **de jure**, sondern auch **de facto** wirken. Eine Möglichkeit wäre, bei der besseren Identifizierbarkeit der am E-Commerce Beteiligten anzusetzen.

Ertragsteuerliche Aspekte

Auf der Seite der Ertragsteuern verstärkt die Digitalisierung der Wertschöpfung die Problematik der internationalen Gewinnaufteilung. Im Mittelpunkt der steuerwissenschaftlichen und steuerrechtlichen Dis-

... und wird faktisch wirkungslos sein

Zur Lösung des Problems sind globale Regelungen erforderlich

E-Commerce-Umsätze in USA und Deutschland: B2C

Jahr	USA in Mrd. USD	Deutschland in Mrd. EUR
1999	17,3	0,9
2000	24,1	1,6
2001	34,1	3,1
2002	47,8	5,0
2003	63,9	7,2
2004	82,9	9,9
2005	104,4	13,1
2006	103,3	16,9

Quelle: Jupiter Research

kussion steht dabei die Frage, ob ein Internet-Server eine Betriebsstätte darstellt und diesem Teile des Unternehmensgewinns steuerlich zugerechnet werden können. Nach dem **Betriebsstättenprinzip** wird der Gesamtgewinn eines international operierenden Unternehmens auf dessen Betriebsstätten aufgeteilt und im Land der jeweiligen Betriebsstätte versteuert.

Wenn ein Internet-Server im Sinne des Steuerrechts als Betriebsstätte klassifiziert würde, ergäben sich für international operierende Unternehmen neue Steuergestaltungsmöglichkeiten. Sie könnten versuchen, Gewinne mit Hilfe eines Internet-Servers in Niedrigsteuerländer zu verlagern, um damit die höhere inländische Gewinnbesteuerung zu umgehen. Ausländische Unternehmen hingegen könnten inländische Gewinne trotz unternehmerischer Aktivität im Inland vermeiden, indem Sie den Internet-Server in ihrem Heimatland oder in einem Drittland aufstellen. Fiskalisch stellt dies eine große Herausforderung dar, weil die Verlagerung eines Internet-Servers ohne größere Probleme möglich ist.

Internationale Einkommensbesteuerung

Die Einkommensbesteuerung erfolgt in Deutschland und vielen anderen Ländern nach dem **Welteinkommensprinzip**. Demgemäß werden Einkommen von natürlichen Personen und Unternehmen im Land des Wohnsitzes bzw. des Unternehmenssitzes besteuert (Wohnsitzprinzip), unabhängig davon, wo die Einkommen erzielt werden. Nicht-Inländer hingegen werden in der Regel als beschränkt Steuerpflichtige nach dem **Quellenprinzip** besteuert, d.h. ihr im Inland erwirtschaftetes Einkommen unterliegt ebenfalls der Steuer. Da das Nebeneinander von Wohnsitz- und Quellenprinzip internationaler Steuerpraxis entspricht, kommt es bei grenzüberschreitenden Aktivitäten regelmäßig zur Doppelbesteuerung – sofern keine internationalen Abkommen über die Verteilung der Besteuerungskompetenz bestehen.

Um **Doppelbesteuerungen** zu vermeiden, kann entweder der Wohnsitzstaat oder der Quellenstaat das erzielte Einkommen steuerfrei stellen (**Freistellungsmethode**) oder der Wohnsitzstaat gewährt den Abzug der im Quellenstaat gezahlten Steuer von der inländischen Bemessungsgrundlage (**Abzugs- oder Anrechnungsmethode**). Deutschland hat mit allen wichtigen Handelspartnern **Doppelbesteuerungsabkommen** abgeschlossen, nach denen der in ausländischen Betriebsstätten erzielte Gewinn im Regelfall steuerfrei gestellt wird.⁸ Eine internationale Verlustverrechnung ist entsprechend nicht möglich.

