

INHALTSVERZEICHNIS

Verzeichnis der Tabellen	V
Verzeichnis der Schaubilder	IV
0. Problemstellung	1
1. Die indirekten Steuern in den Staaten der Europäischen Gemeinschaft	3
1.1. Die Mehrwertsteuer	3
1.2. Die Verbrauchsteuern auf spezielle Güter	7
1.3. Die Bedeutung der indirekten Steuern	13
1.3.1. Die Abgrenzung der indirekten Steuern von den direkten Steuern	13
1.3.2. Die indirekten Steuern in der Bundesrepublik Deutschland	14
1.3.3. Die indirekten Steuern als Steuerquelle der EG-Staaten	17
2. Die Besteuerung des grenzüberschreitenden Handels	18
2.1. Das gegenwärtig praktizierte Besteuerungsprinzip: Das Bestimmungslandprinzip	18
2.1.1. Die Vorteile des Bestimmungslandprinzips	20
2.1.1.1. Das Wettbewerbsargument	20
2.1.1.2. Die Finanzautonomie	22
2.1.1.3. Das Benefit-to-consumer-Argument	23
2.1.2. Die Nachteile des Bestimmungslandprinzips	24
2.1.2.1. Die Anknüpfung der Besteuerung an den Grenzübertritt	24
2.1.2.2. Die Notwendigkeit von Grenzkontrollen	27
2.2. Alternative Besteuerungsprinzipien	29
2.2.1. Das Ursprungslandprinzip	29
2.2.2. Das Gemeinsamer-Markt-Prinzip (Gemeinschaftsprinzip)	32
2.2.2.1. Grenzüberschreitender Vorsteuer- oder Vorumsatzabzug	32
2.2.2.2. Die Veränderungen der Steueraufkommensverteilung	35

	Seite
3. Die Vorschläge zur Harmonisierung der indirekten Steuern in der Europäischen Gemeinschaft	38
3.1. Der Bandbreitenvorschlag der EG-Kommission	39
3.1.1. Die Annäherung der Mehrwertsteuersätze und ihrer Struktur	41
3.1.1.1. Der Vorschlag eines Zweisatzsystems	41
3.1.1.2. Die Nullsätze	41
3.1.1.3. Die Luxussteuersätze	42
3.1.1.4. Der ermäßigte Steuersatz	43
3.1.1.5. Die Höhe der Steuersätze	44
3.1.1.6. Steuersatzdifferenzen - das Beispiel USA	47
3.1.1.7. Überwälzung und Preiseffekte	50
3.1.1.8. Das Wechselkursargument	52
3.1.2. Die Annäherung der speziellen Verbrauchsteuern	56
3.1.2.1. Die Beschränkung der Anzahl der Verbrauchsteuern	56
3.1.2.2. Die Steuersätze	57
3.1.2.3. Die Steuerlager	59
3.1.2.4. Die Auswirkungen der Harmonisierung	60
3.1.3. Das Clearingsystem	62
3.1.3.1. Ein erster Vorschlag	62
3.1.3.2. Der revidierte Vorschlag der EG-Kommission von 1987	63
3.1.3.2.1. Die technische Konzeption	64
3.1.3.2.2. Die Probleme	65
3.2. Der Mindeststeuersatzvorschlag der EG-Kommission	67
3.2.1. Die Übergangsperiode	68
3.2.2. Die Steuersätze	70
3.2.3. Die Sonderregelungen	71
3.2.3.1. Die Lieferung von zulassungspflichtigen Kraftfahrzeugen	71
3.2.3.2. Die Versandhandelsumsätze	73
3.2.3.3. Die Umsätze an steuerbefreite Unternehmer und Nichtunternehmer	75
3.2.3.4. Die konzerninternen Umsätze	76
3.2.4. Das Clearingsystem	77
3.2.5. Die speziellen Verbrauchsteuern	80

