

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsverzeichnis.....	VII
Verzeichnis der Abbildungen	XIII
Verzeichnis der Tabellen	XV

I. Elektronischer Handel im Kontext der Wirtschaftspolitik.....	1
--	----------

Juergen B. Donges und Stefan Mai

II. Elektronischer Handel – Wandel unter Marktorganisations- und Wettbewerbsgesichtspunkten –	9
---	----------

Arnold Picot, Anne Buttermann und Dominik K. Heger

1. Elektronischer Handel	9
a) E-Value Chain	10
b) Transaktions- und Marktbereiche	11
c) Arten des E-Commerce	12
d) Entbündelung der Handelsketten und Ansatzpunkte für neue Leistungen	14
2. Marktorganisationsformen	17
a) Einkäufer- versus Verkäufer-Website	18
b) Einkaufs- versus Distributionsplattform	20

c) Commerce Plattform.....	21
d) Virtueller Marktplatz	22
3. Wettbewerb.....	23
a) Wettbewerb durch das Internet.....	23
b) Wettbewerb um das Internet.....	25
c) Wettbewerb im Internet.....	26
4. Fazit	26
5. Literaturverzeichnis:.....	27
III. Und sie fliegen doch: Wettbewerbsstrategien für die Neue Ökonomie	31
<i>Henning Klodt</i>	
1. Hummeln können nicht fliegen	31
2. Wettbewerbsstrategien für Informationsgüter.....	33
3. Wettbewerbsstrategien für Netzwerküter	37
4. Wettbewerbsstrategien für Erfahrungsgüter	41
5. Wettbewerbspolitik für die Neue Ökonomie.....	44
6. Literaturverzeichnis	47
IV. Elektronischer Handel im Lichte der Bestreitbarkeit von Märkten	49
<i>Stefan Mai und Mark Oelmann</i>	
1. Einleitung.....	49
2. Zur Relevanz des elektronischen Handels.....	51
a) Einige begriffliche Bestimmungen und Entwicklungen.....	52
b) Struktur und Merkmale der gehandelten Güter	55
3. Wettbewerbspolitische Bedeutung des elektronischen Handels	57
a) Mögliche Auswirkungen elektronischer Märkte auf den Wettbewerb.....	57
b) Theorie bestreitbarer Märkte als wettbewerbspolitisches Leitbild.....	60
4. Friktionsfreier Marktzugang im Elektronischen Handel?	63
a) Die Rolle von Standards	65
b) Private Marktzutrittsschranken.....	68

c) Staatliche Marktzutrittsschranken – Die EU-Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr	78
5. Wettbewerbspolitische Implikationen – Zur Notwendigkeit internationaler Koordination	83
6. Literaturverzeichnis	87
V. Eine WTO E-Commerce Initiative?	93

Heinz Hauser und Sacha Wunsch-Vincent

1. Einführung	93
2. Nicht ausgeschöpftes Potential aus E-Commerce	95
3. Bestehende WTO-Verträge und Initiativen zum E-Commerce und ihre Schwachstellen	104
a) Das WTO Arbeitsprogramm zum elektronischen Handel	104
b) E-Commerce relevante Bestimmungen in den bestehenden WTO-Abkommen	112
4. E-Commerce Initiative der WTO	131
a) Inhaltliche Bestandteile einer E-Commerce Initiative	133
b) Anforderungen an eine E-Commerce Initiative	136
c) Möglichkeiten einer E-Commerce Initiative	138
5. Literaturverzeichnis	142

VI. Fragen der Besteuerung des elektronischen Handels.....149

Norbert Herzig und Günther Strunk

1. Einleitung	149
2. Besonderheiten des Electronic Commerce und sich hieraus ergebende steuerliche Problemfelder	150
a) Neuartigkeit von Geschäftsmodellen durch technische Möglichkeiten	151
b) Digitalisierung führt zur zunehmenden Immaterialisierung von Geschäftsinhalten	151
c) Virtualisierung	152
d) Weltweite Mobilität	152
e) Vernetzung	152
3. Offene Fragen und Probleme des Status Quo der Besteuerung des Electronic Commerce	152
a) Gleichbehandlung der Steuerpflichtigen wie der Geschäftsformen	153