Betriebsstättenprinzip wirft Probleme auf⁹

Für die ertragsteuerrechtliche Behandlung des E-Commerce ist entscheidend, ob ein Internet-Server als Betriebsstätte eingestuft wird. Gemäß § 49 Abs. 1, Nr. 2 EStG sind ausländische Unternehmen, die im Inland eine Betriebsstätte unterhalten, beschränkt steuerpflichtig. Ebenso sind inländische Unternehmen, die im Ausland eine Betriebsstätte unterhalten, dort beschränkt steuerpflichtig. Das Betriebsstättenprinzip hat sich in der Vergangenheit bei der Besteuerung international tätiger Unternehmen bewährt und wird seit über 100 Jahren praktiziert. Vor dem Hintergrund des E-Commerce ist eine neue Bewährungsprobe zu erwarten.

⁸ Mit ausgesprochenen Niedrigsteuerländern hat die Bundesrepublik hingegen keine Doppelbesteuerungsabkommen abgeschlossen.

⁹ Vgl. hierzu ausführlich PORTNER, Rosemarie (2001), Ertragsteuerrechtliche Aspekte des E-Commerce, Institut „Finanzen und Steuern“ e.V., IFSt-Schrift Nr. 390.

Wenn Internet-Server Betriebsstätten sind ...

... ergeben sich für Unternehmen neue Steuergestaltungsmöglichkeiten ...

... mit entsprechenden Konsequenzen für den Fiskus

Besteuerung internationaler Unternehmen - Vermeidung von Doppelbesteuerung

	Tochtergesellschaft	Betriebsstätte
kein DBA	Freistellung	Anrechnung
DBA	Freistellung	Freistellung

Die Anwendung des Betriebsstättenprinzips auf den E-Commerce wird in der steuerwissenschaftlichen Literatur intensiv diskutiert. Auch in der OECD haben sich Arbeitsgruppen mehrfach mit der Frage beschäftigt, ob ein Server als Betriebsstätte klassifiziert werden kann. Das Ergebnis fällt hier wie dort allerdings nicht eindeutig aus. Die Prüfung des Sachverhaltes orientiert sich regelmäßig an der bundesdeutschen Abgabenordnung und dem **OECD-Musterabkommen** zur Vermeidung von Doppelbesteuerungen.

Feste Geschäftseinrichtung und „Dienen“ der Geschäftstätigkeit als Kriterien für Betriebsstätte

§ 12 Abgabenordnung (AO) bestimmt den Begriff Betriebsstätte: „Betriebsstätte ist jede feste Geschäftseinrichtung oder Anlage, die der Tätigkeit eines Unternehmens dient.“ Als Beispiele werden u.a. die Stätte der Geschäftsleitung, Zweigniederlassungen, Warenlager und Ein- oder Verkaufsstellen genannt. Ob ein **Internet-Server als Betriebsstätte** im Sinne des § 12 AO klassifiziert werden kann, muss anhand von zwei Kriterien geprüft werden:

- Existenz einer festen Geschäftseinrichtung.
- „Dient“ der Einsatz von Geschäftseinrichtung der Tätigkeit des Unternehmens?

Unter einer Geschäftseinrichtung kann jeder körperlicher Gegenstand und jede Zusammenfassung körperlicher Gegenstände verstanden werden, die geeignet sind, Grundlage unternehmerischer Tätigkeit zu sein. Entscheidend ist dabei die Körperlichkeit an sich; spezielle bauliche Gegebenheiten sind nicht erforderlich. § 12 AO beschreibt etwa Bergwerke oder Steinbrüche als Betriebsstätten. Zudem muss die Geschäftseinrichtung einen festen, d.h. dauerhaften Bezug zu einem bestimmten Punkt der Erdoberfläche haben. Damit sind bewegliche Geschäftseinrichtungen wie fahrbare Marktstände Betriebsstätten, Satelliten hingegen nicht. Internet-Server erfüllen auf Grund ihrer Beschaffenheit die so definierten Kriterien der festen Geschäftseinrichtung. Außerdem muss die Geschäftseinrichtung der Tätigkeit des Unternehmens dienen, um als Betriebsstätte nach deutschem Recht qualifiziert werden zu können. Ein Internet-Server hat beim E-Commerce die zentrale Funktion beim Verkaufsvorgang und ist konstitutiver Produktionsfaktor. Es steht daher außer Frage, dass der Server der Tätigkeit des Unternehmens dient.