	Seite
3.3. Der Vorschlag der EG-Kommission für eine Übergangsregelung bis Ende 1996	83
3.3.1. Die Grundsätze der Übergangsregelung	83
3.3.2. Die Besteuerung grenzüberschreitender Lieferungen	84
3.3.3. Die Sonderregelung für den Versandhandel	86
3.3.4. Die Sonderregelung für kleine und mittlere Unternehmen	86
3.3.5. Die Kooperation der Finanzbehörden	88
4. Grenzregionen im Europäischen Binnenmarkt	90
4.1. Die empirische Untersuchung	90
4.1.1. Zur Problematik der Fragestellung	91
4.1.2. Die Struktur der antwortenden Unternehmen	92
4.2. Die Bedeutung des Grenzhandels für die befragten Unternehmen	94
4.3. Die Auswirkungen einer Umsatzsteuerharmonisierung	99
4.4. Die speziellen Verbrauchsteuern	104
5. Der Versandhandel - Perspektiven im gemeinsamen Binnenmarkt	106
5.1. Die empirische Erhebung	107
5.2. Die Struktur der antwortenden Unternehmen	108
5.3. Das europäische Auslandsgeschäft der Versandhandelsunternehmen	
5.4. Versandhandel und Binnenmarkt	115
5.5. Die Konsequenzen einer Umsatzsteuerharmonisierung für den Versandhandel	118
6. Sonderregelungen für kleine und mittlere Unternehmen	125
6.1. Steuerbefreiung	126
6.2. Degressive Steuerermäßigung (Steuerabzugsbetrag)	129
6.3. Vereinfachungsregelungen	131
6.3.1. Besteuerung nach vereinnahmten Entgelten	133
6.3.2. Vorsteuerabzug nach dem Istprinzip	134
6.3.3. Steuererklärungszeitraum	134
6.4. Pauschalierungsregelungen	135

Schlußbemerkungen

137

Literaturverzeichnis

140

VERZEICHNIS DER TABELLEN

Seite

Tabelle 1:	Mehrwertsteuersätze in den Mitgliedstaaten der EG	5
Tabelle 2:	Entwicklung des Mehrwertsteuernormalsatzes in den EG-Ländern 1968 - 1990	6
Tabelle 3:	Übersicht über spezielle Verbrauchsteuern in Europa	10
Tabelle 4:	Verbrauchsteuern auf Branntwein und Zigaretten in den Mitgliedstaaten der EG	11
Tabelle 5:	Mineralölsteuer in den Mitgliedstaaten der EG	12
Tabelle 6:	Anteile der direkten und indirekten Steuern am Steueraufkommen	15
Tabelle 7:	Schätzung der Steueraufkommensumverteilung bei Einführung des GMP	37
Tabelle 8:	Die Befragungsgrundgesamtheit - nach Beschäftigtengrößenklassen	92
Tabelle 9:	Struktur der antwortenden Unternehmen - nach Umsatzgrößenklassen	93
Tabelle 10:	Anteile des Umsatzes mit dänischen Kunden - nach Beschäftigtengrößenklassen	96
Tabelle 11:	Gründe für Käufe dänischer Kunden aus der Sicht des grenznahen deutschen Einzelhandels - nach Beschäftigtengrößenklassen	97
Tabelle 12:	Umsatzanteile der mit speziellen Verbrauchsteuern belasteten Produkte	105
Tabelle 13:	Die Bedeutung von Vertriebsstrategien des Versandhandels auf den europäischen Märkten	112
Tabelle 14:	Die Präferenzen des Versandhandels für die europäischen Märkte - nach Vertriebsstrategien	114
Tabelle 15:	Die Bedeutung der binnenmarktbedingten Veränderungen für die Versandhandelsunternehmen - nach Umsatzgrößenklassen	115
Tabelle 16:	Unternehmensstrategien des Versandhandels im Binnenmarkt bei Besteuerung nach dem Bestimmungslandprinzip über zwischengeschaltete Mittler - nach Beschäftigtengrößenklassen	120
Tabelle 17:	Erwartungen bzw. Konsequenzen des Versandhandels bei einer Besteuerung nach dem Ursprungslandprinzip - nach Umsatzgrößenklassen	123
Tabelle 18:	Umsatzgrenzen für eine MwSt-Befreiung in den EG-Staaten	127

VERZEICHNIS DER SCHAUBILDER		Seite
Schaubild 1:	Das Verbrauchsteueraufkommen in der Bundesrepublik Deutschland	8
Schaubild 2:	Steuerstrukturen in der EG	18
Schaubild 3:	Verfahren für die Besteuerung des Außenhandels	19
Schaubild 4:	Zahlenbeispiel für das GMP mit Vorumsatzabzug	33
Schaubild 5:	Die Bedeutung des Grenzhandels für die befragten Einzelhändler - Unternehmen in %	95
Schaubild 6:	Umsatzerwartungen des grenznahen Einzelhandels im Binnenmarkt für die untersuchten Harmonisierungsszenarien und die Marktlösung	100
Schaubild 7:	Die Bedeutung des EG-Auslandsgeschäfts für den Versandhandel - Unternehmen in %	110
Schaubild 8:	Strategische Stärken des deutschen Versandhandels - Unternehmen in %	111
Schaubild 9:	Binnenmarktinduzierte Absatzerwartungen des Versandhandels in den EG-Staaten - Unternehmen in %	117
Schaubild 10:	Beeinträchtigung des Auslandsengagements durch steuerliche Mittler - Unternehmen in %	121