b)	Schwierigkeiten bei der Bestimmung der Einkunfts- bzw. Umsatzart	155
c)	Fehlende Kenntnis über steuerrelevante Transaktionen	157
d)	Durchsetzung bestehender Steueransprüche und Kontrolle der eingereichten Steuererklärungen	157
e)	Schwierigkeiten bei der Bestimmung örtlicher Anknüpfungspunkte	157
f)	Schwierigkeiten bei der Bestimmung der Angemessenheit von Verrechnungspreisen	158
g)	Gefahr der Überbesteuerung bei Quellensteuerabzug	158
4.	Handlungsoptionen	159
a)	Keine Änderung der Tatbestandsvoraussetzungen für eine Quellensteuer nach § 49 EStG	161
b)	Beibehaltung des Betriebsstättenprinzips, aber Vornahme von Änderungen	161
c)	Ausweitung des Betriebsstättenbegriffs	163
d)	Einschränkung des Betriebsstättenbegriffs	164
e)	Beibehaltung des Betriebsstättenprinzips ohne Änderung aber Ergänzung der Tatbestandsvoraussetzungen „Gewerbliche Einkünfte“ um einen Nutzungs- und Verwertungstatbestand	164
f)	Änderungen bei der Umsatzsteuer	165
g)	Änderungen im Verfahrensrecht	166
5.	Fazit	166
6.	Literaturverzeichnis	167

VII. Rechtliche Aspekte und Datensicherheit.....169

Ulrich Hübner

1.	Einführung – Bedeutung von Datenschutz und Datensicherheit für den elektronischen Handel	169
2.	Datensicherheit als Wirksamkeitsvoraussetzung für formbedürftige Verträge im Internet	171
a)	Formvorschriften - Funktionselemente der eigenhändigen Unterschrift	171
b)	Die digitale Signatur	173
c)	Änderung der Formvorschriften	175

d) Die Beweiskraft digital erstellter Dokumente	176
3. Datenschutz im Internet	177
a) Rechtsgrundlagen	178
b) Einzelfragen: Cookies, CRM	180
4. Haftungsfragen	181
a) Haftung bei Verletzung datenschutzrechtlicher Bestimmungen	182
b) Haftung bei Hackerangriffen, Computerviren (Zerstörung oder Ausspähung)	183
5. Schlussbemerkung	184
6. Literaturverzeichnis	186
VIII. Rechtssicherheit und Marktbeherrschung im elektronischen Welthandel: die Globalisierung des Rechts als Herausforderung der Rechts- und Wirtschaftstheorie	189
<i>Graf-Peter Calliess</i>	
1. Einleitung	189
2. Elektronischer Handel: jenseits von Transaktionskosten	191
3. Die Bedeutung rechtlicher Transaktionskosten im grenzüberschreitenden Handel	193
4. Recht für den elektronischen Weltmarkt: institutionelle Experimente jenseits des Staates	197
5. Programme als Recht: die neue Macht der Marktbeherrscher	200
6. Fazit	201
7. Literaturverzeichnis	203
IX. „Wie virtuell ist E-Commerce?“ oder „Ohne Logistik läuft auch im Internet nichts“	207
<i>Cara Schwarz-Schilling</i>	
1. Auswirkungen des Internet auf die Organisation des Handels	207
2. Auswirkungen von E-Commerce auf den Paket- und Logistikbereich	208
a) B2B-Handel	210
b) B2C-Handel	212
3. Das Zustellungsproblem auf der „letzten Meile“	214

a) Intelligente Zustellsysteme	214
b) Abholdepots	215
4. Literaturverzeichnis	216

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung II.1: Konzept der E-Value Chain	10
Abbildung II.2: Transaktions- und Marktbereiche des E-Commerce	11
Abbildung II.3: Arten des E-Commerce	13
Abbildung II.4: Entbündelung der Handelsfunktionen	15
Abbildung V.1: Die vier GATS-Modi	107
Abbildung V.2: Vier WTO-E-Commerce Aktionen	139
Abbildung IX.1: B2B und B2C Umsätze Europa	211

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle IV.1: Internetnutzer ausgewählter Länder in Prozent der Bevölkerung	54
Tabelle V.1: E-Commerce Infrastruktur und Dienstleistungskomponenten	98
Tabelle V.2: Aufgaben internationaler Organisationen im elektronischen Handel	102
Tabelle V.3: Zusammenstellung der Verbesserungsmöglichkeiten bestehender Verträge	134
Tabelle IX.1: B2C-Shops und ihre Logistik	218