Das OECD-Musterabkommen (OECD-MA 2000)¹⁰ geht über die Bestimmungen der Abgabenordnung hinaus.¹¹ Nach Art. 5 muss eine Betriebsstätte eine feste Geschäftseinrichtung sein, durch welche die Tätigkeit eines Unternehmens **ganz oder teilweise** ausgeübt wird. Zudem werden verschiedene Einrichtungen aufgezählt, die **nicht** als Betriebsstätte gelten. Hierzu zählen u.a. „Einrichtungen, die ausschließlich zur Lagerung, Ausstellung oder Auslieferung von Gütern oder Waren des Unternehmens benutzt werden.“ Dies könnte für die Besteuerung des E-Commerce von Bedeutung sein, da ein Server isoliert betrachtet in den meisten Fällen kaum mehr als Lager- und Auslieferungs-

**Ist ein Server eine Betriebsstätte?
OECD gibt keine eindeutige Antwort**

¹⁰ Das OECD-Musterabkommen 2000 zur Vermeidung der Doppelbesteuerung auf dem Gebiet der Steuern vom Einkommen und vom Vermögen (OECD-MA 2000) ist auf der Website des Bundesfinanzministeriums, www.bundesfinanzministerium.de, abrufbar.

¹¹ Für eine sehr detaillierte Diskussion des ertragsteuerlichen Betriebsstättenbegriffs vgl. PORTNER (2001), S. 31ff.

funktionen hat. Die Verlagerung eines Servers in das Ausland ohne begleitendes Personal dürfte daher schwerlich die Anforderungen einer Betriebsstätte im Sinne des OECD-MA erfüllen.

Ist Personaleinsatz erforderlich?

Bislang ist die Rolle des Personaleinsatzes für die Klassifizierung eines Servers als Betriebsstätte umstritten: Stellt ein Server, der die beiden oben genannten Kriterien erfüllt, ohne begleitendes Personal bereits eine Betriebsstätte dar? Die OECD-Arbeitsgruppe (Business Profit Technical Advisory Group/TAG) hat in den Jahren 1999 und 2000 jeweils ein Diskussionspapier veröffentlicht, in denen auch die Notwendigkeit des Einsatzes von Menschen thematisiert wurde – ohne zu einem eindeutigen Ergebnis zu kommen.¹²

Das **Finanzgericht Schleswig-Holstein** hat als erstes deutsches Gericht über die Frage der Server-Betriebsstätte ohne Personaleinsatz entschieden.¹³ In dem verhandelten Fall hatte eine deutsche Agentur für Telekommunikation ihren Schweizer Kunden über einen in der Schweiz aufgestellten Server gebührenpflichtige Informationen zur Verfügung gestellt. Der firmeneigene Server ist in angemieteten Räumen aufgestellt und wird ohne Personal betrieben. Das Finanzgericht kam zu dem Urteil, dass es sich bei dem Server um eine Betriebsstätte handelt und dementsprechend der auf diese Betriebsstätte entfallende Gewinn in der Schweiz zu versteuern ist.

In der Urteilsbegründung bezieht sich das Finanzgericht Schleswig-Holstein auf den Art. 5 des OECD-Musterabkommens und stellt fest, dass im vorliegenden Fall der Server eine feste Geschäftseinrichtung ist und dieser der Ausübung der Geschäftstätigkeit dient. Folglich greift das Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Deutschland und der Schweiz; die dem Server zugerechneten Gewinne werden in Deutschland von der Besteuerung freigestellt.

Dass eigenes Personal für die Betriebsstätte nicht notwendig ist, wird mit dem sogenannten **Pipeline-Urteil** des Bundesfinanzhofes (30.10.1996) begründet, wonach eine Rohrleitung, durch welche Rohöl transportiert wird, eine Betriebsstätte darstellen kann.

Das Urteil des Finanzgerichts ist noch nicht rechtskräftig, da das Finanzamt Revision eingelegt hat. Der Bundesfinanzhof wird abschließend über den Fall entscheiden. In juristischen Fachkreisen wird bezweifelt, dass die Entscheidung des Finanzgerichtes Schleswig-Holstein haltbar ist und ob die Bedeutung des Personaleinsatzes hinreichend berücksichtigt wurde.¹⁴

Fiskalische Bedeutung gering

Wenn der Server im Besitz des Unternehmens ist, eine gewisse Dauerhaftigkeit und Festigkeit zur Erdoberfläche – wovon regelmäßig auszugehen ist – aufweist, dann spricht vieles dafür, dass der Server im

Finanzgericht Schleswig-Holstein klassifiziert Server als Betriebsstätte

Urteil geht in Revision

¹² Die aktuellen Arbeiten und Entwicklungen zum Thema „Tax and Electronic Commerce“ finden sich auf der Website der OECD unter <http://www.oecd.org/EN/home/0,,EN-home-101-nodirectorate-no-no-no-22,00.html>

¹³ Finanzgericht Schleswig-Holstein, Aktenzeichen: II 1224/97, Urteil vom 6. September 2001, Begründung einer ausländischen Betriebsstätte durch Installation eines Rechners; Berechnung der anteiligen ausländischen Einkünfte, Revision beim Bundesfinanzhof, Aktenzeichen I R 86/01.

¹⁴ Vgl. CADOSCH, Roger M. (2002), Ist ein Server doch eine Betriebsstätte im Steuerrecht?, in: Jusletter vom 21. Januar 2002.

Sinne des Steuerrechts als Betriebsstätte eingestuft wird.¹⁵ Wird zudem noch Personal an dem Server eingesetzt, bestehen keine Zweifel mehr an der Existenz einer Betriebsstätte.

Auf den ersten Blick scheint es so, als würde damit dem Fiskus die Grundlage der Unternehmensbesteuerung entzogen. Unternehmen können scheinbar problemlos Gewinne in das steuergünstigere Ausland verlagern und sich somit – bei bestehenden Doppelbesteuerungsabkommen – dem inländischen Steuerzugriff entziehen.

Eine genauere Analyse zeigt hingegen, dass die Befürchtungen zumindest in der gegenwärtigen Situation überzogen sind: Analog zu den Problemen der umsatzsteuerlichen Behandlung des E-Commerce sind nur die Teile der Geschäftstätigkeit steuerlich problematisch, die sich digitalisieren lassen. Vorwiegend handelt es sich um den bereits beschriebenen Online-E-Commerce, der von der Bestellung über die Auslieferung bis zur Bezahlung vollständig digitalisiert abgewickelt werden kann.

Beim Offline-E-Commerce könnte allenfalls der Server, über den das Produktangebot und die Bestellung erfolgt, im Ausland platziert werden. Die (nicht-digitalisierbare) Ware wird auf dem traditionellen Weg ausgeliefert. Steuerlich bedeutet dies, dass eine internationale Gewinnaufteilung zwischen der (ausländischen) Server-Betriebsstätte und dem (inländischen) Stammhaus notwendig wird. Der Server-Betriebsstätte ist der Teil der Gewinne zuzurechnen, der ihrem Anteil an der Gesamtwertschöpfung entspricht. Zu diesem Zweck müssen – wie bei der traditionellen Geschäftstätigkeit auch – Verrechnungspreise bestimmt werden, anhand derer der Gesamtgewinn den einzelnen Unternehmensteilen zugerechnet wird.¹⁶

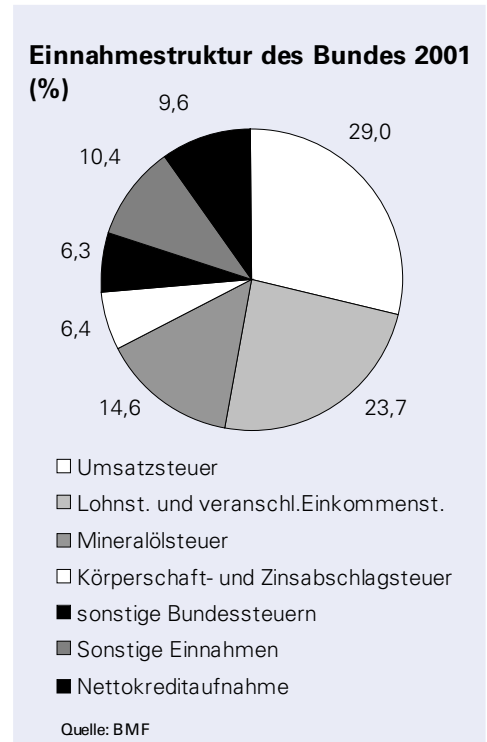
Zusammenfassung und Ausblick

In einer vollständig globalisierten Welt – so die Befürchtungen der Politik – verliert der Staat weitgehend die Kontrolle über die Steuerbasis. Güter, Dienstleistungen und Produktionsfaktoren sind mobil und internationale Steuersatzdifferenzen werden wegen drastisch gesunkener Transaktions- bzw. Mobilitätskosten rigoros ausgenutzt. Aus dieser Gefahr resultiert die Angst vor einem wohlfahrtsschädlichen *race to the bottom* in der Steuerpolitik, besonders deshalb, weil mit der Umsatzsteuer beim E-Commerce eine der ertragstärksten Steuern betroffen ist.

Steuersystematisch sollten elektronische und traditionelle Geschäftstätigkeit nicht unterschieden werden. E-Commerce ist weder steuerlich zu fördern, noch zu diskriminieren. Auf Grund der technischen Besonderheiten des Internet stellen sich aber tatsächlich zahlreiche Probleme bei der Anwendung der bewährten Steuerprinzipien. Es ist nicht auszuschließen, dass die steuerliche Behandlung des E-Commerce mittel-, vielleicht sogar langfristig unbefriedigend im Sinne der Steuersystematik bleiben wird.

In der politischen Diskussion wird jedoch oft übersehen, dass sich die Steuerproblematik hauptsächlich auf den Teil des E-Commerce bezieht, der digital erfolgt. Ist schon der Anteil des gesamten B2C-E-Commerce

Steuergestaltungsmöglichkeiten haben geringe fiskalische Auswirkungen



¹⁵ Gleichwohl sind führende Steuerjuristen der Auffassung, dass es eines großen Begründungsaufwandes bedarf, „...um zu dem Ergebnis zu gelangen, dass ein einzelner Server ohne ihm zugeordnetes Personal tatsächlich eine Betriebsstätte eines Unternehmens im Ausland sein soll.“ ARNDT, H.-W. (2001), Die Besteuerung des E-Commerce, in: E-Commerce, Kurz/Reinhardt/Stromsdörfer (Hrsg.), S.270-288, hier S.273.

¹⁶ Für eine Diskussion der Verrechnungspreisbestimmung im E-Commerce siehe PORTNER (2001), a.a.O., S.89 ff. und WATRIN, Christoph (2001), Die Besteuerung des internationalen E-Commerce und die Theorie der Firma, in: WISU 6/01, S.834-840.

an den Einzelhandelsumsätzen gering, ist der entsprechende Anteil des Online-E-Commerce nahezu verschwindend.¹⁷ Fiskalisch ist die Besteuerung des elektronischen Geschäftsverkehrs damit (noch) keine relevante Größe. Zukünftig kann sich das ändern.

Neben dem fiskalischen Aspekt ist auch die Frage der **Wettbewerbsneutralität** zu berücksichtigen. Wird der elektronische Handel wegen der steuerpraktischen Probleme – etwa bei der umsatzsteuerlichen Erfassung – im Ergebnis begünstigt, könnte dies eine verzerrte Produktionsstruktur induzieren. Mit Blick auf die derzeitige Online-Realität scheint jedoch weniger die steuerliche Behandlung des E-Commerce als vielmehr die mangelnde Durchsetzung von Eigentumsrechten einen Einfluss auf die Ressourcenallokation zu haben.¹⁸

Gleichwohl heißt das nicht, dass steuerpolitisch alles in Ordnung ist. Eilige Beschlüsse führen aber ebenso wenig zum Ziel wie nationale Reformbemühungen. Selbst Regelungen auf EU-Ebene sind für ein Medium wie das Internet ungeeignet. **Unter den gegebenen Umständen erfordert das globale Netz steuerpolitisch globale Antworten.** Ein möglicher Lösungsansatz besteht in der besseren Identifizierbarkeit der am E-Commerce Beteiligten.¹⁹

Jörn Quitzau, +49 69 910-31890 (joern.quitzau@db.com)

Tragfähige Lösungen erfordern globale Regelungen

¹⁷ Nach groben Schätzungen könnten jedoch theoretisch rund 30% des BIP der Industrieländer elektronisch gehandelt werden. Vgl. dazu auch SPEYER, Bernhard (2001), E-Commerce und die WTO, S. 4f., Economics Nr. 21 vom 04. Dezember 2001, Deutsche Bank Research.

¹⁸ Die Rahmenbedingungen des E-Commerce wurden in einer eigenen Publikation von Deutsche Bank Research behandelt. Vgl. dazu SCHAAF, Jürgen (2002), Rahmenbedingungen für den E-Commerce: Alles in Ordnung?, Economics Nr. 24 vom 21. Januar 2002, Deutsche Bank Research.

¹⁹ Die digitale Signatur könnte dabei zur Problemlösung beitragen. Zum Thema „Digitale Signatur“ vgl. SCHAAF, Jürgen (2002), a.a.O.

Unsere Publikationen finden Sie kostenfrei auf unserer Internetseite www.dbresearch.de. Dort können Sie sich auch als regelmäßiger Empfänger unserer Publikationen per E-mail eintragen.

Für die Print-Version wenden Sie sich bitte an:

Deutsche Bank Research
Marketing
60272 Frankfurt am Main
Fax: +49 69 910-31877
E-mail: marketing.dbr@db.com

© 2002. Deutsche Bank AG, DB Research, D-60272 Frankfurt am Main, Bundesrepublik Deutschland (Selbstverlag). Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen beruhen auf öffentlich zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten. Eine Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben können wir nicht übernehmen, und keine Aussage in diesem Bericht ist als solche Garantie zu verstehen. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers/der Verfasser wieder und stellen nicht notwendigerweise die Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen dar. Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Meinungen können sich ohne vorherige Ankündigung ändern. Weder die Deutsche Bank AG noch ihre assoziierten Unternehmen übernehmen irgendeine Art von Haftung für die Verwendung dieser Publikation oder deren Inhalt. Die Deutsche Banc Alex Brown Inc. hat unter Anwendung der gültigen Vorschriften die Verantwortung für die Verteilung dieses Berichts in den Vereinigten Staaten übernommen. Die Deutsche Bank AG London, die mit ihren Handelsaktivitäten im Vereinigten Königreich der Aufsicht durch die Securities and Futures Authority untersteht, hat unter Anwendung der gültigen Vorschriften die Verantwortung für die Verteilung dieses Berichts im Vereinigten Königreich übernommen. Die Deutsche Bank AG, Filiale Sydney, hat unter Anwendung der gültigen Vorschriften die Verantwortung für die Verteilung dieses Berichts in Australien übernommen.

Druck: HST Offsetdruck Schadt & Tetzlaff GbR, Dieburg.

Print: ISSN 1430-7421 / Internet: ISSN 1435-0734